

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di UKM Mekar Jaya dapat disimpulkan bahwa:

1. Faktor lingkungan internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pengembangan produk kue tradisional di UKM Mekar Jaya adalah kekuatan yang terdiri dari ketersediaan bahan baku, kelemahannya adalah bentuk kemasan kurang menarik dan keterbatasan modal usaha. Sedangkan peluang yang dimiliki oleh UKM Mekar Jaya adalah bekerja sama dengan lembaga keuangan dan perkembangan teknologi dunia industri, ancaman yang dimiliki adalah Produk sejenis dan selera serta daya beli konsumen menurun.
2. Strategi SO : memanfaatkan ketersediaan bahan baku untuk proses produksi. Strategi WO : memperbaiki tampilan kemasan dan label produk dengan bekerjasama dengan rumah kemasan dan meningkatkan kegiatan promosi dengan memanfaatkan teknologi yang semakin maju. Strategi ST : memperluas wilayah pemasaran dengan memanfaatkan produk yang bervariasi dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan yang sudah lama. Strategi WT : membuka outlet di pusat perbelanjaan dan bekerjasama dengan lembaga keuangan dalam pengadaan modal usaha.

B. Saran

Adapun yang menjadi saran dalam penelitian ini adalah

1. Bagi UKM Mekar Jaya diharapkan dapat mengembangkan outlet-outlet baru guna memperluas pemasaran khususnya yang ada di daerah Gorontalo, sehingga produk dapat dikenal oleh masyarakat dan bisa menjadi semakin familiar.
2. Mengembangkan kerja sama dengan mitra badan keuangan seperti Bank, sehingga dalam aspek permodalan, UKM Mekar Jaya mampu bersaing

dengan kuantitas serta kualitas produk yang baik dan dapat mengembangkan UKM menjadi jauh lebih besar.

3. Kelemahan UKM dapat ditutupi dengan cara mencari bentuk kemasan serta merek dagang yang cocok untuk digunakan pada produk olahan, promosi produk, memperbesar modal usaha serta lokasi usaha yang strategis untuk UKM. Mekar Jaya.
4. Peluang dalam perluasan sasaran pasar dapat menjadikan produk olahan dari UKM Mekar Jaya dapat lebih dikenal serta disesuaikan oleh perkembangan teknologi dunia industri.
5. Ancaman produk sejenis dapat ditanggulangi dengan cara memberikan variasi olahan pada produk, memanfaatkan ketersediaan bahan baku secara maksimal, memenuhi selera konsumen terhadap produk melalui pesan-antar produk.
6. Kekuatan (*strength*) seperti pelanggan tetap serta kelimpahan dan ketersediaan bahan baku perlu dipertahankan oleh UKM Mekar Jaya, guna pengembangan UKM di masa mendatang.
7. Strategi dalam memanfaatkan kekuatan untuk memenuhi peluang yang ada bagi UKM Mekar Jaya harus ditingkatkan, terutama pada aspek penerapan standar keamanan pangan serta praktek kerja yang baik (GMP).
8. Strategi dalam menangani kelemahan di UKM Mekar Jaya dapat ditutupi dengan variasi produk dan memenuhi peluang pasar yang tersedia dengan jumlah yang banyak.
9. Perlu adanya manajemen biaya baik modal maupun keuntungan sehingga UKM Mekar Jaya dapat berkembang.
10. Perlu adanya pengurusan dan publikasi ijin seperti PIRT, sertifikasi Halal dari MUI sehingga produk olahan UKM Mekar Jaya dapat dipercaya keamanan pangannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Chris Manning, Tadjuddin Noer Effendi, Penyunting, (1991), *Urbanisasi, Pengangguran dan Sektor Informal di Kota*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
- Departemen Koperasi.2008. Berebut pasar pembiayaan UKM. Retrieved September1,2014fromhttp://www.depkop.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=733:berebut-pasar-pembiayaan-ukm&catid=50:bind-berita&Itemid=97. Di akses pada tanggal 2-juni-2015.
- David. 2011. *Manajemen Strategis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Harun Win. 2014. Strategi Pengembangan Agroindustri Minyak Kelapa PT. Multi Nabati Sulawesi Unit Maleo Kecamatan Paguat Kabupaten Pohuwato. *Skripsi*.Fakultas Pertanian.Universitas Negeri Gorontalo.
- Hubeis, Musa. 2009, *Prospek Usaha Kecil dalam Wadah Inkubator Bisnis*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Hafsah, M.J. 2004. Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *Jurnal*. Infokop Nomor 25 Tahun XX
- Hariadi, Bambang. 2003. *Strategi Manajemen*. Edisi Pertama Cetakan Pertama. Bayumedia Publishing. Malang.
- Jatmiko, 2003. *Manajemen Stratejik*. UMM Press. Jakarta
- Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. 2009.Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. Jakarta.45p.
- Pearce, Robinson . 1997. *Manajemen Strategts*. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Kotler, 1997. *Manajemen Pemasaran*. Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. Terjemahan. PT. Prenhallindo. Jakarta
- Kotler, Kevin. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Koperindag Kota Gorontalo. 2012. Jumlah UMKM Kota Gorontalo Menurut Sektor Usaha 2010-2011 . Kota Gorontalo
- Lesceviva, M, 2004, Rural Entrepreneurship Success Determinant, *Unpublished Working Papers*, Faculty of Economics, Latvian University of Agriculture, Eksjo, Latvian.

