

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

UMKM Barokah yang berada di Dusun Gedang, Desa Modopuro, Kecamatan Mojosari ini berdiri sejak tahun 2010. Proses pengambilan data dilakukan dengan proses wawancara yang dapat dilihat pada lampiran 1. Data yang dihasilkan kemudian di analisis SWOT yang dapat dilihat pada tabel 4.1. Dilanjutkan dengan analisis internal (IFAS) dengan hasil faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,19. Total skor tersebut diatas 2,5 maka ini mengindikasikan posisi internal pada perusahaan yang kuat. Kemudian hasil eksternal (EFAS) faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3,07. Total skor mendekati 4,0 berarti ini mengidentifikasi bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman – ancaman di perusahaanya. Hasil analisis dari IFAS dan EFAS kemudian di bentuk diagram Cartesius dengan hasil UMKM Barokah berada pada kuadrat II dimana kuadrat tersebut merupakan situasi yang cukup menguntungkan meskipun di hadapkan dengan ancaman – ancaman yang akan terjadi. Strategi yang harus di terapkan dalam kondisi ini adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara diversifikasi (produk/pasar). Hasil data yang telah di olah kemudian di bentuk Matrik SWOT yang dapat di lihat pada tabel 4.4.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah di lakukan, maka penulis mengemukakan beberapa saran seperti berikut :

1. Hendaknya pihak perusahaan Menerapkan promosi yang lebih baik dan di jalankan dengan serius supaya konsumen luar tau tentang produk UMKM Barokah.
2. Mempelajari lebih jauh tentang penyakit-penyakit terhadap unggas agar dapat menghindari resiko kematian hewan ternak yang akan menimbulkan kerugian terhadap UMKM Barokah
3. Membuat sistem kontrak yang berkelanjutan dengan penyuplai bahan baku agar tidak menyebabkan harga berubah sewaktu-waktu
4. Meningkatkan *market place* ke area penjualan yang lebih luas
5. Hendaknya perusahaan menambahkan kuantitas produksi dengan cara menambah ternak dan penyuplai telur, agar permintaan dari konsumen dapat terpenuhi.