

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Hasil kajian ini mengungkapkan beberapa hal sesuai dengan bab sebelumnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa Usaha Pempek Udang Ida Makarti Jaya memiliki faktor *internal* kekuatan (*strengths*) yang terdiri dari: Menu yang ditawarkan bervariasi; Pempek yang ditawarkan berkualitas dan unggul; Harga yang terjangkau untuk konsumen; Bahan dasar yang berkualitas; Rasa yang selalu terjaga dan bebas dari pengawet; Tenaga ahli dalam membuat pempek; Memiliki hubungan baik dengan konsumen; Menghasilkan produk yang konsisten dalam komposisinya dan faktor *internal* kelemahan (*weaknesses*) yang terdiri dari: Lokasi yang kurang strategis untuk distribusi luar daerah; Hasil produksi tidak cocok untuk konsumen alergi udang; Kurang dalam pemanfaatan media sosial; Kemasan masih konvensional; Bahan dasar udang bisa cepat membusuk atau bau; Pesaing memasarkan lebih profesional; Tenaga kerja yang terbatas; Kurangnya inovasi dalam memasarkan produk.

Faktor eksternal peluang (*opportunities*) yang terdiri dari: Mengatur strategi kerja sama dengan pihak jasa ekspedisi; Adanya model penjualan *online*; Pesanan melonjak pada hari-hari besar seperti hari raya, hajatan dan hari besar lainnya; Memiliki toko sekaligus rumah produksi secara langsung dan *online*; Permintaan pesanan tidak hanya dari Makarti Jaya dan Palembang; Hasil produk bisa diinovasikan; Mengajukan pembinaan dan pengembangan UMKM; Mengikuti pameran UMKM yang disediakan pemerintah dan faktor *eksternal* ancaman (*threats*) yang terdiri dari: Muncul pesaing-pesaing baru; Banyak pesaing yang menjual harga yang lebih murah; Bahan dasar udang kadang sulit di dapat atau menunggu musim; Usaha bisa tersingkir akibat jenis makanan lain yang viral; Harga bahan baku tidak stabil; Keterbatasan pengetahuan di bidang pemasaran; Pesaing melakukan promosi besar-besaran; Konsumen dapat merasa jenuh dengan menu variasi pempek.

Berdasarkan diagram analisis SWOT didapat nilai bobot kekuatan (*strength*) sebesar 1,93 dan kelemahan (*weaknesses*) sebesar 0,82 serta nilai bobot peluang (*opportunities*) sebesar 1,80 dan ancaman (*threats*) sebesar 0,90.

Hasil analisis SWOT yang diperoleh 16 strategi alternatif usaha Pempek Udang Ida Makarti Jaya yaitu strategi SO (*Strenght-Opportunites*): Menambah jumlah variasi pempek yang ditawarkan; Memanfaatkan dukungan pemerintah daerah; Meng-*update* penjualan melalui media sosial; Terus menjaga kualitas pempek, walaupun pesaing semakin banyak dalam usaha pempek; Mempertahankan pelayanan kepada konsumen agar merasa nyaman dan selalu puas setelah membeli pempek. Strategi ST (*Strenght-Threats*): Membuat iklan penjualan melalui media sosial; Membuat kerjasama dengan penjual/agen udang sungai; Mempelajari tips dan trik pemasaran produk yang baik melalui *internet*. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*): Peningkatan kerjasama dengan pihak jasa kirim, agar pempek bisa didistribusikan sampai ke luar Makarti Jaya; Mendirikan cabang di luar daerah; Mengikuti kegiatan pengembangan usaha; Memperbarui kemasan produk; Menambah alat pengemas. Strategi WT (*Weakness-Threat*): Memberikan inovasi yang berbeda tapi tetap menjaga kualitas; Menambah karyawan yang ahli; Membuat alternatif selain sumber listrik untuk menjaga ketahanan bahan dasar udang.

1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, hasil penelitian ini dapat memberikan solusi yang berkaitan dengan pembahasan yaitu sebagai berikut.

Pemilik usaha Pempek Udang Ida Makarti Jaya bisa lebih menginovasikan pempek yang diproduksi, dengan menambahkan menu sesuai dengan ide dari pemilik sendiri yang sudah lama di rencanakan karena adanya pergeseran minat konsumen bisa saja dapat membuat jenuh para konsumen tentang jenis produk Pempek Udang Ida Makarti Jaya walaupun mereka sudah mengetahui rasa dan kualitas dari pempek ini sendiri.

Pempek Udang Ida Makarti Jaya harus bisa lebih aktif dalam mencari informasi mengenai kegiatan pameran maupun *workshop*, sehingga tidak hanya

bisa menambah wawasan mengenai bisnis tetapi usaha ini juga bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas melalui promosi secara langsung dari keikutsertaan dalam kegiatan besar.

Pempek Udang Ida Makarti Jaya harus tetap bisa mempertahankan kualitas pempek yang diproduksi, dan memberi tahu cara pembuatan pempek yang berkualitas kepada calon tenaga ahli yang baru yang bisa membantu produksi bisa semakin lebih cepat karena tidak selamanya pemilik yang harus turun langsung dalam pembuatan pempek jadi, harus ada pengganti ataupun tambahan tenaga ahli dalam memproduksi pempek yang berkualitas.

Pempek Udang Ida Makarti Jaya harus menyediakan peralatan dan mesin yang dibutuhkan untuk mempercepat produksi pempek seperti menambah peralatan *press* atau vakum untuk pempek yang dikemas agar lebih tahan lama serta tidak mudah rusak pada saat pengiriman kepada konsumen, membuat label dan kardus kemasan hak paten dari produk pempek agar memiliki ciri khas atau pembeda dari produk pempek yang lain, menambah fasilitas seperti panel surya untuk aliran listrik darurat apabila terjadi pemadaman listrik di daerah Makarti Jaya sehingga, pempek yang sudah disimpan tetap terjaga ketahanannya.

Pempek Udang Ida Makarti Jaya harus bisa lebih kreatif untuk penjualan agar bisa lebih banyak menjangkau konsumen dari luar Makarti Jaya dan Palembang, melakukan kerjasama dengan pihak jasa kirim agar terbantu dalam pengiriman ke luar Makarti jaya, mengkaji cara atau trik pemasaran melalui *internet* agar bisa dipraktekkan langsung oleh usaha pempek ini.

Berdasarkan penjelasan di atas, menurut peneliti untuk penelitian yang akan datang dapat mengkaji lebih dalam mengenai sudut pandang pelaku usaha yang masih belum bisa berkembang dan kuat dalam bertahan dari perkembangan serta perubahan zaman yang semakin maju dalam segala aspek.