

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan pada bagian bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Faktor internal atau kekuatan utama yang dimiliki oleh UKM Ariefanti yaitu dengan nilai skor tertinggi yang diperoleh dari BxR (1), kualitas produk (2). Menggunakan transportasi dalam memasarkan produk. Dan Kelemahan Utama (1) Belum adanya Variasi rasa dari produk. (2).Labelisasi pada produk yang belum lengkap.Faktor Eksternal atau Peluang yang dimiliki yaitu (1), Lokasi berdirinya perusahaan berdekatan dengan pasar mingguan (2). Memiliki langganan yang tetap dalam mendapatkan bahan baku. Ancaman utama (1), Munculnya usaha sejenis, (2) adanya kenaikan harga bahan baku.
2. Berdasarkan hasil analisis matriks Swot maka Strategi I strategi Turn Around yaitu strategi menyerang dimana UKM Ariefanti Menggunakan kekuatan dengan menjaga kualitas produk dan harga produk dan memanfaatkan peluang yang ada dengan melakukan pelayanan yang cepat adanya pelanggan yang tetap dalam mendapatkan bahan baku.
3. Prioritas strategi yang harus diterapkan yaitu strategi SO. Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, UKM Ariefanti usaha ini harus dapat lebih memfokuskan dengan menjaga kualitas dan melakukan diversifikasi produk baik dari segi rasa dan bentuk produk untuk mempertahankan peluang dengan adanya pelanggan yang tetap setia mengkonsumsi produk ini. Serta menggunakan dan memanfaatkan teknologi terkini dalam pengembangan usaha ini.

## **B. Saran**

Saran yang dapat diberikan bagi home industri roti Ariefanti dengan hasil penelitian yang telah dilakukan adalah:

1. Melakukan diversifikasi produk, dan menambah jumlah karyawan dalam proses produksi agar produk penjualan meningkat.
2. Menjaga kualitas produk agar pelanggan tetap setia pada produk yang dihasilkan, dan memperbaharui kemasan agar menarik konsumen untuk mencoba produk yang di hasilkan dari home industri ini
3. Memperluas jaringan distribusi karena produk ini memiliki peluang besar untuk dipasarkan diluar Provinsi Gorontalo, dengan melakukan promosi yang efektif dengan memanfaatkan kemajuan teknologi terkini.