- Muda Nur Ain. 2013. Strategi Pengembangan Produk Olahan Jagung Di UKM Suka Maju Kabupaten Bone Bolango. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Negeri Gorontalo.
- Nasir. 2005. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Bogor
- Isima Nuryati. 2014. Strategi Pemasaran Minyak Kelapa Murni (Virgin Coconut Oil) di Posyantek Bina Mandiri Kecamatan Botupingge Kabupaten Bone Bolango. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Negeri Gorontalo.
- Partomo dan Doejoedono. 2002. *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Rangkuti, 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia. Jakarta
- Suryana, 2000. *Ekonomi Pembangunan: Problematika dan Pendekatan*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Siregar G, Salman dan Lena Wati. 2014. Strategi Pengembangan Usaha Tahu Rumah Tangga. *Jurnal Agrium* ISSN 0852-1077. Vol. 19 No. 1
- Tambunan. 2009. *UMKM di Indonesia*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- UU Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dan UU Republik Indonesia Nomor 25 Tentang Perkoperasian. Citra Umbara. Bandung
- Wheelen dan Hunger, 2003. *Manajemen Strategi*. ANDI. Yogyakarta.
- Wirartha, I Made. 2005. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. C.V. Andi Offset.
- Yunus Ronny, 2013. Strategi Pengembangan Pemasaran Keripik Pisang UKM Flamboyan Kota Gorontalo. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Negeri Gorontalo.
- Yunus, Rifki Candra. 2013. Strategi Pemasaran Jagung Di Kecamatan Patilanggio Kabupaten Pohuwato. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Negeri Gorontalo.
- Zulkarnaen Oky Halim. 2013. Analisis Strategi Pemasarn Pada Usaha Kecil Menengah Makanan Ringan. *Skripsi*. Universitas Diponegoro, Semarang.

LAMPIRAN 1. DAFTAR PERTANYAAN PENELITIAN

DAFTAR PERTANYAAN

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMBUATAN KUE PADA UKM MEKAR JAYA DI DESA PANGGULO KECAMATAN BOTUPINGGE

1. Nama Perusahaan :
2. Alamat Perusahaan :
3. Nama Pemilik Perusahaan :
4. Alamat (Owner) :
5. No. Telpon :
6. Jenis Usaha :
7. Tahun Berdiri Usaha :
8. Nama Produk :
9. Bahan Baku Produksi :
10. Jumlah Karyawan UKM Mekar Jaya :
11. Bagaimana status kepemilikan modal dari bapak/ibu dirikan ?
 - a. Modal Sendiri
 - b. Pinjaman
 - c. Modal Keluarga
12. Bagaimana pemasaran dari produk yang bapak/ibu pasarkan ?
13. Bagaimana tahap dalam proses pembuatan produk pembuatan kue di UKM Mekar Jaya ?
14. Apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman pada pemasaran produk pembuatan kue di UKM Mekar Jaya di daerah penelitian ?
15. Aspek pemasaran
 1. Apakah pengusaha melakukan usaha-usaha “pendekatan” kepada konsumen agar produknya dibeli ?
() Ya () Tidak
 2. Apakah pengusaha mempunyai jaringan distribusi untuk penjualan produknya ?
() Ya () Tidak

(kalau ya di.....)

