

BAB V. KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada UMM Ladu arai pinang di Pusat Makanan Ringan di Kampung Perak, dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan identifikasi risiko pemasaran menggunakan diagram *fishbone* pada UMKM Ladu arai pinang, didapatkan 12 penyebab risiko pemasaran yang dikategorikan dalam 4 jenis sumber risiko utama yaitu risiko produk ditemukan 3 faktor penyebab risiko (informasi pada label produk kurang lengkap, variasi produk terbatas, dan produk sisa), risiko harga ditemukan 2 faktor penyebab risiko (kenaikan harga bahan baku dan kebijakan diskon tidak efektif), risiko distribusi ditemukan 4 faktor penyebab risiko (ketergantungan pada distributor tetap, akses ke pasar potensial terbatas, lokasi usaha kurang strategis, dan keterlambatan pengiriman), dan risiko promosi ditemukan 3 faktor penyebab risiko (strategi promosi tidak efektif, keterbatasan biaya promosi, dan keterbatasan memanfaatkan platform digital).
2. Berdasarkan hasil perhitungan tingkat risiko menggunakan metode *Failure Mode Effect Analysis* (FMEA) dan diagram pareto terdapat 6 risiko yang teridentifikasi sebagai risiko yang memiliki nilai kumulatif $\leq 80\%$. Risiko tersebut adalah kenaikan harga bahan baku, keterbatasan memanfaatkan platform digital, strategi promosi kurang efektif, ketergantungan pada distributor tetap, akses ke pasar potensial terbatas, dan informasi pada label produk kurang lengkap.
3. Penanganan risiko kritis dibagi menjadi dua strategi yaitu strategi preventif dan strategi mitigasi. Strategi preventif dirumuskan untuk risiko keterbatasan memanfaatkan platform digital dan strategi promosi kurang efektif adalah pelatihan digital marketing, untuk risiko ketergantungan pada distributor tetap adalah memperluas saluran distribusi, untuk risiko informasi pada label produk kurang lengkap adalah penetapan SOP pengecekan produk sebelum dijual. Strategi mitigasi dirumuskan pada

risiko kenaikan harga bahan baku adalah mencari supplier alternatif, untuk akses ke pasar potensial terbatas adalah bergabung dengan *e-commerce*.

B. Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan studi ini dengan menggunakan metode analisis risiko lainnya seperti *Analytical Hierarchy Process* (AHP), *House of Risk* (HOR), atau *House of Quality* (HOQ). Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat mencakup kategori risiko yang lebih luas, seperti risiko operasional, risiko rantai pasok, risiko produksi dan lainnya agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif terhadap tantangan yang dihadapi UMKM Ladu arai pinang dalam menjalankan usahanya.
2. Bagi pelaku UMKM Ladu arai pinang disarankan untuk memprioritaskan penanganan risiko terutama pada risiko kenaikan harga bahan baku, keterbatasan pemanfaatan platform digital, strategi promosi yang kurang efektif, ketergantungan pada distributor tetap, akses ke pasar potensial terbatas, serta informasi pada label produk kurang lengkap.
3. Bagi Pemerintah diharapkan dapat memberikan dukungan kepada pelaku UMKM Ladu arai pinang melalui pelatihan dan pendampingan terkait manajemen risiko pemasaran, khususnya dalam pemanfaatan teknologi digital dan strategi pemasaran modern.

