

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan pada penelitian ini yaitu:

1. Berdasarkan hasil analisis SWOT, Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, dan Matriks SWOT, diperoleh tujuh alternatif strategi pengembangan, yang terdiri atas empat strategi penetrasi pasar dan tiga strategi pengembangan produk.
2. Hasil Matriks QSPM menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk menjadi strategi yang diprioritaskan dengan nilai Sum Total Attractiveness Score (STAS) sebesar 6,225, lebih tinggi dibandingkan strategi penetrasi pasar yang memperoleh nilai 5,958. Dengan demikian, strategi pengembangan produk menjadi strategi prioritas untuk diterapkan pada Usaha Uda Bumbu.
3. Hasil analisis kelayakan menunjukkan bahwa strategi membuat merek dan kemasan pada produk agar lebih mudah dikenali oleh pelanggan (WO-1), serta strategi latih dan ajarkan pekerja agar mampu meracik bumbu sendiri untuk melayani pelanggan yang terus bertambah (WO-2), dinyatakan layak untuk diimplementasikan. Sementara itu, strategi melakukan riset pengembangan produk agar memiliki umur simpan yang lebih lama sehingga mendapatkan penilaian yang lebih baik dari pelanggan (WO-3) memerlukan peninjauan kembali.

5.1 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pemilik Usaha Uda Bumbu disarankan memprioritaskan penerapan strategi membuat merek dan kemasan pada produk agar lebih mudah dikenali oleh pelanggan (WO-1), serta melatih dan mengajarkan pekerja agar mampu meracik bumbu sendiri untuk melayani pelanggan yang terus bertambah (WO-2), karena kedua strategi tersebut merupakan bagian dari strategi prioritas berdasarkan hasil Matriks QSPM dan telah dinyatakan layak berdasarkan hasil analisis kelayakan.
2. Strategi melakukan riset pengembangan produk agar memiliki umur simpan yang lebih lama sehingga dapat meningkatkan penilaian pelanggan (WO-3) sebaiknya dilaksanakan setelah pemilik memperoleh pengetahuan, pelatihan, atau pendampingan mengenai teknik pengolahan yang dapat memperpanjang umur simpan produk.
3. Strategi penetrasi pasar yang dihasilkan dari Matriks SWOT dapat diterapkan secara bertahap setelah strategi prioritas dilaksanakan. Penerapan strategi tersebut diharapkan dapat membantu pemilik mewujudkan tujuan pengembangan Usaha Uda Bumbu menjadi usaha bumbu kemasan bermerek, menerapkan digitalisasi pada berbagai aspek usaha, serta membangun sistem kerja yang tidak lagi bergantung sepenuhnya pada pemilik.