16. Apakah menurut pengusaha, usaha ini banyak pesaingnya ?

() Ya () Tidak

17. Aspek Produksi/Operasi usaha ?

1. Apakah pengusaha melaksanakan suatu perencanaan (penjadwalan, baik waktu maupun jumlah) usaha ?

() Ya () Tidak

2. Apakah jadwal dan jumlah produksi / usaha ditetapkan atas pertimbangan kebutuhan atau permintaan pasar ?

() Ya () Tidak

3. Apakah pengusaha melaksanakan “pencatatan” tentang jumlah bahan baku dan input produksi lain yang digunakan ?

() Ya () Tidak

4. Apakah pengusaha melaksanakan “pencatatan” tentang jumlah produk/jasa yang dihasilkan ?

() Ya () Tidak

5. Apakah dilakukan pembagian pekerjaan diantara pekerja ?

() Ya () Tidak

6. Apakah proses Produksi/Operasi berjalan tanpa hambatan ?

() Ya () Tidak

Apabila Tidak, masalah atau hambatan tersebut adalah :

() Kekurangan bahan/sarana produksi :.....

() Kerusakan mesin :.....

() Faktor alam :.....

7. Apakah pengusaha mengetahui cara-cara untuk meningkatkan mutu produksi ? () Ya () Tidak

8. Apakah pernah dilakukan usaha untuk meningkatkan mutu produk ?

() Ya () Tidak

9. Apakah selalu dilakukan pemeriksaan dan pengawasan mutu selama proses produksi ?

() Ya () Tidak

10. Apakah sebelum dijual dilakukan pemeriksaan terhadap produk ?

Ya Tidak

18. Aspek Pengadaan Bahan Baku

1. Apakah ada aspek yang dipertimbangkan pengusaha dalam memilih input produksi ?

Ya Tidak

2. Apakah pengusaha selalu membina hubungan baik dengan pemasok ?

Ya Tidak (Jika Ya, cara tsb.....)

3. Apakah pengusaha menetapkan harga pembelian ?

Ya Tidak

4. Apakah bahan yang dibeli selalu diperiksa spesifikasi dan mutunya ?

Ya Tidak

5. Apakah bahan untuk kebutuhan produk selalu tercukupi ?

Ya Tidak

6. Apakah dilakukan pencatatan dan pembukuan dalam kegiatan pengadaan bahan/sarana produksi ?

Ya Tidak

7. Apakah pengadaan bahan seringkali melalui kredit ?

Ya Tidak

19. Aspek Pembinaan Usaha dan Kemitraan

1. Apakah pengusaha beroleh pembinaan agar dapat mengembangkan atau meneruskan usaha ?

Ya Tidak (Jika Ya berasal dari.....)

2. Apakah pengusaha sudah pernah merencanakan pengembangan usaha?

Ya Tidak

3. Apakah pengusaha mempunyai rencana atau persiapan tertentu untuk menghadapi tantangan dan ancaman yang mempengaruhi kelangsungan dan perkembangan usaha ?

Ya Tidak (Jika Ya, rencana tersebut adalah.....)

