

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1.Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian mengenai Analisis SWOT dalam upaya menentukan strategi bisnis usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan IFAS usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan memiliki 7 indikator kekuatan yakni bahan baku berkualitas, harga yang murah, saran dan prasarana yang memadai, kemampuan memenuhi permintaan, pelayanan yang baik, sumber daya manusia yang tersedia serta produk yang bervariasi. Sedangkan kelemahan yang dimiliki oleh usaha nasi box ini adalah pemasaran yang belum luas, strategi promosi yang sederhana, tenaga kerja kurang terampil, lokasi produksi kurang memadai serta pengemasan dan pengelolaan usaha yang seadanya.
2. Berdasarkan EFAS usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Getan memiliki 7 indikator peluang yaitu adanya potensi pasar yang tinggi, media sosial, dapat meningkatkan ekonomi keluarga, citra perusahaan yang baik, memiliki hubungan yang baik dengan konsumen serta mendapatkan pelatihan dan pembinaan dari PT Sriboga Flour Mill dan kerjasamaa dengan pemerintah Kabupaten Kulon Progo. Ancaman yang dihadapi oleh usaha ini diantaranya

munculnya pesaing dan produk baru pesaing, persaingan harga, ketersediaan dan harga bahan baku serta meningkatnya kebijakan pemerintah

3. Berdasarkan analisis usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan melalui IE matrik memperoleh hasil berada pada sel V yang merupakan strategi pertumbuhan atau stabilitas. Pada strategi ini memungkinkan usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan mengefektifkan biaya, memperoleh status atau fasilitas tertentu dan memperluas pasar yaitu dengan cara melakukan merger (penggabungan), akuisisi (pengalihan), atau konsolidasi (peleburan) perusahaan sejenis, dengan mempertahankan kualitas produk dengan harga yang lebih murah serta meningkatkan diferensiasi produk baik dalam desain, kualitas, maupun keunikan produk, meningkatkan sumber daya manusia baik ketrampilan dalam bidang produksi maupun manajemen keuangan, serta meningkatkan strategi promosi sehingga diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan.
4. Alternatif strategi kekuatan dan peluang (S-O) yang dapat diterapkan oleh usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan yakni usaha tersebut mempertahankan kekuatan yang dimiliki seperti mempertahankan kualitas produk, menjaga hubungan baik dengan konsumen serta mengembangkan produk dengan melakukan diferensiasi produk. Selain itu juga dapat memanfaatkan strategi peluang seperti melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial.
5. Alternatif strategi untuk meminimalkan kelemahan dan peluang (W-O) yang dapat diterapkan oleh usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan

yaitu dengan memanfaatkan pembinaan oleh PT Sriboga Flour Mill guna meningkatkan ketrampilan sumberdaya manusia baik dalam bidang produksi, keuangan maupun bidang lainnya.

