BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Untuk mengetahui hasil dari permasalahan yang ada, penulis mengolah data tersebut dengan menggunakan beberapa cara, yaitu dengan metode SWOT termasuk uji validitas dan reliabilitas, dan juga dengan metode QSPM. Berdasarkan rumusan masalah yang ada, untuk melakukan observasi dan pengolahan data pada UKM bakso goreng, kesimpulan sebagai berikut:

1. Kekuatan bakso goreng merk SSG sebagai berikut:
 - a. Produk mudah untuk didapatkan mendapatkan angka sebesar 46,3% diangka 5 yaitu “sangat penting”.
 - b. Kualitas yang cukup baik mendapatkan angka sebesar 53,7%, diangka 5 yaitu “sangat penting”.
2. Kelemahan bakso goreng merk SSG sebagai berikut:
 - a. Kemasan kurang menarik mendapatkan angka sebesar 47,8%, diangka 4 yaitu “penting”.
 - b. Harga sedikit lebih mahal mendapatkan angka sebesar 38,8%, diangka 4 yaitu “penting”.
 - c. Bumbu bakso goreng mudah menggumpal mendapatkan angka sebesar 37,3%, diangka 4 yaitu “penting”.
3. Peluang bakso goreng merk SSG sebagai berikut:
 - a. Bisa dijual kembali dalam jumlah satuan mendapatkan angka sebesar 100%, diangka 4 yaitu “penting”.
 - b. Harga satuan lebih menguntungkan mendapatkan angka sebesar 50%, diangka 5 yaitu “sangat penting”.

4. Ancaman bakso goreng merk SSG sebagai berikut:
 - a. Harga produk lain lebih murah mendapatkan angka sebesar 100%, diangka 3 yaitu “cukup penting”.
 - b. Adanya merk produk yang sudah besar mendapatkan angka sebesar 50%, diangka 3 yaitu “cukup penting”.
5. Untuk mcara meningkatkan penjualan dengan menggunakan metode SWOT:
 - a. Hasil dari penjualan dengan metode SWOT dalam IFAS, *Strenght Opportunities (SO)* membuat potongan harga, membuat akun penjualan di semua media sosial, membuat akun disetiap *e-commers*. *Weakness Opportunities (WO)* membuat pembaruan kemasan yang menarik, mempromosikan dimedia sosial.
 - b. Hasil dari penjualan dengan metode SWOT dalam EFAS, *Strenght Treathht (ST)* membuat jenis produk lebih dari satu, meningkatkan pelayanan, kerja sama dengan pihak lain. *Weakness Treathht (WT)* melakukan inovasi produk, optimalisasi usaha pemasaran produk, mengikuti *event*.
6. Untuk mengetahui tindakan yang harus dilakukan dengan menggunakan metode QSPM :

Terdapat beberapa hal yang harus dilakukan oleh pemilik UKM bakso goreng merk SSG yang dimana diharuskan untuk membuat promo untuk produknya, jika terjadi penjualan menurun. Untuk langkah selanjutnya pemilik UKM bakso goreng merk SSG melakukan inovasi terhadap produknya yaitu dengan cara memperbaiki bentuk dalam produknya yang lebih menarik dan efisien. Lalu untuk tahap selanjutnya dilakukan adanya perubahan kemasan agar konsumen lebih tertarik untuk membelinya dan mempunyai perbedaan yang menonjol dengan pesaing. Tahap selanjutnya harus adanya promosi ke sosial media atau siaran radio

untuk meyakinkan konsumen agar membelinya. Selanjutnya mengoptimalkan segi produk hingga pemasaran produk agar penjualan lebih luas dikenal oleh masyarakat dan memanfaatkan media sosial atau *online shop*. Tahap selanjutnya melakukan lebih dari satu varian rasa dari produk, agar konsumen dapat memilih varian rasa dari yang sebelumnya. Lalu memperbaiki hasil dari bubuk bakso goreng agar tidak ada yang terbuang. Dan yang terakhir harus mengikuti apa yang sedang *trend* pada saat ini agar konsumen lebih tertarik membelinya.

5.1 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari peneliti yang telah selesai, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat dan digunakan untuk pengembangan UKM bakso goreng, berikut beberapa saran:

1. UKM Bakso goreng SSG diharapkan untuk membuat varian rasa yang berbeda, seperti rasa pedas ditambahkan keju atau bumbu sapi panggang dan bisa juga menambahkan varian rasa baru keju, sapi panggang, jagung bakar dan juga pizza, agar berbeda dan lebih unggul dengan produk lain.
2. UKM Bakso goreng SSG diharapkan dapat memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal dengan mengikuti perkembangan modern, yaitu dengan penggunaan media sosial, sehingga dapat bersaing dengan para pesaing.
3. UKM Bakso goreng SSG diharapkan dapat mengikuti disetiap *event* tertentu.
4. Membuat potongan harga (promo) agar konsumen membeli lebihbanyakdaribiasanya.