4. Apakah pengusaha berpendapat bahwa terdapat sarana dan prasarana yang disediakan pemerintah mendukung kegiatan usaha ?
 Ya Tidak
5. Apakah pengusaha memanfaatkan fasilitas permodalanyang disediakan pemerintah ?
 Ya Tidak (Jika Ya,peran penting fasilitas tersebut penting dalam mendukung kegiatan usaha adalah dalam hal:.....)
6. Apakah pengusaha mengetahui peraturan/perundangan yang ditetapkan pemerintah yang berpengaruh terhadap kelangsungan dan perkembangan usaha ?
 Ya Tidak
 Apabila Ya, pengaruh tersebut adalah :
 Mendukung, dalam hal :.....
 Menghambat, dalam hal :.....
7. Apakah pengusaha atau karyawan pernah mengikuti diklat/penyuluhan yang dilaksanakan oleh pemerintah/LSM, yang ada kaitannya dengan usaha ?
 Ya Tidak
8. Apakah mengetahui bahwa tempat usaha sekarang sesuai dengan rencana tata ruang ?
 Ya Tidak
9. Apakah usaha yang anda lakukan sudah bermitra dengan BUMN/BUMD/Swasta ?
 Ya Tidak
 Jika Ya :
 a. Nama perusahaan mitra usaha :.....
 b. Bentuk kemitraan yang dilaksanakan : inti plasma/sub kontrak/dagang umum/waralaba/keagenan
 c. Hubungan kemitraan yang dijalani : Usaha sejenis/saling menguntungkan/pembinaan atau pelatihan/komitmen

10. Apakah kemitraan yang dijalani tersebut bermanfaat bagi usaha anda ?

() Ya () Tidak

Jika Ya : () Peningkatan omzet usaha

() Peninkatan keuntungan

() Diversifikasi usaha/komoditas

Jika Tidak : () Dirugikan oleh pengusaha mitra

() Pengusaha mitra tidak melaksanakan komitmen/kesepakatan.

() Tidak ada realisasi

20. Berilah tanda (√) pada setiap kotak yang disediakan, apabila sesuai dengan karakter terhadap pemasarannya yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman terhadap perusahaan / usaha anda !

SWOT	
Internal	Eksternal
Strengths (Kekuatan)	Opportunities (Peluang)
1. Produk yang bervariasi. <input type="checkbox"/>	1. Peluang pasar sasaran <input type="checkbox"/>
2. Memiliki label halal, merek dagang. <input type="checkbox"/>	2. Pengembangan rumah kemasan <input type="checkbox"/>
3. Memiliki pelanggan tetap <input type="checkbox"/>	3. Bekerja sama dengan lembaga keuangan <input type="checkbox"/>
4. Ketersediaan sumber daya bahan baku. <input type="checkbox"/>	4. Tingginya dukungan politis dan komitmen pemerintah <input type="checkbox"/>
5. Inovasi produk. <input type="checkbox"/>	5. Menerapkan standar GMP/SOP <input type="checkbox"/>
6. Kemampuan bermitra dengan stakeholder. <input type="checkbox"/>	6. Potensi sumber daya bahan baku yang melimpah <input type="checkbox"/>
7. Pelayanan terhadap konsumen <input type="checkbox"/>	7. Perkembangan teknologi <input type="checkbox"/>

Internal	Eksternal
Weaknesses (Kelemahan)	Treaths (Ancaman)
1. Bentuk kemasan kurang menarik <input type="checkbox"/>	1. Produk impor <input type="checkbox"/>
2. Label produk belum memenuhi standar penulisan <input type="checkbox"/>	2. Produk sejenis <input type="checkbox"/>
3. Lokasi usaha yang tidak strategis <input type="checkbox"/>	3. Fluktuasi harga bahan baku <input type="checkbox"/>
4. Kegiatan promosi belum efektif <input type="checkbox"/>	4. Fluktuasi harga BBM <input type="checkbox"/>
5. Administrasi pencatatan keuangan <input type="checkbox"/>	5. Kebijakan diberlakukannya pasar bebas <input type="checkbox"/>
6. Ketersediaan modal usaha <input type="checkbox"/>	6. Kebijakan peraturan pemerintah <input type="checkbox"/>
7. Peralatan produksi masih Sederhana <input type="checkbox"/>	7. Tingkat persaingan industri <input type="checkbox"/>

Keterangan :

- 1) Strengths (Kekuatan) adalah segala hal yang dibutuhkan pada kondisi yang sifatnya internal organisasi agar supaya kegiatan-kegiatan organisasi berjalan maksimal.
 - 2) Weaknesses (Kelamahan) adalah terdapatnya kekurangan pada kondisi internal organisasi, akibatnya kegiatan-kegiatan organisasi belum maksimal terlaksana.
 - 3) Opportunities (Peluang) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang positif, yang dapat dan mampu mengarahkan kegiatan organisasi kearahnya.
 - 4) Treats (Ancaman) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang mampu menghambat pergerakan organisasi.
21. Pilihlah dan lingkari salah satu jawaban yang sesuai menurut besar kecilnya kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman diperusahaan anda !

