

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Usaha Keripik Sanjai Amak Haji memiliki kekuatan pada kapasitas produksi yang tinggi, produk yang ditawarkan dapat dikonsumsi berbagai kalangan, produk yang dihasilkan berkualitas dan memiliki citra yang baik di mata konsumen, serta lokasi yang strategis, namun memiliki kelemahan diantaranya rata-rata produksi perbulan rendah yaitu 3.594 kg, belum melakukan segmentasi geografis dan tingkah laku, tidak memiliki diferensiasi produk, kemasan yang kurang menarik, tidak mempunyai *website* dan akun media sosial yang sudah tidak aktif dengan matriks IFE diperoleh nilai 2,606. Untuk peluang besar terletak pada kerja sama yang baik dengan pemasok, bahan baku yang mudah didapatkan dan adanya program pelatihan *digital marketing* yang diadakan oleh pemerintah yang bisa dimanfaatkan oleh Sanjai Amak Haji dalam meningkatkan strategi promosi produknya, sedangkan ancaman utama yaitu banyak pesaing dengan produk sejenis yang menimbulkan persaingan yang ketat dengan matriks EFE yang diperoleh nilai 2, 952.
2. Hasil analisis SWOT usaha Keripik Sanjai Amak Haji memiliki delapan strategi yang dapat diimplementasikan yaitu: (1) memanfaatkan standar mutu yang sudah dimiliki untuk mempertahankan dan memperluas pasar ke toko ritel di kawasan wisata (2) mengikuti pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tentang penggunaan media pemasaran *online* (3) membuat inovasi produk dan redesain kemasan untuk memperkuat daya tarik dan diferensiasi produk agar dapat membangun loyalitas konsumen dan menarik pasar yang lebih luas (4) berpartisipasi pada *event-event* pameran dan bazar di Kota Bukittinggi agar produk lebih dikenal sehingga dapat memenangkan persaingan pasar (5) mengurangi ketergantungan pada satu pemasok dengan menambah mitra pemasok serta memperbaiki manajemen produksi yang rendah (6) Mengoptimalkan penjualan luar kota melalui jasa titipan dan kerja sama dengan pedagang pengecer di luar kota (7) memaksimalkan sistem potongan harga untuk pembelian dalam jumlah besar untuk mempertahankan konsumen agar tidak berpindah ke pesaing (8) mengoptimalkan promosi menggunakan

spanduk besar di lokasi strategis untuk menarik calon konsumen, sehingga bisa bersaing dengan dengan produk sejenis di kawasan kampug sanjai. Melalui analisis QSPM diperoleh nilai STAS tetinggi sebesar 6,771 yang menjadi strategi prioritas utama yaitu memanfaatkan standar mutu yang sudah dimiliki untuk mempertahankan dan memperluas pasar ke toko ritel di kawasan wisata.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, beberapa saran yang dapat diberikan kepada usaha Keripik Sanjai Amak Haji yaitu:

1. Usaha Keripik Sanjai Amak Haji diharapkan dapat melakukan diferensiasi produk sehingga positioning di pikiran konsumen keripik sanjai.
2. Merancang pemasaran *online* dan mengaktifkan kembali sosial media untuk pemasaran seperti *Instagram* dan *facebook* dalam rangka memperluas pasar

