

**BAB V**  
**KESIMPULAN DAN SARAN**

**5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan yang didapat dari hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. UD. Dua Putri Dewi memiliki strategi pemasaran SWOT sebagai berikut:
  - a. Kekuatan (*Streght*), yaitu : rasa ledre pisang yang enak dengan skor 0,189 paling tinggi dibandingkan nilai skor indikator faktor kekuatan yang lain.
  - b. Kelemahan (*Weakness*), yaitu : belum lengkapnya peraturan pelaksanaan pengelolaan produksi dan dana, termasuk SOP (standar operasi dan prosedur) adalah 0,121 paling tinggi dibandingkan nilai skor indikator faktor kelemahan yang lain.
  - c. Peluang (*Opportunity*), yaitu : dukungan pemerintah sangat berguna adalah 0,206 paling tinggi dibandingkan nilai skor indikator faktor peluang yang lain.
  - d. Ancaman (*Threath*), yaitu : jumlah pesaing yang bertambah dan kompetitif adalah 0,154 paling tinggi dibandingkan nilai skor indikator faktor ancaman yang lain.
2. Strategi pemasaran pada usaha UD. Dua Putri Dewi dengan menggunakan analisis SWOT berada pada kuadran I yang merupakan strategi yang mendukung strategi agresif. Pada posisi tersebut UD. Dua Putri Dewi berada pada situasi yang dimana kekuatan yang memanfaatkan peluang.

Dengan demikian, strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

## **5.2 Saran Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

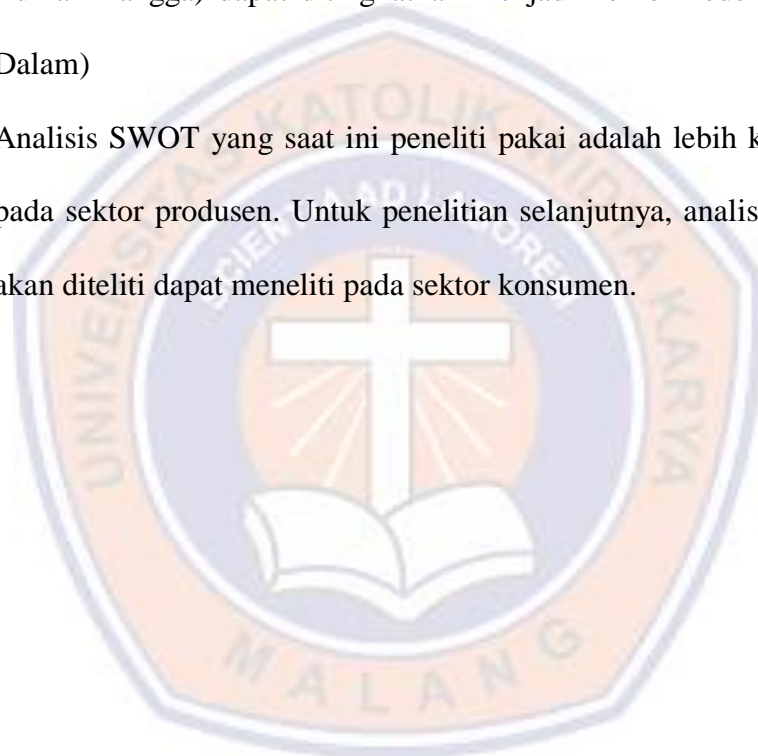
1. Pada faktor kekuatan pada strategi SWOT, yaitu kualitas rasa produk ledre sangat unggul daripada faktor kekuatan lain. Untuk mendukung faktor tersebut, faktor kekuatan yang lain haruslah ditingkatkan. Sebagai contoh adalah menambah variasi rasa yang mengikuti *trend* dan memperbaiki kemasan produk ledre yang lebih menarik dan memiliki ciri khas tersendiri dari produk ledre sejenis.
2. Pada faktor kelemahan pada strategi SWOT yang paling unggul adalah mengenai kelengkapan pelaksanaan pengelolaan produksi dan dana. Untuk menekan kelemahan itu, diperlukannya suatu sistem tata kelola produksi yang rapi dan lengkap. Sehingga dalam melaksanakan produksi, para karyawan memiliki kualitas yang baik dalam bekerja dan meningkatkan mutu perusahaan.
3. Pada faktor peluang dalam strategi SWOT, dukungan pemerintah merupakan faktor yang sangat mendukung dalam peluang usaha. Untuk mendukung faktor tersebut, faktor peluang yang lain haruslah ditingkatkan. Saat ini kemajuan jaringan komunikasi dan media periklanan secara online yang sangat berkembang dengan pesat. Hal tersebut bisa dimanfaatkan

secara maksimal oleh UD. Dua Putri Dewi untuk meningkatkan daya beli dan permintaan konsumen. Serta dapat memperkenalkan produk ledre pisang lebih luas ke masyarakat umum sebagai makanan khas Kota Malang.