S T R E N G T H S	I N T E R N A L	Strengths (Kekuatan)					
		1. Produk yang bervariasi	SB	B	K	SK	
		2. Memiliki label halal dan merek dagang	SB	B	K	SK	
		3. Memiliki pelanggan tetap	SB	B	K	SK	
		4. Ketersediaan sumber daya bahan baku lokal	SB	B	K	SK	
		5. Inovasi produk	SB	B	K	SK	
		6. Kemampuan bermitra dengan steckholder	SB	B	K	SK	
	7. Pelayanan terhadap konsumen	SB	B	K	SK		
	W E A K N E S	L	Weaknesses (Kelemahan)				
			1. Bentuk kemasan kurang menarik	SB	B	K	SK
			2. Bentuk label dan cara penulisan belum sesuai dengan kriteria	SB	B	K	SK
			3. Lokasi usaha yang tidak strategis	SB	B	K	SK
			4. Kegiatan promosi yang belum efektif	SB	B	K	SK
			5. Administrasi pencatatan keuangan yang tidak rapi	SB	B	K	SK
6. Keterbatasan modal usaha			SB	B	K	SK	
7. Peralatan produksi yang manual	SB	B	K	SK			
O P P O R T U N I T I E S	K	Opportunities (Peluang)					
		1. Perluasan pasar sasaran	SB	B	K	SK	
		2. Pengembangan rumah kemasan	SB	B	K	SK	
T	T	3. Bekerja sama dengan lembaga keuangan	SB	B	K	SK	

T E R N A L	T	4. Tingginya dukungan politis dan komitmen pemerintah	SB	B	K	SK		
		5. Menerapkan standar GMP	SB	B	K			
		6. Perkembangan teknologi	SB	B	K	SK		
		7. Potensi sumber daya bahan baku yang melimpah	SB	B	K	SK SK		
		Treatsh (Ancaman)						
		1. Banyaknya produk impor		B				
		2. Produk sejenis	SB	B	K	SK		
		3. Fluktuasi harga bahan baku produksi	SB	B	K	SK		
		4. Fluktuasi harga bahan bakar minyak	SB	B	K	SK		
		5. Tingginya persaingan industri yang ketat	SB	B	K	SK		
		6. Kebijakan diberlakukannya pasar bebas	SB	B	K	SK		
		7. Kebijakan peraturan pemerintah	SB	B	K	SK		
			SB		K	SK		

Keterangan :

SB = Sangat Besar B = Besar K = Kecil SK = Sangat Kecil

LAMPIRAN 2. DOKUMENTASI

Wawancara Dengan Pemilik UKM Mekar Jaya



Kue Curuti



Kemasan



Produksi



LAMPIRAN 3. Peta Desa Panggulo



CURICULUM VITAE



IDENTITAS DIRI

Nama : Ibrahim Ahmad
Nim : 614411074
Tempat/Tanggal Lahir : Kabila, 11 Agustus 1993
Jurusan : S1 Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Alamat : Desa Panggulo, Kecamatan Botupingge,
Kabupaten Bone Bolango

RIWAT HIDUP

1. Pendidikan Formal
 - 1) SDN Negeri Panggulo, lulus tahun 2004
 - 2) SKB Kota Gorontalo, lulus tahun 2007
 - 3) SMK Negeri Model Gorontalo, lulus tahun 2010
 - 4) Terdaftar sebagai Mahasiswa di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo Angkatan 2011
2. Pendidikan Non Formal
 - 1) Peserta Orientasi Belajar Mahasiswa Baru (OBMB) di Universitas Negeri Gorontalo pada tahun 2011
 - 2) Peserta Kuliah Kerja Sibermas (KKS) di Kecamatan Duingingi, Kelurahan Huangobotu tahun 2014
 - 3) Peserta Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Denpasar Bali tahun 2014
 - 4) Peserta Pelatihan Penataan Akustik Masjid di Surabaya Jawa Timur tahun 2016