

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap pengembangan usaha kerupuk telur asin KWT Tunas Mekarsari, dapat disimpulkan bahwa:

1. Faktor kekuatan internal usaha kerupuk telur asin KWT Tunas Mekarsari terbesar yaitu pelayanan konsumen yang sudah cukup baik. Faktor kelemahan internal usaha kerupuk telur asin KWT Tunas Mekarsari yaitu lokasi usaha yang kurang strategis.
2. Faktor peluang eksternal usaha kerupuk telur asin KWT Tunas Mekarsari terbesar yaitu peningkatan daya beli produk masyarakat. Faktor ancaman eksternal usaha kerupuk telur asin KWT Tunas Mekarsari terbesar yaitu kemampuan usaha pesaing mengoptimalkan teknologi pemasaran digital.
3. KWT Tunas Mekarsari seharusnya menerapkan jenis strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk yang mampu menghasilkan delapan alternatif strategi sebagai sarana untuk mengoptimalkan promosi dan mempertahankan kualitas produk usaha.
4. Prioritas alternatif strategi utama yang layak dipertimbangkan dalam melakukan pengembangan usaha kerupuk telur asin yaitu dengan terlebih dahulu meningkatkan kualitas SDM yaitu anggota KWT melalui dukungan pendampingan dan pelatihan sehingga agar dapat mempermudah proses pengembangan produk dan pasar sesuai jenis strategi yang diperoleh.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh penulis meliputi:

1. KWT Tunas Mekarsari diharapkan segera mendiskusikan kembali terkait pembagian tugas dengan memperbaiki susunan struktur organisasi sehingga spesifikasi pekerjaan terbagi dengan jelas dan dapat meningkatkan tanggung jawab komitmen, dan kerjasama anggota.
2. KWT Tunas Mekarsari diharapkan mampu mengoptimalkan penggunaan peralatan produksi yang diberikan oleh dinas melalui pelatihan supaya dapat meningkatkan kapasitas produksi agar dapat memenuhi permintaan konsumen.
3. KWT Tunas Mekarsari diharapkan mampu mengoptimalkan penjualan melalui penggunaan media sosial dan iklan digital serta mencari target mitra baru sebagai sarana untuk memperluas pengenalan produk dan membantu meningkatkan hasil penjualan produk.