4. Faktor ancaman pada strategi SWOT yang paling unggul adalah jumlah pesaing yang bertambah dan kompetitif. Untuk menekan ancaman tersebut, usaha ledre pisang, UD. Dua Putri Dewi harus mampu meningkatkan kualitas SDM agar dapat meningkatkan kualitas produk. Jika kualitas produk sudah meningkat, maka dapat memperbesar skala usaha atau industri dan disamping itu menambah dan meningkatkan alat-alat teknologi untuk mendukung proses produksi. Sehingga, perusahaan dapat dikatakan mampu untuk bersaing menjadi sebuah usaha dagang berskala *home industry* yang sangat kompetitif serta visi, misi, dan tujuan perusahaan dapat tercapai.
5. Dengan menunjukan hasil posisi diagram Analisis SWOT pada kuadran I, dan hasil perhitungan kuesioner dengan menunjukan hasil rekapitulasi dengan skor terbesar pada strategi SO yaitu mendukung strategi yang agresif, maka UD. Dua Putri Dewi diharapkan mampu memanfaatkan peluang usaha dengan meningkatkan variasi rasa dengan cita rasa khas Kota Malang dan meningkatkan variasi asal bahan baku pisang agar konsumen lebih tertarik. Dan untuk meningkatkan usaha, dapat memanfaatkan dukungan pemerintah melalui perijinan, permodalan, dan investasi yang dapat digunakan untuk memperluas segmen pasar yang tidak hanya di dalam kota, tetapi ke luar kota, dan ke luar provinsi dengan cara membuka

tempat produksi baru. Serta dapat memperluas jaringan pasar yang tidak hanya mengandalkan toko lokal atau toko oleh-oleh, tetapi juga dapat memanfaatkan pasar modern seperti pasar raya.

6. Untuk meningkatkan status dari usaha dagang *home industry* menjadi usaha lokal dengan skala nasional, maka kode nomor usaha PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dapat ditingkatkan menjadi nomor kode MD (Makanan Dalam)
7. Analisis SWOT yang saat ini peneliti pakai adalah lebih kepada meneliti pada sektor produsen. Untuk penelitian selanjutnya, analisis SWOT yang akan diteliti dapat meneliti pada sektor konsumen.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Abubakar. 2013. Manajemen Pemasaran Strategis. Edisi 8. Jakarta: Salemba Empat.
- Amalia, Dina. 2018. Tugas dan Tanggung Jawab Manajer Keuangan dalam Perusahaan. <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-tugas-dan-tanggung-jawab-manajer-keuangan/> (diakses tanggal 18 Mei 2019)
- Anonim. 2009. Standar Prosedur Pengolahan Pisang. Direktorat Pengolahan Hasil Pertanian Direktorat jenderal pengolahan dan Pemasaran hasil pertanian Departemen pertanian. Jakarta
- Antarlina. 2004. Pengolahan Buah Dalam Mendukung Pengembangan Agroindustri Di Kalimantan. Dalam prosiding Seminar Nasional Klinik Teknologi Pertanian Sebagai Basis Pertumbuhan Usaha Agribisnis Menuju Petani Nelayan Mandiri. Puslitbang Sosek Pertanian.
- Ashari. 2005. Hortikultura Aspek Budidaya. Buku. Penerbit Universitas Indonesia. Jakarta. 141--146 p.
- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2015. Produksi Buah-Buahan di Indonesia 2011-2015. <http://www.pertanian.go.id/Data5tahun/pdf-HORTI2016/2/Produksi%20Nasional%20Buah.pdf> [Diakses tanggal 17 Februari 2019].
- Buchari, Alma . 2009. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Ke-8, Bandung: Alfabeta
- Gumilar, Sambas. 2007. Metode Riset Bisnis dan Manajemen, Bandung, Universitas Widyatama
- Hartono, Andrian. 2012. Pengaruh Display, Kepercayaan Merek, Keakraban Merek, Persepsi, Harga Terhadap Intensi Pembelian dan Pembelian Tak Terencana. Jurnal Ekonomika Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana, dan 1 (1), 1 – 22
- Ifle, Tom MC. 2016. Tugas Marketing yang Wajib Diketahui Pebisnis. <https://www.tommCIFLE.com/tugas-marketing-yang-wajib-diketahui-pebisnis/>. (diakses tanggal 18 Mei 2019)
- Indriyani, Siti. 2018. Tugas Staff Produksi. <https://sitiindriyani.wordpress.com/2018/01/10/tugas-staff-produksi/>. (diakses tanggal 18 Mei 2019)



