

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi bersaing di UD. Kerupuk Alami dalam pengembangan produk dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perusahaan harus tetap menjaga kualitas dari produk tersebut, pengawasan juga harus dilakukan agar karyawan lebih teliti dalam kegiatan produksinya, selain itu perusahaan mempunyai keunggulan produk, yaitu dari segi rasa dan harga yang murah.
2. Perusahaan harus mampu bersaing untuk menjaga konsumennya dan bahkan merebut pasar yang ada.
3. Dari faktor internal kekuatan perusahaan lebih menonjol di bandingkan kelemahan perusahaan.
4. Dari faktor eksternal peluang yang ada dalam perusahaan lebih menonjol di bandingkan ancaman perusahaan.
5. Dari analisa swot perusahaan UD. Kerupuk alami mempunyai kekuatan internal dan peluang, dalam hal ini strategi yang harus dilakukan adalah penetrasi pasar.
6. Dan posisi matrik arah strategi perusahaan UD. Kerupuk alami berada pada posisi kuadran 1 dengan menggunakan salah satu pilihannya yaitu penetrasi pasar.

7. Strategi yang harus dilakukan perusahaan adalah strategi intensif yaitu strategi pertumbuhan perusahaan dengan meningkatkan penjualan produk-produk terkini pada segmen pasar saat ini tanpa mengubah produk. Strategi penetrasi pasar berusaha meningkatkan pangsa pasar untuk produk/ jasa saat ini melalui upaya pemasaran yang lebih besar, strategi ini secara luas digunakan baik sendirian maupun kombinasi dengan strategi lain.

5.2. Saran

1. Dengan kualitas produk yang sudah ada diharapkan perusahaan UD. Kerupuk Alami tetap menjaga kualitas dari produknya baik dari segi rasa maupun bentuknya sehingga konsumen tetap bertahan dan perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan pesaing.
2. Sebaiknya perusahaan berusaha meningkatkan pangsa pasar untuk produk saat ini melalui upaya pemasaran yang lebih besar.
3. Perusahaan harus lebih teliti dalam pengawasan kegiatannya, dari segi takaran bahan baku, pengawasan terhadap karyawan, sehingga dengan quality control yang baik diharapkan mampu menghasilkan produk yang baik.
4. Dengan melihat faktor internal dan eksternal dari perusahaan, faktor internal perusahaan yaitu kekuatan perusahaan lebih dominan dibandingkan kelemahan perusahaan, sedangkan dari faktor eksternal perusahaan peluang lebih dominan dibandingkan ancaman perusahaan. Dari hal tersebut strategi yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah

strategi intensif yaitu strategi pertumbuhan perusahaan dengan meningkatkan penjualan produk-produk terkini pada segmen pasar saat ini tanpa mengubah produk.