

## VI KESIMPULAN DAN SARAN

### 1.1 Kesimpulan

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

1. Usaha keripik tempe Ziyaada milik oleh Ibu Muslikhatin berlokasi di Jalan Sedap Malam, Desa Sri Agung. Produksi dilakukan 3 kali seminggu dengan hasil 17 Kg per penggorengan, produk dijual secara offline ke warung sekitar dan rumah makan dengan harga (Rp. 2.000, Rp. 8.000, dan Rp. 50.000).
2. Kondisi internal dan eksternal usaha keripik tempe Ziyaada yaitu:
  - a. Kondisi lingkungan internal yang merupakan kekuatan terletak pada tenaga kerja 4 orang karyawan, modal berasal dari pribadi, keuntungan sebelumnya diputar untuk dijadikan modal kembali, proses produksi dilakukan secara rutin, mampu mencukupi permintaan, mampu mengcover semua pesanan, bahan baku kedelai tersedia secara berkelanjutan, harga yang stabil. Sedangkan kelemahan terletak pada Sumber daya manusia belum memiliki pengalaman dan kurang terampil (masih bertanya), proses produksi masih menggunakan alat tradisional, bahan baku kedelai tidak premium. pemasaran secara konvensional, produk dijual di warung sekitar, harga produk lebih tinggi dibanding usaha sejenis.
  - b. Kondisi lingkungan eksternal yang merupakan peluang yaitu pangsa pasar yang belum disuplay. Sedangkan ancaman yaitu produk memiliki banyak peminat, tapi penjualan tidak selalu habis,

pemilik belum menguasai perangkat digital, belum ada bantuan pemerintah, dan jumlah pesaing lebih dari dua.

3. Nilai rata-rata tertimbang IFE 2,94 dan nilai rata-rata tertimbang EFE 1,64, dapat digambarkan pada matriks IE yang terletak di kuadran VIII yang menunjukkan Growth (diversifikasi dan konglomerat).
4. Prioritas strategi yang tepat menggunakan matriks QSPM adalah inovasi produk dan pengelolaan biaya produksi.

## 1.2 Saran

Usaha keripik tempe Ziyaada perlu melakukan inovasi produk melalui pengembangan variasi rasa, bentuk, dan kemasan yang lebih menarik, serta mengelola biaya produksi, memperluas pasar dengan produksi rutin dan ketersediaan bahan baku, pelatihan tenaga kerja dan peningkatan pemasaran digital, meningkatkan kualitas bahan baku dan produk, meningkatkan kapasitas usaha melalui modal dan peralatan, modernisasi produksi dan peningkatan efisiensi kerja, menambah pangsa pasar baik offline maupun online (Whatsapp, Facebook, Instagram, dan Tiktok). Bentuk keripik sebaiknya disesuaikan agar tidak terlalu lebar dan mudah remuk, serta kemasan sebaiknya dibuat lebih menarik, serta disarankan agar pengusaha memanfaatkan perangkat dan platform digital untuk mempermudah promosi dan pemasaran produk meski sarana digital terbatas.