

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab VI ini peneliti akan merangkum hasil penelitian yang telah dilakukan dan akan memberikan saran kepada usaha penjualan kelapa Ibu Tuminah untuk menghadapi permasalahan yang sedang dihadapi.

6.1 Kesimpulan

Setelah melakukan observasi, pengambilan data, dan pengolahan data. Peneliti memberikan kesimpulan seperti di bawah ini.

1. Untuk menghadapi persaingan usaha penjualan kelapa di Pasar Kojo Madiun, tindakan yang harus dilakukan Ibu Tuminah adalah meningkatkan pelayanan kepada konsumen, memperluas pangsa pasar dengan melakukan promosi, menjaga dan merawat peralatan/tempat usaha, dan Memberikan pemahaman usaha kepada karyawan.
2. Untuk meningkatkan pendapatan usaha, Ibu Tuminah dapat menggunakan kombinasi strategi SWOT dan *Growth Strategy* dari perhitungan Matrik IE.
3. Media tanam Cocopot terpilih sebagai alternatif produk dari usaha Ibu Tuminah, dengan memanfaatkan limbah serabut kelapa. Dari Cocopot tersebut, Ibu Tuminah mendapat penghasilan tambahan Rp10.000 setiap satu produk, serta penjualan produk Cocopot memiliki titik impas 17 unit setiap harinya.

6.2 Saran

Peneliti memberikan saran di bawah ini berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan.

1. Ibu Tuminah harus mencoba menawarkan produk di luar pasar Kojo Madiun. Seperti di rumah makan, *café*, angkringan, dan lain sebagainya. Sehingga nanti pelanggan Ibu Tuminah akan bertambah dan tidak hanya ada di sekitar pasar Kojo.

2. Dalam pengembangan produk kelapa harus disesuaikan dengan kondisi usaha, bahan baku, dan peralatan yang ada. Sehingga dalam pengembangan produk tidak mengganggu jalannya usaha.
3. Untuk penelitian berikut dapat menambahkan analisis target pasar dan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Catriana, E. (2021, 12 29). <https://money.kompas.com>. Retrieved from Kompas: <https://money.kompas.com/read/2021/12/29/114430626/kaleidoskop-2021-tahun-penuh-harapan-bagi-pelaku-umkm?page=all#:~:text=Kementerian%20Koperasi%20dan%20Usaha%20Kecil,19%20persen%20dari%20UMKM%20nasional>.
- Hendryadi. (2010, January 24). <https://teorionline.wordpress.com/>. Retrieved from TEORIONLINE: <https://teorionline.wordpress.com/2010/01/24/populasi-dan-sampel/comment-page-4/>
- Idris, M. (2021, 26 3). <https://money.kompas.com/>. Retrieved from Kompas: <https://money.kompas.com/read/2021/03/26/153202726/apa-itu-umkm-pengertian-kriteria-dan-contohnya?page=all>
- Jayani, D. H. (2021, 8 12). <https://databoks.katadata.co.id/>. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/12/9692-tenaga-kerja-berasal-dari-umkm>
- Kementerian Investasi/BKPM, K. (2022). <https://www3.bkpm.go.id>. Retrieved from Kementerian Investasi/BKPM: <https://www3.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>
- Rakyat, D. P. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20. *USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH*, 1-31.
- Rangkuti, F. (2017). TEKNIK MEMBEDAH KASUS BISNIS ANALISIS SWOT. In F. Rangkuti, *TEKNIK MEMBEDAH KASUS BISNIS ANALISIS SWOT* (pp. 1-235). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Shaid, N. J. (2022, 1 19). <https://money.kompas.com/>. Retrieved from Kompas: <https://money.kompas.com/read/2022/01/19/051518426/pengertian-umkm-kriteria-ciri-dan-contohnya?page=all>
- UKM, K. K. (2019). *DATA UMKM*. Retrieved from kemenkopukm.go.id: <https://kemenkopukm.go.id/data-umkm>
- Sapas, P. 2020. STRATEGI PEMASARAN SAYUR ORGANIK FRYSLIA MELALUI ANALISIS 4P DAN STP. *Journal Business Economics and Entrepreneurship*. Vol. 2, No 2.
- Dwi Anggraini, M. 2019. IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DAN PENDAPATAN PADA UD. YOGA PUTRA BANGKIT SAMBENG LAMONGAN. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*. Volume 4 No. 2.

Yunaida, E. 2017. Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan Produk Surat dan Paket Kantor Pos Langsa. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN* . VOL 6. NO 1.

Aflia Fitriani, Q. 2019. STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA *LAWU ADVENTURE* DI SIDOARJO. *Jurnal Bisnis Indonesia*, Volume 10 Nomor 1.