

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari uraian yang telah dipaparkan pada bab IV, maka pada bab ini dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu adalah:

1. Berdasarkan hasil dari analisis IFAS (*Internal factor analysis strategy*) dan EFAS (*external factor analysis strategy*) analisis SWOT diketahui bahwa yang merupakan strategi utama dalam Usaha Minyak Kelapa Murni adalah strategi *Growth* (bertumbuh) sesuai dengan hasil analisis diagram cartesius yang hasilnya berada pada kuadrat I. hal ini dikarenakan sesuai dengan yang diutarakan dalam teori rangkuti yang jika berada pada kuadrat I (mendukung strategi agresif). Yang dimana kuadrat ini adalah kondisi yang sangat menguntungkan , karena usaha ini memiliki opportunity dan strength sehingga usaha mampu untuk mengambil peluang tersebut. Strategi yang diperlukan adalah mendukung pertumbuhan usaha yang begitu pesat (growth oriented strategy), yang dimana strategi Usaha Minyak Kelapa Murni dapat mengembangkan usahanya dengan cara ekspentasi yaitu dengan cara memperluas tempatnya atau dengan cara membuka cabang yang baru.

2. Berdasarkan matriks SWOT yang menjadi faktor Internal (kekuatan) bagi usaha Produk Lokal Minyak Kelapa Murni merupakan harga produk terjangkau oleh semua kalangan masyarakat, memberi pelayanan yang terbaik, serta bahan-bahan yang digunakan adalah bahan yang terbaik sehingga kualitas produk juga menjadi yang terbaik.
3. Berdasarkan matriks SWOT yang menjadi faktor Internal(kelemahan) bagi usaha Produk Lokal Minyak Kelapa Murni yaitu kurangnya promosi sehingga masih banyak masyarakat yang belum terlalu mengenal produk Minyak Kelapa Murni dan produk makanan utama, tetapi sebagai bahan herbal yang dapat dikonsumsi.
4. Berdasarkan matriks SWOT yang menjadi faktor Eksternal (Peluang) bagi usaha Produk Lokal Minyak Kelapa Murni adalah Usaha Minyak Kelapa Murni bisa berkembang apabila bekerja sama dengan toko modern (online) untuk membantu memasarkan produk yang ada, serta kebijakan Pemerintah dalam memberi bantuan berupa alat produksi maupun modal tambahan sehingga bisa menjadi pendongkrak dalam kemajuan usaha pada Minyak Kelapa Murni.
5. Berdasarkan matriks SWOT yang menjadi faktor Eksternal (Ancaman) bagi usaha Produk Lokal Minyak Kelapa Murni yaitu banyaknya produk sejenis yang bermunculan sehingga produk mudah ditiru.

5.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian, teori yang saya pakai sesuai dengan teori dari Assauri (2014:168) strategi pemasaran merupakan konsep keseluruhan yang selaras dan berpadu dalam bidang pemasaran, yang memberikan panduan pada saat melakukan kegiatan agar tujuan pemasaran dalam usaha dapat tercapai dan untuk itu perlu bagi usaha melakukan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Oppurtunity, and Threath*) dalam menentukan strategi pemasaran, dimana analisis ini terdiri dari dua variabel analisis, yaitu analisis faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan, dan analisis eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman.

Teori diatas sesuai dengan pendapat Rangkuti (2017:83-84) yang mengatakan bahwa alat analisis yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi adalah matrik SWOT. Matrik ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi usaha dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Kemungkinan Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

Hasil penelitian saya mendukung pendapat dari Rangkuti (2017:83-84). Hasil penelitian saya juga memperkuat penelitian terdahulu dari Suhandi (2019).

5.3 Implikasi Terapan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas pada bagian-bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi pihak Home Industri Minyak Kelapa Murni Kecamatan Taibenu. Bagi usaha Minyak Kelapa Murni yang perlu diperhatikan untuk diperbaiki adalah kurangnya promosi penjualan sehingga sebagian masyarakat belum terlalu mengenal produk Minyak Kelapa Murni, oleh karena itu sangat perlu melakukan peningkatan promosi penjualan dan memanfaatkan peluang yang dimiliki pemilik usaha sehingga terjalin kerja sama dengan beberapa orang yang memberi kepercayaan kepada pemilik usaha sehingga kedepannya penjualan produk Minyak Kelapa Murni bisa lebih meningkat lagi.
2. Bagi peneliti selanjutnya Diharapkan untuk lebih memperluas lagi penelitian mengenai strategi pemasaran produk lokal dengan alternatif pemasaran online (Media Sosial) guna membantu meningkatkan volume penjualan. Mengingat dalam penelitian ini hanya menggunakan strategi pemasaran secara offline.