

## VI KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Dapat disimpulkan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Keadaan usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia memiliki tempat yang bagus baik dari peralatan, bahan baku dan lokasi pemasarannya. Proses produksi dilakukan setiap 3 kali dalam seminggu, yang mampu menghasilkan 9 kg adonan kerupuk ikan nila untuk setiap 1 kali produksinya, hasil produksi kerupuk ikan nila dijual seharga Rp. 50.000/kg dan dipasarkan ke warung setempat atau biasanya di pasarkan melalui via *Whatsapp* dan *Facebook*.
2. Kondisi lingkungan internal dan eksternal di usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia yaitu:
  - a) Kondisi lingkungan internal ada sumber daya manusia dengan tingkat keterampilan yang sangat terampil dan sudah berpengalaman selama 4 tahun. Sumber modal berasal dari modal sendiri. Produk yang dihasilkan oleh usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia memiliki kualitas yang bagus namun produk di produksi tidak continue. Lokasi usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia yang dekat dengan warung penitipan kerupuk berjarak 1-5 km dan memiliki akses yang sangat lancar bisa diakses dengan roda dua maupun roda empat. Harga jual produk yang dipasarkan jauh lebih murah dari pangsa pasar lain.
  - b) Kodisi lingkungan eksternal yaitu, permintaan target pasar dari pesanan online yang banyak tapi belum tersuplay. Teknologi IT yang mendukung

dalam perkembangan usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia. Bantuan pemerintah yang belum ada sampai saat ini untuk membantu mengembangkan usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia. Pesaing sejenis yang banyak diatas 5 agroindustri membuat kerupuk ikan nila .

3. Nilai total rata-rata tertimbang IFE adalah 3,23 dan nilai total rata-rata terimbang EFE adalah 1,59 dapat digambarkan pada matriks IE yang terletak di sel VII yang menunjukkan *Hold and Maintain* (pertahankan dan pelihara). Strategi umum yang dipakai adalah penetrasi pasar, pengembangan produk dan pengembangan pasar.

Strategi operasional yang didapatkan adalah sebagai berikut :

- a. Strategi S-O yaitu, meningkatkan promosi yang bisa menarik konsumen dan memanfaatkan teknologi IT untuk perkembangan usaha.
  - b. Strategi W-O yaitu, membuat penawaran pada pasar di lokasi yang strategis (seperti agrowisata).
  - c. Strategi S-T yaitu, meningkatkan pemasaran dengan menambah penawaran.
  - d. Strategi W-T yaitu, meningkatkan jumlah produk olahan dan pemasaran.
4. Prioritas strategi yang tepat menggunakan matriks QSPM adalah meningkatkan promosi yang bisa menarik konsumen dengan nilai TAS tertinggi (6,63) dan membuat penawaran pada pasar dengan nilai TAS tertinggi (6,06).

## 6.2 Saran

Saran yang dapat disampaikan dari hasil penelitian ini yaitu, untuk segi kemasan pada usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia sebaiknya menggunakan kemasan yang lebih menarik lagi seperti menggunakan kemasan ziplock dan

ditambahkan logo atau nama usahanya, dan sebaiknya ibu Jamelia harus lebih rutin dalam memproduksi produk kerupuk ikan nila, dan apabila cuaca tidak mendukung proses penjemuran kerupuk ada baiknya ibu Jamelia membeli alat bantu seperti oven khusus untuk proses penjemuran kerupuk. Untuk pengusaha sebaiknya memfokuskan pada promosi yang bisa menarik konsumen seperti, mengikuti pameran atau bazar di setiap event, membuat konten promosi yang kreatif dan menarik, membuat program penawaran diskon bagi pelanggan yang setia, melakukan kemitraan dengan merek lain, serta bekerja sama dengan *influencer*.

