

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan identifikasi hasil Analisa dalam Strategi Pemasaran pada Produk Eksoteak Mabkhara menggunakan metode Analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Treatment*) Peneliti berhasil merumuskan Implementasi Strategi Pemasran yang efektif untuk dapat digunakan produk Eksoteak Mabkhara yang berkategori UMKM di Jepara dalam rangka mengembangkan Produk. Produk Eksoteak mabkhara yang tergolong baru dan belum banyak dikenal Masyarakat memiliki tantangan tersendiri dalam pengembangannya.

Strategi Pemasaran Produk UMKM Eskoteak Mabkhara Jepara dan Implementasinya yang sudah peneliti analisis dengan beberapa analisis baik dengan wawancara dan obsevasi, serta melengkapinya dengan analisis *Internal Focus Analysis Summary* (IFAS) dan *Eksternal Focus Analysis Summary* (EFAS) menunjukka hasil dimana dalam Produk ini lebih cocok menggunakan Strategi ST, yaitu *Diversifikasi* dengan skor pembobotan 3,40 dimana meskipun menghadapi beberapa ancaman, namun produk ini memiliki kekuatan dari segi internal.

Strategi ST atau dalam matrix SWOT disebut *Mobilization* menurut Hisyam (2008) merupakan interaksi antara ancaman dan kekuatan. Di sini

harus dilakukan upaya mobilisasi sumber daya yang merupakan kekuatan organisasi untuk memperlunak ancaman dari luar tersebut, bahkan kemudian merubah ancaman itu menjadi sebuah peluang.

Strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan produk Eksoteak Mabkhara adalah dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang, dengan beberapa kekuatan yang dimiliki oleh produk Eksoteak Mabkhara meliputi (a) Kualitas Produk yang sangat baik (b) Bahan baku yang berkualitas dari bahan kayu Perhutani (c) Citra produk buatan Jepara yang khas akan kerajinan kayu (d) Memiliki *differensiasi* produk serta segemen tersendiri di pasaran. Sementara ancaman yang dimiliki produk ini dapat diminimalisir dengan adanya kekuatan, ancaman tersebut meliputi (a) Stagnansi Penjualan (b) Keberadaan mesin yang nantinya akan datang (c) Menurunnya minat masyarakat jepara menekuni bidang kerajinan kayu (d) Regenerasi penerus yang semakin menurun.

Maka Strategi Produk Eksoteak Mabkhara dari kondisi tersebut diatas adalah dengan melakukan (1) Peningkatan Penjualan (2) Mempertahankan Citra produk (3) Mencambahkan model baru (4) Memberikan fungsi lain pada produk selain sebagai tempat membakar dupa.

5.2 Saran

Demi kelancaran strategi yang telah peneliti rumuskan dan agar lebih bermanfaat serta berjalan sesuai dengan yang peneliti harapkan maka peneliti menguraikan saran sebagai berikut:

1. Agar pengembangan Produk ini berjalan secara signifikan maka pemerintah perlu segera melakukan edukasi kepada masyarakat agar kembali menekuni bidang Kerajinan Kayu.
2. Pemilik bisnis agar tetap mempertahankan kualitas produk meskipun jika ke depannya terjadi kendala-kendala dalam mendapatkan bahan baku.
3. Pemilik Eksoteak Mabkhara perlu melakukan identifikasi pasar untuk selanjutnya dilakukan perumusan segmentasi agar produk yang dijual lebih tepat sasaran dan bertemu dengan pelanggan potensial.
4. Pemerintah perlu mempromosikan produk Eksoteak Mabkhara agar pengetahuan masyarakat terkait fungsi dan manfaat produk dapat diketahui masyarakat secara luas sehingga mampu menembus pasar-pasar baru di berbagai daerah baik dalam negeri maupun luar negeri.
5. Produk kayu jati menjadi nilai tawar lebih bagi masyarakat luar negeri sehingga semua elemen baik pemerintah maupun masyarakat mampu mendukung segala aktifitas produksi dan distribusi produk Eksoteak Mabkhara.
6. Saran untuk penelitian selanjutnya sebaiknya dalam penelitian yang akan dilakukan diperlukan triangulasi teori dalam merumuskan implementasi

strategi sehingga penelitian yang dilakukan dapat mengurangi tingkat subyektifitas peneliti.

