

## BAB VI PENUTUP

### A. KESIMPULAN

Analisis strategi pengembangan UMKM dalam meningkatkan daya saing dengan metode SWOT yang peneliti lakukan dengan cara mencari tahu *marketing mix* yang digunakan oleh Permata Bakery untuk memperoleh data dan dianalisis menggunakan metode SWOT, strategi pemasaran yang efektif didukung dengan teknik pemasaran yang baik akan mendapatkan hasil yang maksimal. Proses penentuan produk bersaing pada Permata Bakery yaitu dengan cara mencari tahu kebutuhan dan keinginan konsumen seperti produk yang sedang ramai di sosial media atau mengikuti perkembangan zaman dibidang kuliner, yaitu menawarkan kualitas harga yang bersaing sesuai dengan tingkat daya beli masyarakat disekitar lokasi dan menyesuaikan pangsa pasar agar pembeli tidak merasa keberatan untuk membeli produk pada Permata Bakery. Dengan mempromosikan produk pada platform seperti facebook, instagram dan whatsapp supaya dapat menjangkau lebih banyak konsumen, dengan cara menawarkan keunikan produk dan keunggulan produknya yang *home made* dan *made by order* atau dibuatkan setelah pesan dengan menggunakan bahan yang aman dan mendistribusikan produknya dengan cara COD (*Cash On Delivery*) atau pesan antar yang akan dapat menarik konsumen untuk membeli dengan mudah, hanya dengan melihat iklan pada sosial media dan memesannya melalui whatsapp maka produk yang dipesannya akan diantarkan oleh kurir dengan cara COD (*Cash On Delivery*).

Dari hasil analisis SWOT dapat dilihat faktor internal dan faktor eksternal perusahaan telah diperoleh hasil sebagai berikut : *Strength* / kekuatan = 4,1, *Weakness* / kelemahan = 2,4, *Opportunity* / peluang = 3,85, *Threats* / ancaman = 2, Selisih hasil dari analisis faktor internal dan eksternal yaitu Kekuatan – kelemahan = ( 4,1 – 2,4 = 1,7 ), Peluang – ancaman = ( 3,85 – 2 = 1,85 ), adapun hasil dari diagram cartesius analisis SWOT Permata Bakery berada pada Kuadran I yang mendukung strategi agresif atau *Growth Oriented Strategy* dimana pada kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan Permata Bakery memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang dengan

kekuatan yang ada pada perusahaan. Strategi yang digunakan oleh Permata Bakery untuk meningkatkan daya saing yaitu strategi SO (*Strength-Opportunity*) karena memanfaatkan faktor kekuatan dalam merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

## **B. SARAN**

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti tentang strategi pengembangan usaha untuk meningkatkan daya saing dengan metode analisis SWOT pada Home Industry Permata Bakery Mulyosari, adapun saran dari peneliti adalah sebagai berikut :

1. Marketing Mix pada *Home Industry Permata Bakery* harus tetap dilakukan dengan baik agar usaha yang dijalankan dapat berkembang sesuai dengan tujuan usaha nya yaitu dengan cara dengan tetap mempertahankan produk yang dibuat secara *home made* dan tetap mengikuti perkembangan zaman, selalu memberikan harga yang bersahabat untuk konsumen, tetap menjalankan *delivery order* yang sudah ditetapkan, dan tambah giat promosi pada agar Permata Bakery dikenal banyak pelanggan.
2. *Home industry Permata Bakery* harus dapat mengoptimalkan *Strength* / kekuatan yang ada dengan memanfaatkan peluang yang ada. *Weakness* / kelemahan *Home Industry Permata Bakery* harus dapat diminimalisir agar usahanya tetap dapat berkembang. *Opportunity* / peluang yang ada pada perusahaan harus dimanfaatkan dengan baik agar dapat merebut pangsa pasar untuk mencapai tujuan usaha. *Home Industry Permata Bakery* harus dapat mengatasi *Threts* / ancaman perusahaan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada pada usaha agar usaha tetap dapat bersaing.