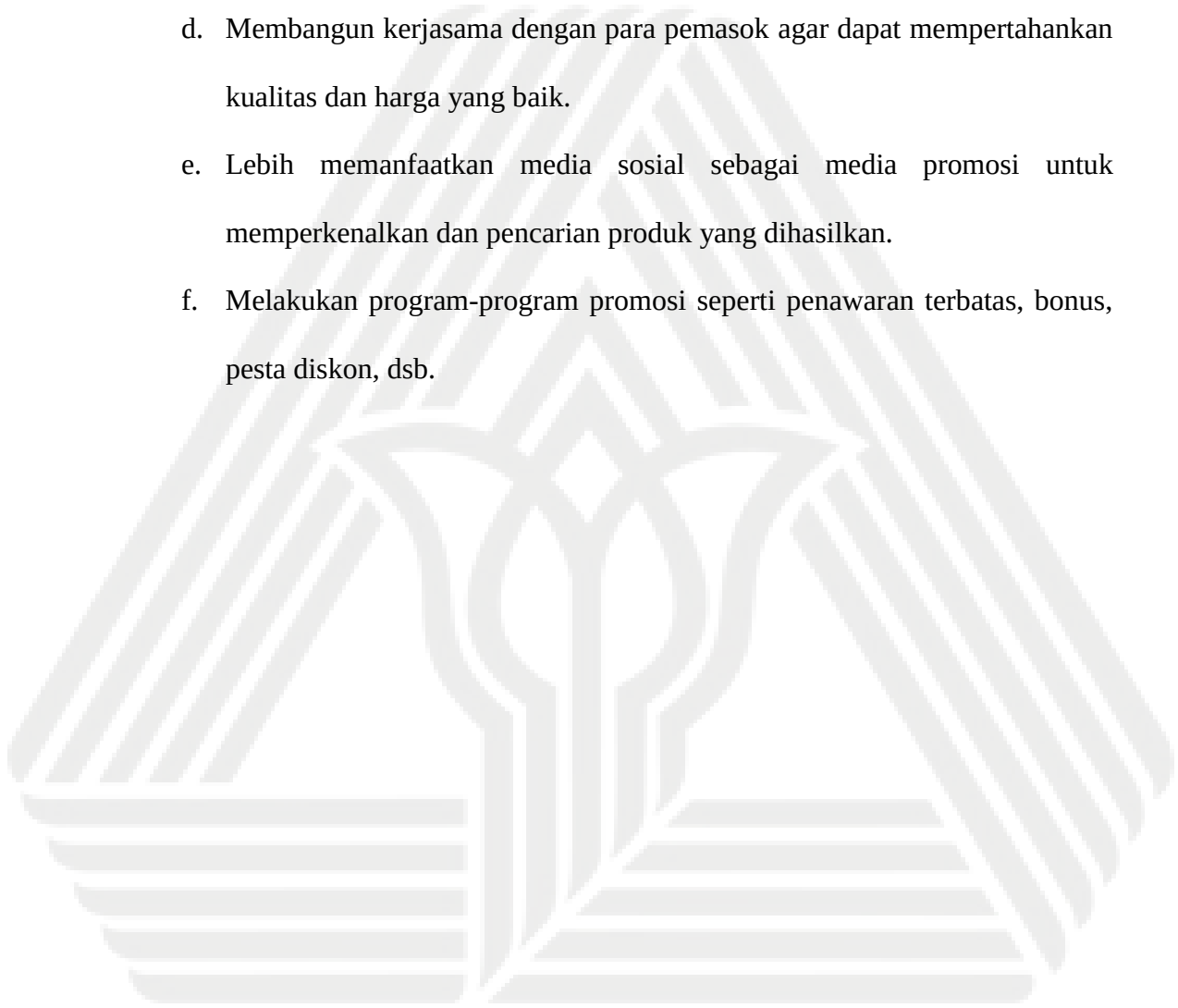
6. Alternatif strategi lain menggunakan kekuatan untuk meminimalkan ancaman (S-T) yaitu dengan mempertahankan produk dan harga dipasaran, menjaga kepercayaan dari konsumen, mempertahankan bahan baku berkualitas dengan menjalin kerjasama dengan pemasok.
7. Terakhir alternatif strategi dengan meminimalkan kelemahan dan ancaman yang akan terjadi (W-T) seperti melakukan joint venture dengan koperasi/ badan usaha lainnya guna mengefektifka biaya dan memperkuat posisi pasar.

5.2.Saran

Berdasarkan simpulan diatas, maka dapat diberikan saran dan masukan bagi pemilihan alternatif strategi bisnis usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan yaitu sebagai berikut:

- a. Meleburkan UKM Trimulya Boga dan UKM hasil binaan PT Sriboga Flour Mill lainnya menjadi sebuah koperasi produksi. Hal ini agar lebih mengefektifkan biaya, serta mengurangi adanya persaingan sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Namun harus mampu menentukan strategi pemasarannya agar mampu bersaing dengan kompetitornya.
- b. Mempertahankan kualitas produk dan harga yang lebih rendah dari pesaing. Tentunya dengan kualitas dan pelayanan yang baik, UKM akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen.

- c. Lebih memanfaatkan program pembinaan dan pelatihan oleh PT Sriboga Flour Mill untuk meningkatkan ketrampilan sumber daya manusia.
- d. Membangun kerjasama dengan para pemasok agar dapat mempertahankan kualitas dan harga yang baik.
- e. Lebih memanfaatkan media sosial sebagai media promosi untuk memperkenalkan dan pencarian produk yang dihasilkan.
- f. Melakukan program-program promosi seperti penawaran terbatas, bonus, pesta diskon, dsb.



IKOPIN