

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang dampak kenaikan harga bahan baku terhadap strategi fungsional dan keuntungan usaha pengolahan kopi Asnel Solok di Kecamatan Lubuk Sikarah Kota Solok, dapat diambil kesimpulan :

1. Kenaikan harga bahan baku memberikan dampak terhadap fungsional usaha untuk mencapai kinerja yang diinginkan, terutama peningkatan biaya produksi yang pada akhirnya dapat menekan margin keuntungan. Oleh karena itu, usaha melakukan penyesuaian (adaptasi) terhadap strategi fungsional usaha yakni dengan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki untuk tetap bertahan dan menjaga stabilitas keuntungan. Strategi fungsional yang dilakukan usaha yaitu strategi keuangan dengan menambah modal untuk pembelian harga baku sebesar 27%, strategi berproduksi dengan menurunkan volume produksi sebesar 17,6% dan strategi pemasaran dengan meningkatkan harga jual sebesar 44,9 % dan mengubah jenis berat produk.
2. Perubahan strategi fungsional yang dilakukan akibat kenaikan harga bahan baku menyebabkan terjadinya perubahan keuntungan yang diperoleh usaha. Meskipun terjadinya penurunan volume produksi yang cukup signifikan sebesar 17,6 %, penurunan keuntungan yang terjadi hanya sebesar 7,8% atau sebesar Rp. 2.834.282. Begitu pula nilai R/C yang hanya mengalami penurunan sebesar 0,03 dari 1,14 menjadi 1,11. Meskipun R/C mengalami penurunan, nilainya masih tetap >1 yang berarti usaha layak dijalankan dan menguntungkan.

B. Saran

Berdasarkan hasil yang didapatkan terlihat bahwa nilai R/C yang diterima usaha mengalami penurunan, sebaiknya usaha melakukan pengembangan strategi fungsional kembali agar R/C dapat meningkat. Usaha dapat melakukan efisiensi biaya dengan memeriksa seluruh komponen biaya produksi, manakah biaya masih bisa ditekan untuk mengurangi biaya produksi seperti biaya tenaga kerja yang disesuaikan dengan jam kerjanya maupun pengeluaran tidak langsung lainnya tanpa mengurangi kualitas produk. Adapun saran lain yang dapat diberikan adalah

diharapkan pihak usaha memperbaiki perencanaan pemasaran terutama pada aspek promosi dengan cara meningkatkan sistem promosi produk melalui media sosial sehingga permintaan produk akan kembali meningkat sehingga penggunaan mesin dapat dioptimalkan dan produktivitas tenaga kerja dapat meningkat.

