

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada UD. Selanjar Poultryshop, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Lingkungan Internal, faktor kekuatan utama yang paling berpengaruh terhadap perusahaan adalah Kualitas Produk Bagus, sedangkan faktor kelemahan utama yang harus segera diatasi yaitu Biaya Produksi Fluktuatif. Lingkungan Eksternal, faktor peluang utama yang harus dimanfaatkan dengan baik adalah Permintaan Telur yang Tinggi, sedangkan faktor ancaman utama yang harus diatasi adalah Harga Pasar yang cenderung tidak stabil.
2. Hasil analisis matriks I-E menyatakan bahwa posisi perusahaan berada di sel V, yaitu strategi yang digunakan pada sel ini adalah strategi penetrasi pasar (*market penetration*) dan pengembangan produk (*product development*).
3. Hasil analisis SWOT menunjukkan terdapat 7 alternatif strategi yang dapat diterapkan pada organisasi. Hasil analisis matriks QSPM menghasilkan dua strategi prioritas yang akan digunakan, diantaranya: 1. Mengoptimalkan manajemen produksi dalam menghadapi fluktuasi harga dan permintaan pasar, 2. Memperluas pangsa pasar dan memperbaiki ikatan mitra kerja usaha. Kedua strategi tersebut menjadi rekomendasi dari peneliti untuk diterapkan ke perusahaan dalam meningkatkan usahanya dan menghadapi para pesaing yang dimiliki

## 5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan kepada UD. Selanjar Poultryshop, yaitu:

Perusahaan dapat memfokuskan kinerja manajemen produksi, mulai dari pengadaan bahan baku produksi hingga produk jadi kemudian menghitung total biaya hingga keuntungan yang diperoleh dalam suatu periode, hal tersebut dilakukan dalam menghadapi biaya produksi yang fluktuatif dan efisiensi harga pokok produksi. Memperbaiki ikatan kemitraan yang sudah ada dan memperluas jangkauan pemasaran dengan mencari mitra atau agen baru yang bisa bekerjasama. Upaya yang dapat dilakukan untuk menarik kerjasama kemitraan diantaranya memberikan pinjaman modal awal kepada calon mitra usaha dapat berupa uang atau tempat, sewa kios, lapak, dan sebagainya, yang nantinya dapat dibayar berangsur-angsur seiring berjalannya kemitraan. Perusahaan dapat memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada baik melalui media sosial internet maupun aplikasi penghubung antar mitra ataupun konsumen.