

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis, penulis mendapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil identifikasi pada UMKM Boneka Adi berkaitan dengan faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencangkup kekuatan dan kelemahan. Diketahui terdapat 5 faktor kekuatan diantaranya, potongan diskon, barang mudah diantar, tenaga kerja yang handal, variasi produk dan pengalaman produksi. Serta ada 4 kelemahan diantaranya, lokasi toko kurang nyaman, pangsa pasar, informasi terkait UMKM kurang, biaya produksi cukup tinggi dan pencatatan keuangan. Faktor eksternal mencangkup peluang dan ancaman. Diketahui ada 4 faktor peluang pada UMKM Boneka Adi diantaranya, segmentasi pasar, citra produk baik, hubungan baik dengan pemasok bahan, dan pelanggan loyal. Kemudian ada 4 ancaman pada UMKM Boneka Adi yaitu, pesaing, intervensi keluarga, keadaan ekonomi tidak stabil dan kebijakan pemerintah.
2. Perbandingan UMKM Boneka Adi dengan pesaingnya diketahui bahwa UMKM Adi memiliki nilai paling kecil untuk *Competitive Profile Matrix* (CPM) atau matriks perbandingan. Dengan nilai sebesar 2,262.
3. Strategi peningkatan penjualan UMKM Boneka Adi diketahui ada 2 strategi alternatif yang dipilih yaitu, (1) menjaga hubungan baik dengan pelanggan loyal dengan memberikan diskon. (2) memperluas pangsa pasar dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi. Diketahui bahwa strategi alternatif yang kedua memiliki nilai paling tinggi sebesar 5,302.

#### **5.2 Saran**

1. Melakukan kegiatan promosi dengan memanfaatkan media sosial untuk memberi informasi kepada calon pembeli agar dapat memperluas pangsa pasar, maka diperlukan keaktifan dari penjual untuk lebih memperhatikan pelayanan dan pesanan secara online.
2. Melakukan evaluasi dengan menurunkan harga dengan meningkatkan kualitas produk serta memanfaatkan inovasi produk untuk mengurangi pesaing.

Memperbaiki segala aspek yang berhubungan dengan penjagaan kualitas produk serta memperbaiki kegiatan promosi.

3. Menawarkan menjadi mitra kepada pelanggan dengan menawarkan keuntungan yang lebih baik, selain itu memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam melakukan pemesanan.
4. Lebih berani dalam melakukan penetrasi pasar mulai dengan memanfaatkan media sosial untuk membuat konten untuk mengenalkan UMKM Boneka Adi secara lebih luas. Selain itu memberikan diskon untuk pelanggan yang loyal dengan UMKM Boneka Adi.
5. Melakukan strategi pentrasasi pasar dan melakukan pengembangan variasi produk dengan memanfaatkan pengalaman berproduksi untuk menjadi pembeda antara UMKM Boneka Adi dengan pesaing. Lalu mengajak karyawan untuk membuat konten dengan tujuan mengenalkan UMKM Boneka Adi dengan konsisten, serta memberikan arahan kepada karyawan untuk membantu menawarkan produk UMKM Boneka Adi kepada orang lain.