

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

- 1) Bauran pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Kinasih mencakup 7P. Pertama, produk yang ditawarkan adalah beras analog berbahan dasar jagung dan singkong, tersedia dalam dua ukuran: 250 gram dengan kemasan standing pouch dan 500 gram dengan kemasan plastik vakum. Kedua, harga untuk produk beras analog adalah Rp. 17.000 untuk ukuran 250 gram dan Rp. 32.500 untuk ukuran 500 gram. Ketiga, promosi dilakukan melalui website dan aplikasi WhatsApp. Keempat, lokasi UMKM Kinasih terletak di Dusun Pehpulo RT 01 RW 03, Desa Sumbersih, Kecamatan Panggungrejo, Kabupaten Blitar, Jawa Timur. Kelima, tim produksi terdiri dari 5 orang. Keenam, tampilan fisik meliputi lokasi rumah produksi yang juga berfungsi sebagai alamat usaha. Ketujuh, proses pembelian dapat dilakukan secara langsung melalui website atau WhatsApp.

- 2) UMKM Kinasih menghadapi berbagai faktor internal dan eksternal dalam operasionalnya. Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan. Kekuatan UMKM Kinasih mencakup menggunakan bahan baku alami, menggunakan teknologi, usia produk yang lama, harga jual terjangkau, harga bahan baku yang murah, dan banyaknya bahan baku. Kelemahan meliputi produksi yang belum optimal, pemasaran kurang stabil, jumlah SDM yang sedikit, belum memiliki izin P-IRT, produksi tidak terjadwal dan akses jalan untuk pemasaran sulit. Faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman. Peluang untuk UMKM Kinasih mencakup dukungan pemerintah, prospek pasar luar kota, banyaknya masyarakat yang beralih ke makanan sehat dan potensi singkong yang belum banyak dimanfaatkan. Ancaman yang dihadapi termasuk cuaca yang tidak menentu, pesaing memiliki SDM yang unggul, adanya pesaing dengan produk yang sama dan bencana alam.

3) Berdasarkan analisis SWOT, faktor internal yang paling berpengaruh dalam kategori kekuatan adalah menggunakan bahan baku alami, menggunakan teknologi modern dan banyaknya bahan baku dengan total skor 0,36. Dalam kategori kelemahan, faktor yang dominan adalah produksi yang belum optimal, pemasaran kurang stabil, jumlah SDM yang sedikit, produksi tidak terjadwal dan akses jalan untuk pemasaran sulit dengan total skor 0,24. Secara eksternal, peluang terbesar adalah dukungan pemerintah dan potensi singkong yang belum banyak digunakan (0,56), sedangkan ancaman terbesar adalah cuaca yang tidak menentu, keberadaan pesaing dengan produk yang sama, dan bencana alam (0,36). Berdasarkan analisis SWOT, strategi Strength-Opportunity (SO) merupakan solusi terbaik bagi UMKM Kinasih, karena berfokus pada penggunaan kekuatan internal untuk mencari peluang saat ini. Strategi ini dapat diimplementasikan dengan memanfaatkan peluang pasar melalui harga jual yang terjangkau, memanfaatkan singkong dan ketersediaan baku yang melimpah dengan teknologi modern untuk meningkatkan nilai tambah produk dan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk memperluas pasar.

5.2 Saran

- 1) Untuk penulis : penelitian ini merupakan kesempatan untuk mengaplikasikan pengetahuan yang didapatkan selama perkuliahan dan penelitian, yang diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai strategi pemasaran produk beras analog di Desa Sumbersih, Kecamatan Panggungrejo, Kabupaten Blitar.
- 2) Bagi akademik : temuan penelitian ini kemungkinan akan menawarkan referensi dan kontribusi tambahan untuk penelitian di masa depan tentang topik terkait. Studi ini juga membantu pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya di bidang penelitian dan promosi universitas.
- 3) Bagi pemilik UMKM : temuan penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan informasi dan pertimbangan penting bagi pengembangan usaha di Desa Sumbersih, Kecamatan Panggungrejo, Kabupaten Blitar.