

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian Strategi Pengembangan Usaha Keripik Balado 4X7 Padang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada lingkungan Internal strategis usaha Keripik Balado 4X7 Padang terdapat kekuatan yaitu sudah memiliki brand yang cukup terkenal di Kota Padang. Adapun yang menjadi kelemahan di Keripik Balado 4X7 Padang adalah lokasi *outlet* yang kurang strategis sehingga sulit menjangkau konsumen baru. Pada lingkungan Eksternal terdapat peluang yaitu tren dan gaya hidup masyarakat yang suka membeli oleh-oleh ketika berkunjung ke suatu daerah, sedangkan yang menjadi ancaman pada usaha Keripik Balado 4X7 Padang adalah persaingan kompetitor dengan usaha sejenis dan legalitas usaha yang belum maksimal sehingga menjadi ancaman dikemudian hari jika tidak segera dimaksimalkan.
2. Berdasarkan alur pada PLC, Kripik Balado 4X7 Padang terletak pada kategori *growth* (bertumbuh) dengan strategi meningkatkan dan memaksimalkan pangsa pasar. Sedangkan untuk mengatasi masalah pendapatan yang menurun dan tingkat persaingan yang tinggi dirumuskan strategi berdasarkan Nilai TAS hasil dari matriks QSPM yang terdiri dari: (1) Merancang promosi terstruktur dan membagi stock produk outlet dan *marketplace* (2) Meningkatkan kualitas layanan konsumen dengan penambahan jumlah karyawan dan melakukan evaluasi kinerja pada karyawan secara rutin (3) Memaksimalkan penggunaan media sosial dan layanan online untuk memperluas jangkauan pasar serta menambah lokasi usaha yang lebih strategis, dan (4) Meningkatkan legalitas usaha dengan mengurus HAKI dan logo dan merencanakan modal jangka pendek untuk kebutuhan mendesak. Sedangkan strategi yang menjadi prioritas tertinggi berdasarkan hasil analisis QSPM adalah memaksimalkan penggunaan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar serta menambah lokasi usaha yang lebih strategis karena memiliki nilai TAS 7.503.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan, maka dapat diajukan beberapa saran yang diajukan oleh peneliti untuk Keripik Balado 4X7 Padang, antara lain:

1. Sebaiknya Keripik Balado 4X7 Padang melakukan strategi intensif (Penetrasi pasar, pengembangan produk dan pengembangan pasar). Penetrasi pasar dilakukan sebaiknya untuk meningkatkan pangsa pasar suatu produk atau jasa melalui usaha-usaha pemasaran yang lebih besar. Tak hanya itu, meningkatkan kualitas dan kuantitas SDM atau karyawan terutama bagian pelayanan dengan cara meningkatkan jumlah karyawan yang memiliki tugas yang lebih spesifik. Pengembangan produk dilakukan untuk meningkatkan penjualan dengan memberikan inovasi lebih atau lebih banyak varian pilihan yang sudah ada seperti menambah menu lainnya. Kemudian Kripik Balado 4X7 Padang dapat melakukan alternatif strategi meningkatkan kualitas pelayanan, melakukan pengembangan lokasi usaha dengan menambah cabang yang lebih besar dan lebih strategis lagi, pengembangan produk, dan meningkatkan inovasi usaha kedepannya.
2. Keripik Balado 4X7 Padang sebaiknya mengkomunikasikan strategi yang akan dilakukan kepada seluruh pihak terkait agar proses pencapaian tujuan strategi dapat dilakukan dengan baik dan hasil yang dicapai sesuai dengan yang diinginkan.
3. Untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan survei lagi mengenai perilaku konsumen untuk mengetahui penilaian dan keinginan konsumen terhadap Kripik Balado 4X7 Padang.