

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang diperoleh, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis terhadap lingkungan internal usaha keripik pisang Dwi Putra dilihat dari kekuatan dan kelemahan yang ada pada usaha. Kekuatan usaha keripik pisang Dwi Putra terdiri dari aspek keuangan, kebutuhan modal sudah dicukupi oleh pemilik, kemudian dari aspek sumber daya manusia sudah memiliki standar kerja yang baik, sudah memiliki sertifikat halal dan izin departemen kesehatan, letak usaha yang strategis, produk yang berkualitas, serta kemasan produk yang cukup baik. Sedangkan kelemahan dari usaha keripik pisang Dwi Putra terdapat pada keterbatasan dalam pencatatan keuangan, penggunaan alat produksi yang masih sederhana, daerah pemasaran yang terbatas, dan kegiatan pemasaran produk yang masih kurang. Hasil dari matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,082 yang mengkondisikan usaha keripik pisang Dwi Putra memiliki kondisi internal yang cukup kuat.
2. Pada analisis lingkungan eksternal usaha keripik pisang Dwi Putra dapat dilihat dari peluang dan ancaman. Peluang pada usaha keripik pisang Dwi Putra yaitu adanya kredit bagi usaha, Kabupaten Tulang Bawang Barat sendiri merupakan salah satu tujuan destinasi wisata, daya beli masyarakat yang tinggi, dan meningkatkan ekonomi. Sedangkan faktor ancaman yaitu harga bahan baku yang semakin meningkat, banyaknya pesaing usaha sejenis, pasokan bahan baku pisang kapok yang relative tidak kontinu, serta barang substitusi tinggi. Hasil matriks EFE (*External Factor Evaluation*), faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 2,799. Hal ini mengindikasikan bahwa usaha keripik pisang Dwi Putra merespon peluang yang ada dan berusaha menghindari ancaman-ancaman yang ada.
3. Strategi pengembangan usaha keripik pisang Dwi Putra berdasarkan matriks IFE dan EFE, usaha keripik pisang Dwi Putra berada pada kuadran I berarti perusahaan menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan internal. Strategi yang harus dilakukan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka Panjang dengan cara strategi agresif. Formulasi strategi pengembangan usaha keripik pisang Dwi Putra

yang harus diterapkan dalam usahanya adalah mempertahankan kualitas produk keripik pisang yang berbahan baku alami, bermutu dan bergizi tinggi untuk memenuhi permintaan keripik pisang, meningkatkan dan memperkuat jaringan pemasaran, memperbaiki sistem manajemen usaha, mengupayakan ketersediaan bahan baku utama dengan kontinu, melakukan efisiensi bahan produksi, melakukan pengembangan atau diversifikasi produk untuk menghadapi barang substitusi yang tinggi dan memperluas daerah pemasaran agar konsumen lebih mengenal keripik pisang Dwi Putra.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

1. Faktor Internal

Sebaiknya melakukan pengembangan pasar dan promosi produk. Dengan meningkatkan promosi dengan membuka pangsa pasar baru untuk mendapatkan pelanggan baru, terutama pelanggan di berbagai kota. Dan membuat pencatatan laporan keuangan secara akuntansi agar dapat memberikan informasi yang digunakan untuk mengambil keputusan evaluasi usaha.

2. Faktor Eksternal

Sebaiknya keripik pisang Dwi Putra memanfaatkan kelebihan serta peluang yang dimiliki untuk menangkap kesempatan dan menghadapi ancaman yang ada kemudian memperbaiki kelemahan. Usaha keripik pisang Dwi Putra dapat pula mengambil peluang dalam menarik minat dari pangsa pasar wisatawan dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dari segi harga yang relatif murah dan kualitas produk, dengan menawarkan beragam fasilitas yang dimiliki dalam melakukan promosi produk atau diskon, sehingga menarik minat beli para konsumen baru.

3. Strategi Pengembangan Usaha

Prospek usaha keripik pisang Dwi Putra bisa dijalankan dalam jangka panjang maka usaha diharapkan mempertahankan kondisi faktor internal usaha. Strategi pengembangan usaha yang disarankan yaitu strategi SO (Strength-Opportunity) yaitu strategi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Seperti mempersiapkan stok bahan baku, menginovasi produk serta meningkatkan kualitas produk.