

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah didapat dari penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh beberapa kesimpulan yaitu:

- a. Kipang pulut 2N ini beralamat di JL. Villa Melati Mas II, Alai, Padang Utara, Padang, Sumatera Barat. Usaha kipang pulut 2N ini berdiri pada tahun 1995 yang dipimpin oleh bapak Idul Bahri, pemilik mendirikan usaha ini untuk memenuhi kebutuhan ekonomi dan membuka lapangan pekerjaan. Modal awal pada usaha kipang pulut 2N ini berkisaran sekitar Rp. 30.000.000, awal mula berdirinya usaha kipang pulut 2N ini menghasilkan kipang kacang, kipang pulut dan berbagai kerupuk tetapi sekarang hanya menghasilkan kipang pulut saja. Usaha kipang pulut 2N memiliki struktur organisasi yang terdiri dari pimpinan/pemilik, produksi, pengemasan dan pengantar produk. Jumlah produksi kipang pulut 2N per tahunnya yaitu 13.000/pack. Kipang pulut 2N memasarkan produksinya ke pedagang pengecer yaitu meletakkan ke beberapa toko grosir makanan ringan yang ada di sebagian daerah Sumatera Barat. Bukan hanya di Kota Padang saja tetapi juga di luar Kota Padang seperti Pasaman, Muaro Labuah, Solok dan Pesisir Selatan. Kipang pulut 2N ini juga didistribusikan ke beberapa toko oleh-oleh di Sumatera Barat seperti Christine Hakim, keripik balado 4x7 dan koperasi Indaruang
- b. Faktor internal dan eksternal pada usaha kipang pulut 2N adalah:
 - 1) Faktor Internal : Aspek sumberdaya tenaga kerja dan aspek produksi
 - 2) Faktor Eksternal : Aspek pesaing, aspek pemasok bahan baku, aspek pedagang pengecer dan aspek konsumen
- c. Strategi matriks yang digunakan yaitu matriks Internal Faktor Evaluasi (IFE), Eksternal Faktor Evaluasi, matriks Internal-Eksternal (IE), dan matriks QSPM. Ada 2 alternatif strategi yang diterapkan oleh usaha kipang pulut 2N yaitu alternatif intensif berupa 1) meningkatkan sistem informasi, 2) meningkatkan jangkauan distribusi, dan 3) melengkapi informasi kemasan/label. Sedangkan alternatif integrasi berupa 1) integrasi ke depan, 2) integrasi ke belakang, dan 3) integrasi horizontal. Adanya lima strategi tersebut maka dievaluasi kembali

dengan menggunakan matriks QSPM. Berdasarkan perhitungan dengan matriks QSPM, strategi pemasaran yang dianggap paling baik untuk diimplementasikan pada usaha kipang pulut 2N adalah pada strategi melengkapi informasi kemasan atau label.

2. Saran

Berdasarkan hasil yang telah dilakukan maka usaha kipang pulut 2N diharapkan dapat melaksanakan strategi pemasaran yang telah ditetapkan yaitu melengkapi informasi kemasan atau label kipang pulut 2N dengan menambahkan beberapa informasi lebih jelas kepada setiap konsumen terhadap produk seperti komposisi produk, batas kadaluarsa pada label, dan berat bersih produknya. Strategi melengkapi informasi kemasan atau label yang mengikuti perkembangan zaman pada produk kipang pulut 2N ini diharapkan dapat menambah kepercayaan konsumen terhadap produk dan menambah nilai daya tarik dari produk itu sendiri sehingga penjualan produk akan semakin meningkat.

