

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Adapun dari hasil di atas dapat di analisa dari penelitian ini maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada faktor internal berupa kekurangan yang dapat menimbulkan penyebab penurunan volum penjualan : banyak nya produk yang dikeluarkan sehingga konsumen tidak mengetahui keseleruhan produk yang ada, promosi sering kali kurang tepat , konsep dan desain yang relative sama sementara karakter konsumen berbeda-beda, dan ada faktor eksternal sebagai ancaman: muncul banyak nya pesaing yang memiliki produk yang sama persis , pelanggan semakin sensitif terhadap rasa.
2. Strategi yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan dapat dilihat dari analisis SWOT sebagai berikut :
 - a. Terus melakukan inovasi baru dan menjaga kualitas tetap terbaik terhadap produk karena dengan meningkatnya minat masyarakat ini harus dibarengi agar masyarakat tidak merasa jenuh dan bosan
 - b. Terus memberikan sistem pelayanan penjualan dengan baik terhadap para konsumen agar loyalitas konsumen dipertahankan dengan meningkatnya perkembangan dibidang usaha ini
 - c. Mempertahankan rasa khas dari produk *fried chicken* agar konsumen tetap konsisten membeli produk *fried chicken* di *dkriuk fried chicken*
 - d. Berani berinovasi mengeluarkan produk rasa baru yang belum ada di para pesaing
 - e. Membuat konsep dan desain yang memiliki ciri khas agar konsumen tidak suka tertukar dengan usaha para pesaing
 - f. Membuat sistem promosi yang lebih tepat lagi dengan memanfaatkan digitalisasi yang lagi meningkat pengguna nya agar promosi lebih menyuruh dari kalangan usia berapapun maupun daerah daerah terpelosok mengetahuinya dan mensosialisasikan lebih jelas dan banyak tentang keseluruhan produk .

- g. Mengawasi kegiatan promosi dan pengenalan produk lebih dalam lagi agar lebih tepat sasaran dan tersampaikan dengan baik
 - h. Mengembangkan sistem promosi melalui digitalisasi dengan baik
3. Tindakan apa yang harus dilakukan dengan menggunakan metode QSPM diperoleh alternatif strategi sebagai berikut:

Terus melakukan inovasi baru dan menjaga kualitas tetap terbaik terhadap produk karena dengan meningkatnya minat masyarakat ini harus dibarengi agar masyarakat tidak merasa jenuh dan bosan, lalu terus memberikan sistem pelayanan penjualan dengan baik terhadap para konsumen agar loyalitas konsumen dipertahankan dengan meningkatnya perkembangan dibidang usaha ini, lalu mempertahankan rasa khas dari produk *fried chicken* agar konsumen tetap konsisten membeli produk *fried chicken* di *dkriuk fried chicken*, kemudian berani berinovasi mengeluarkan produk rasa baru yang belum ada di para pesaing, membuat konsep dan desain yang memiliki ciri khas agar konsumen tidak suka tertukar dengan usaha para pesaing, membuat sistem promosi yang lebih tepat lagi dengan memanfaatkan digitalisasi yang lagi meningkat pengguna nya agar promosi lebih menyuruh dari kalangan usia berapapun maupun daerah daerah terpelosok mengetahuinya dan mensosialisasikan lebih jelas dan banyak tentang keseluruhan produk, lalu mengawasi kegiatan promosi dan pengenalan produk lebih dalam lagi agar lebih tepat sasaran dan tersampaikan dengan baik, dan mengembangkan sistem promosi melalui digitalisasi dengan baik

5.2 Saran

Adapun hasil penelitian yang diperoleh di atas maka dapat diajukan saran sebagai bahan evaluasi yang harus diperhatikan oleh UMKM *Dkriuk Fried Chicken*, berikut :

1. UMKM *Dkriuk Fired Chicken* harus lebih mengawasi dan memilah metode terhadap promosi yang diberikan agar promosi yang dilakukan lebih tepat sasaran.

2. UMKM *Dkriuk Fried Chicken* harus lebih bisa memahami karakteristik para konsumennya agar konsumen merasa puas dengan produk dan rasa yang di keluarkan oleh *Dkriuk fried chicken*.
3. UMKM *Dkriuk Fried Chicken* harus memiliki rasa khas atau ciri tertentu agar produk,rasa, bisa dibedakan oleh para pesaing nya.
4. UMKM *Dkriuk Fried Chicken* harus lebih mempertahankan rasa yang telah dikenal kan terhadap para konsumen agar konsumen tetap loyal terhadap *Dkriuk Fried Chicken*.

