BAB VI
KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil atas penentuan strategi bersaing melalui analisis *SWOT* dengan melakukan analisis faktor internal dan eksternal pada usaha Keripik Balado 4 x 7 adalah:

1. Faktor internal dalam menentukan strategi bersaing pada usaha Keripik Balado 4 x 7 adalah:
   a) Kekuatan meliputi.
      1. Perusahaan yang telah lama berdiri.
      2. Memiliki berbagai varian rasa.
      3. Harga jual produk terjangkau.
   b) Kelemahan meliputi.
      1. Lokasi perusahaan yang kurang strategis.
      2. Belum optimalnya penjualan produk.
      3. Belum adanya pemasaran lewat media sosial.
      4. Produk mudah hancur.
      5. Penjualan tidak mencapai target.
2. Faktor eksternal dalam menentukan strategi bersaing pada usaha Keripik Balado 4 x 7 adalah:
   a) Peluang meliputi:
      1. Keripik balado merupakan oleh-oleh khas Sumatera Barat.
      2. Bahan baku mudah ditemukan.
      3. Banyak peminatnya
      4. Penjualan yang strategis (bisa di jual di rumah-rumah, warung-warung, dan bisa di tawarkan lansung pada konsumen).
   b) Ancaman meliputi:
      1. Banyaknya pesaing di usaha yang sama.

2. Banyak produk cemilan lainnya yang lebih menarik.

3. Setelah pengolahan data yang dilakukan strategi bersaing yang dapat digunakan usaha Keripik Balado 4 x 7 salah satunya adalah *stable growth strategy* yang artinya dalam persaingan usaha Keripik Balado 4 x 7 menggunakan strategi pertumbuhan peran namun dilakukan secara bertahap sesuai dengan skala prioritas. Adapun strategi usulan yang dapatdiberikan adalah sebagai berikut:

***Strength-Opportunity* (SO)**

1. Memperluas wilayah cakupan untuk meningkatkan pangsa pasar.
2. Menumbuhkan kepercayaan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan.
3. Terus meningkatkan penggunaan teknologi untuk mengikuti perkembangan.
4. Meningkatkan pelayanan melalui perbaikan secara terus-menerus.

***Weakness-Opportunity* (WO)**

1. Mendirikan lokasi baru bagi perusahaan yang lebih strategis agar tidak kehilangan pelanggan.
2. Mendesain kemasan baru agar terlihat lebih menarik
3. Memasarkan produk secara online atau lewat sosial media.
4. Mengadakan promosi dan sosialisasi secara tepat sasaran.

***Strength-Threat*(ST)**

1. Menciptakan dinamika bisnis kearah kompetisi yang sehat.
2. Meningkatkan daya tarik perusahaan terhadap konsumen.
3. Meningkatkan kepercayaan konsumen loyal.

***Weakness-Threat* (WT)**

1. Menciptakan strategi promosi yang optimal.
2. Menetapkan strategi promosi harga untuk menarik konsumen.
3. Menciptakan rasa-rasa baru agar konsumen tidak mudah bosan.
4. Mengoptimalkan penjualan agar target penjualan tercapai.

6.2 Saran

Setelah hasil penelitian dilakukan, peneliti mendapatkan bahwa:

1. Usaha Keripik Balado 4 x 7 diharapkan dapat memperbaiki semua kelemahan yang menjadi faktor penyebab tidak tercapainya target penjualan produk,
2. Sebaiknya pihak perusahaan lebih mengoptimalkan promosi dan sosialisasi agar penjualan produk bisa mencapai target yang telah ditentukan.
3. Selanjutnya jika dibutuhkan, diharapkan usaha Keripik Balado 4 x 7 untuk pemasaran produk melalui media online dan media sosial. Dikarenakan pada saat sekarang ini penjualan produk secara online sudah banyak di terapkan oleh perusahaan-perusahaan lain, dan tidak sedikit orang-orang mencari yang mereka butuhkan di internet atau media sosial.