

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik UMKM Tayamum Crackers dari hasil penelitian diketahui bahwa berdasarkan umur, pelaku usaha dan pekerja berada pada usia 30 – 49 tahun. Rata-rata umur pelaku usaha dan pekerja masih tergolong umur produktif dalam menjalankan UMKM tersebut sehingga memiliki semangat yang tinggi untuk mengembangkan usaha. Berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa pekerja didominasi oleh kaum perempuan dengan persentase 66,66%. Berdasarkan tingkat pendidikan, pelaku usaha termasuk berpendidikan tinggi yaitu S1, untuk pekerja memiliki pendidikan yang cukup yaitu SMA/SMK. Berdasarkan tanggungan keluarga, pelaku usaha memiliki 2 jiwa tanggungan keluarga. Untuk pekerja memiliki 2-3 jiwa dan ada yang belum memiliki tanggungan keluarga karena belum menikah. Jumlah tanggungan keluarga tersebut akan mempengaruhi pengeluaran keluarga dari pelaku usaha dan pekerja. Berdasarkan pengalaman usaha, pelaku usaha memiliki pengalaman yang cukup lama yaitu selama 27 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha sudah berpengalaman sebagai pebisnis. Untuk pekerja memiliki pengalaman sekitar 8-24 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa para pekerja sangat terampil dibidangnya.
2. Faktor-faktor internal dan eksternal dari hasil penelitian di UMKM Tayamum Crackers dapat diketahui bahwa faktor internal kekuatan adalah produk selalu

diproduksi, produk mampu bersaing dengan produk sejenis, harga terjangkau, dan adanya hubungan kerjasama dengan toko/swalayan. Faktor internal kelemahan adalah kurangnya promosi offline, lokasi yang kurang strategis, dan modal yang masih kurang untuk melakukan pengembangan kembali usaha. Faktor eksternal peluang adalah produk sudah cukup dikenal masyarakat, dapat dijadikan oleh-oleh, pangsa pasar masih terbuka luas, dan dukungan pemerintah. Faktor eksternal ancaman adalah banyak produk sejenis dari pesaing, permintaan pasar berfluktuasi, dan harga bersaing.

3. Hasil analisis matriks SWOT diperoleh koordinat (0,12: 1,16) dimana koordinat ini terletak pada kuadran I yaitu strategi SO (*strength* dan *opportunities*). Rumusan rekomendasi strategi yang dapat diterapkan oleh UMKM Tayamum Crackers adalah strategi SO yang meliputi: memproduksi produk yang selalu baru (*fresh*) untuk dijadikan oleh-oleh konsumen dalam dan luar kota Surabaya, menjaga kualitas produk dan mengutamakan kepuasan konsumen, dan menjaga dan mempererat hubungan baik dengan patner bisnis serta memanfaatkan dengan baik dukungan pemerintah.

## 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan tersebut, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan yaitu :

1. UMKM Tayamum Crackers sebaiknya terus menambah, meningkatkan dan mempertahankan kekuatan yang dimiliki UMKM-nya serta meminimalisir dan mengatasi kelemahan yang dimiliki UMKM-nya, sehingga UMKM-nya dapat meningkatkan dan mempertahankan respons terhadap peluang maupun ancaman agar menjadi perusahaan yang dapat terus berkembang.

2. UMKM Tayamum Crackers sebaiknya mampu mempertimbangkan dan menjadikan rumusan strategi matriks SWOT yang telah direkomendasikan sebagai bahan evaluasi dan acuan dalam pengambilan keputusan/perencanaan strategi pemasaran.
3. Dalam kegiatan promosi sebaiknya UMKM Tayamum Crackers perlu meningkatkan evaluasi terhadap promosi, perlunya promosi yang lebih baik lagi agar produk bisa menjangkau pasar yang lebih luas lagi seperti promosi dengan menggunakan media sosial lain selain yang sudah digunakan seperti *Youtube*, bekerjasama dengan influencer dengan sistem endorsement.
4. Membuat penelitian lanjutan untuk UMKM tidak hanya strategi pemasarannya, tetapi juga penelitian mengenai beberapa analisis kelayakan finansial UMKM.