

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Kondisi usaha keripik tunas saat ini berdasarkan faktor internal dan eksternal bahwa dari lingkungan internal perusahaan keripik tunas memiliki kekuatan pada modal yang telah tercukupi, memiliki kualitas produk yang baik, dan sudah memiliki sertifikat halal. Sedangkan kelemahannya perusahaan belum memiliki laporan penjualan yang terperinci, dan kurangnya pemasaran produk yang belum menjangkau wilayah yang lebih luas. Dilihat dari faktor luar, muncul berbagai pesaing yang menjual produk yang sama dan sulitnya untuk mencari ketersediaan bahan baku yang sesuai dan dapat dilakukan secara kontinyu.
2. Berdasarkan matriks IFE dan EFE, perusahaan berada pada posisi di kuadran I dengan strategi yang dapat dipilih adalah *Grow and Built* dimana strategi yang cocok adalah *Market Development strategy*, *Product Development strategy* dan *Market Penetration Strategy* Strategi pengembangan usaha keripik pisang dikelurahan yosodadi yang harus diterapkan dalam usahanya adalah yang pertama melakukan efisiensi biaya produksi, kenaikan harga minyak goreng dan bahan-bahan lainnya membuat usaha keripik pisang ini harus melakukan efisiensi biaya produksi yang kedua mengupayakan ketersediaan bahan baku secara continue strategi ini diperlukan untuk menjaamin keberlanjutan usaha keripik pisang ini
3. Kesejahteraan pengusaha keripik pisang dikelurahan yosodadi semakin meningkat terbukti dari perumahan yang layak huni, aliran listrik di tempat usaha keripik pisang yang sudah tidak lagi menggunakan subsidi pemerintah ,pendidikan masyarakat yang sudah semakin meningkat hingga mampu meluluskan anak-anaknnya hingga perguruan tinggi dan tingkat kesehatan pengusaha keripipik pisang yang sudah baik serta ikut dalam BPJS dan mampu melakukan iuran tiap bulan.

#### **B. Saran**

1. Sebaiknya, perusahaan mengembangkan pemasaran poduk yang dapat menjangkau diberbagai wilayah tidak hanya didalam Kota Metro akan tetapi diseluruh Kota yang ada di Provinsi Lampung.

2. Sebaiknya para pengusaha melakukan efisiensi biaya produksi guna menekan biaya pengeluaran produksi keripik pisang. Dengan cara bekerjasama langsung dengan petani pisang agar mendapatkan harga beli pisang yang lebih murah.
3. Kurangnya modal bagi para pengusaha keripik pisang ini yang menjadi kendala, karena hal tersebut pengusaha keripik pisang dapat mencari/meminjam modal di lembaga keuangan/bank.

### **C. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan penelitian di atas, maka berimplikasi bahwa strategi pengembangan usaha keripik pisang dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat melalui SWOT dan analisis QSPM adalah:

1. Strategi Pengembangan Produk

Dalam rangka pengembangan produk yang perlu diperhatikan adalah melihat minat konsumen dan kesukaan konsumen terhadap keripik pisang. Konsumen dalam membeli produk tentunya akan bosan apabila produk yang ada di perusahaan hanya terbatas. Pengembangan produk dengan cara menambah variasi rasa akan membuat konsumen terus mencoba rasa baru sehingga konsumen tidak akan bosan.

2. Strategi pengembangan pemasaran produk

Pada variabel pemasaran produk yang perlu mendapat perhatian untuk meningkatkan kesejahteraan bahwa melihat banyaknya pesaing dan pertumbuhan penduduk yang ada, maka perlu untuk memperluas pemasaran ke arah yang lebih luas. Dalam memasarkan produk perlu memperhatikan sasaran yang dituju agar produk dapat terjual laris di pasaran. Peminat keripik pisang tentunya adalah semua konsumen di berbagai kalangan baik ekonomi kebawah atau atas. Untuk itu perlu untuk terus membuka toko-toko baru.