

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang di dapat dari penelitian mengenai Strategi Pemasaran Produk Tahu Menggunakan Analisis SWOT UMK Tahu Koleks, yaitu :

1. Berdasarkan hasil dari analisis terhadap faktor *internal* dan *eksternal* diketahui bahwa kondisi UKM Tahu Koleks dalam keadaan baik. UKM Tahu Koleks berhasil memanfaatkan kekuatan yang dimiliki yaitu mempunyai pelanggan tetap, memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan dan mempunyai reputasi yang baik. UKM Tahu koleks juga memiliki kelemahan yaitu masih menggunakan teknologi sederhana, tidak mempunyai media sosial, tidak mempunyai nama merk produk. Di belakang kekuatan dan kelemahan pada UKM Tahu Koleks, UKM Tahu Koleks juga memiliki peluang dan ancaman yaitu, konsumen UKM Tahu Koleks menyukai produk tahu yang dijual, kepuasan harga yang ditetapkan tidak terlalu mahal dengan produk serupa, produk tahu menjadi kebutuhan masyarakat sekitar. UKM Tahu koleks juga memiliki ancaman yaitu, semakin banyak pesaing, adanya hubungan kerja sama untuk bahan baku pembuatan tahu, naiknya harga kedelai.

2. Berdasarkan hasil dari analisis terhadap faktor *internal* dan *eksternal* di dapatkan dua strategi pemasaran yaitu strategi operasional dan pemasaran, UKM Tahu Koleks harus bekerja sama dengan komunitas dan pemasok lokal. Penggunaan teknologi modern dapat membantu meningkatkan volume penjualan, UKM Tahu Koleks juga harus diversifikasi pemasok bahan baku agar kualitasnya sesuai dengan standar kualitas. Penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook dan Marketplace dapat memperluas jangkauan pasar dan menarik konsumen baru. Implementasi strategi UKM Tahu Koleks membuat rencana tindakan serta monitoring dan evaluasi .

5.2 Saran

Berdasarkan Kesimpulan dari penelitian yang telah selesai, maka peneliti memberikan beberapa saran yang di harapkan dapat bermanfaat dan di gunakan untuk pengembangan UMK Tahu Koleks sebagai berikut :

1. Peningkatan Teknologi Produksi:

UKM Tahu Koleks perlu berinvestasi dalam teknologi produksi yang lebih modern. Dengan meningkatkan teknologi, proses produksi dapat menjadi lebih efisien dan produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang lebih konsisten. Ini juga dapat membantu mengurangi biaya produksi dalam jangka panjang.

2. Pemanfaatan Media Sosial:

Pemasaran melalui media sosial harus lebih dioptimalkan. Membuat konten yang menarik dan informatif tentang produk tahu serta testimoni pelanggan dapat membantu menarik lebih banyak konsumen baru. Platform seperti Instagram, Facebook Marketplace, dan TikTok dapat digunakan untuk memperluas jangkauan pasar.

3. Diversifikasi Produk:

Menambahkan varian produk tahu baru yang inovatif dapat menarik perhatian konsumen. UKM Tahu Koleks dapat melakukan survei pasar untuk mengetahui preferensi konsumen dan mengembangkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar.

4. Pengembangan Strategi Pemasaran:

Strategi pemasaran yang lebih agresif diperlukan untuk meningkatkan penjualan. Selain menggunakan media sosial, UKM Tahu Koleks juga dapat menjalin kerjasama dengan toko-toko lokal dan supermarket untuk mendistribusikan produknya. Promosi melalui diskon dan paket bundling produk juga dapat meningkatkan penjualan.

5. Pelatihan dan Pengembangan Karyawan:

Memberikan pelatihan kepada karyawan tentang teknologi produksi baru dan layanan pelanggan dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan. Karyawan yang terlatih dengan baik dapat membantu perusahaan mencapai tujuannya dengan lebih efektif.

6. Manajemen Rantai Pasok:

Menjalin hubungan baik dengan pemasok kedelai dan memastikan pasokan bahan baku yang stabil sangat penting untuk menjaga kelangsungan produksi. UKM Tahu Koleks dapat mencari pemasok alternatif untuk mengurangi risiko fluktuasi harga bahan baku.

7. Meningkatkan Layanan Pelanggan:

Menyediakan layanan pelanggan yang responsif dan profesional dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Implementasi sistem layanan seperti Cash On Delivery (COD) dan layanan pengiriman dapat memberikan kenyamanan lebih bagi konsumen.