- Jain, SC. 2000. *Marketing Planing and Strategy. Forth Edition, Cicinnati. South Western Publishing Company.*
- KBBI. 2017. Kamus Besar Bahasa Indonesia. <http://bahasa.kemdiknas.go.id/kbbi/index.php>. Diakses [28 Januari 2019].
- Kotler dan Amstrong.2012. *Principles of Marketing (13th edition)*. New Jersey, USA: Pearson Prentice Hall
- Kotler. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga,
- Lubis. 2011. Porsi Ideal Sayur dan Buah Tiap Hari. Jakarta: Erlangga
- Mulyanti. 2005. Teknologi Pangan, Trubus Agri Sarana, Surabaya.
- Munadjim. 2002. Teknologi Pengolahan Pisang, Gramedia, Jakarta.
- Pahlevi. 2019. Tugas Manajer Operasional Dalam Perusahaan Atau Organisasi. <https://www.pahlevi.net/tugas-manajer-operasional/>. (diakses tanggal 18 Mei 2019)
- Rangkuti, Freddy. 2015. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,
- Siagian, Sondang P. 2000. Manajemen Strategi. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Soedarjadi. 2009. Hak dan Kewajiban Pekerja. Pustaka Yustisia: Yogyakarta
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi. Banten: Penerbit Andi
- Sunthralingam dan Ravindran. 2003. *Physical and Biochemichal Properties of Green Banana lour. Journal Plant Foods for Human Nutrition*. Vol 43, Number 1, P : 19-27.
- Suyanti. 2009. Pisang Budidaya, Pengolahan Dan Prospek Pasar. Jakarta:Penebar Swadaya.
- Tambajong, Geraldly. 2013. Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. Jurnal EMBA 1291 Vol.1 No.3, Hal. 1291-1301 ISSN 2303-1174.
- Wahyuning, Ratna. 2017. Analisis SWOT Pada Usaha Waralaba (Studi Kasus Bakso Kota Cak Man Malang), Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Ilmu Pendidikan Sosial UIN Malang, [https://www.academia.edu/4781373/ANALISIS\\_SWOT\\_PADA\\_USAHA\\_WARALABA Studi Kasus Bakso Kota Cak Man Malang SKRIPSI Oleh Ratna Wahyuning 03160022 PROGRAM STUDI PENDIDIKAN E](https://www.academia.edu/4781373/ANALISIS_SWOT_PADA_USAHA_WARALABA_Studi_Kasus_Bakso_Kota_Cak_Man_Malang_SKRIPSI_Oleh_Ratna_Wahyuning_03160022_PROGRAM_STUDI_PENDIDIKAN_E)

[KONOMI JURUSAN ILMU PENDIDIKAN SOSIAL FAKULTAS TARBIYAH UNIVERSITAS ISLAM NEGERI UIN MALANG.](#) [diakses pada 19 Februari 2019].

Witono dkk., 2012. Optimasi Rasio Tepung Terigu, Tepung Pisang dan Tepung Ubi Jalar serta Konsentrasi Zat Aditif pada Pembuatan Mie. Universitas Katolik Parahayangan.

Yati, Sri. 2017. Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (Studi pada Dealer Honda Tunggul Sakti di Semarang), Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, [eprints.undip.ac.id/26745/1/skripsi\\_wita\(r\).pdf](http://eprints.undip.ac.id/26745/1/skripsi_wita(r).pdf) [diakses pada 19 Februari 2019]

Yuwono, Alim. 1999. Data Wawancara Produksi Ledre.

