

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi lingkungan Internal Faktor Analisis Strategi (IFAS) dan lingkungan Eksternal Faktor Analisis Strategi (EFAS) pada UMKM Roman Indah, berdasarkan kesimpulan diperoleh hasil sebagai berikut:

- ✓ Internal Faktor Analisis Strategi
 - Kekuatan pada UMKM Roman Indah adalah produk yang dijual lengkap, barang langsung diproduksi dari UMKM Roman Indah itu sendiri, di UMKM Roman Indah konsumen dapat membayar secara tunai dan kredit tergantung dengan kesepakatan, mereka juga menjual produk secara eceran dan grosiran, sudah mempunyai pelanggan tetap, UMKM Roman Indah juga memiliki cabang di kota Pekanbaru, dan lokasi usaha nya yang strategis.
 - UMKM Roman Indah memiliki kelemahan yaitu kurangnya tenaga kerja disana, kondisi toko yang sempit sehingga sebagian barang tidak terpajang dengan lengkap, begitu juga dengan tempat parkir yang susah, modal untuk pengembangan usaha pun juga masih kurang, begitupun juga dengan logo UMKM yang kurang menarik, tidak ada asuransi untuk barang yang rusak, dan juga promosi yang dilakukan kurang gencar.
- ✓ Eksternal Faktor Analisis Strategi
 - Setiap tahun ajaran baru kebanyakan sekolah atau perguruan tinggi memesan produk ke UMKM Roman Indah. Jadi setiap tahun ajaran baru merupakan peluang bagi UMKM Roman Indah untuk meningkatkan penjualannya.
 - Harga dari pemasok barang yang semakin mahal sehingga barang yang dijual

ikut menjadi mahal, ketidakstabilan bahan baku yang menyebabkan terhalangnya kegiatan produksi, dan adanya UMKM lain yang menjual produk yang sama seperti UMKM Roman Indah.

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan pada UMKM Roman Indah, maka beberapa strategi telah dirumuskan dalam upaya meningkatkan daya saing diantaranya sebagai berikut; Mempertahankan harga dan kualitas produk untuk meningkatkan loyalitas konsumen; Menjalinkan kerjasama yang saling menguntungkan untuk memperluas wilayah pemasaran; Meningkatkan jumlah produksi menjelang tahun ajaran baru; Menjaga kualitas produk; merubah desain kemasan supaya lebih menarik konsumen; Memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai sarana promosi; Meningkatkan modal usaha untuk memperluas wilayah pemasaran dan menambah jumlah produksi; Melakukan perluasan wilayah pemasaran dan melakukan promosi untuk menarik konsumen.

Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran melalui kumpulan-kumpulan data yang diperoleh setelah dianalisis, dibuat dan disusun secara sistematis (menyeluruh) dan sistematis yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati yang memiliki validitas baik, baik sumber dari pustaka, serta dilakukan dengan uraian dan analisis yang mendalam dari data yang diperoleh dari lapangan.

Berdasarkan hasil analisis terhadap variable yang diranting dan bobot yang sesuai dengan kriteria faktor strategi internal yang telah ditentukan, maka diperoleh hasil UMKM Roman Indah memiliki peluang (*opportunities*) senilai 1,52 dan nilai ancaman (*therats*) senilai 1,11 sehingga dapat disimpulkan bahwa UMKM Roman Indah memiliki peluang (*opportunities*) yang lebih besar senilai (positif) = 0,41 dari ancaman (*therats*).

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada pihak UMKM Roman Indah agar memperluas jaringan distribusi pesanan yang dijual, dan menjualkan juga di *market place* oleh UMKM Roman Indah.
2. Membuat desain logo yang lebih menarik, serta mempertahankan mutu dan meningkatkan mutu kualitas produk untuk memberikan jaminan terhadap produk.
3. Bekerjasama dengan pihak supplier agar nantinya bahan baku yang tersedia menjadi stabil dan membuat inovasi baru dalam produksi barang mengikuti trend setiap tahunnya.
4. Mempertahankan kualitas dan harga agar tetap menjadi pilihan konsumen dengan tetap menjaga hubungan yang baik dengan supplier untuk efisiensi harga bahan baku.
5. Mengubah Penataan UMKM agar lebih rapi, membuat desain logo yang lebih menarik, menambah tenaga kerja, dan berikan diskon harga saat *event* tertentu.
6. Meningkatkan promosi secara kontinu dengan membangun loyalitas konsumen dengan memberikan produk yang bagus dan berkualitas dan menyiapkan kotak saran untuk menampung masukan dari pelanggan.
7. Mengambil pinjaman dari pihak bank untuk menambah alat produksi dan juga untuk mendesain/merancang ulang toko agar terciptanya suasana nyaman bagi konsumen yang datang langsung ke toko.