

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil dari selisih skor antara kekuatan dan kelemahan matrik Internal factor analisis strategi (IFAS) dari *Snack Fikki*, dimana total skor kekuatan yaitu sebesar 1,05 dan total skor kelemahan yaitu 1,60, maka di dapatkan selisih sebesar -0,55 dan di jadikan sebagai sumbu x. Sedangkan total skor dari matrik external factor analisis strategi (EFAS) yaitu peluang sebesar 2,00 dan jumlah skor ancaman adalah 0,8, maka di dapatkan selisih skor sebesar 1,2.
2. Pada analisis diagram SWOT menunjukkan perusahaan berada pada posisi kuadran III yang artinya perlu dilakukan perubahan strategi, yaitu dengan menggunakan *Blue Ocean Strategy* untuk dapat keluar dari persaingan.
3. Adapun rancangan strategi yang sesuai dengan *Blue Ocean Strategy* adalah :
 - a. Pada Kerangka Kerja Empat Langkah :
 1. Faktor yang dihapus adalah Tidak terdapat faktor yang dihapuskan.
 2. Faktor yang dikurangi adalah Proses Pembayaran,
 3. Faktor yang ditingkatkan yaitu Promosi, Keramahan Pelayanan, Kecepatan Respon, Ciri Khas, Ketersediaan Produk, Pendistribusian Produk, Kemasan Produk, Ketahanan Produk, Promo Produk dan Garansi Produk
 4. Faktor yang diciptakan adalah Inovasi Produk, Penanganan terhadap keluhan konsumen, Pemberitahuan secara akurat, dan Pemberitahuan Promo melalui media sosial

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan kepada *Snack Fikki* adalah :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Peneliti, *Snack Fikki* dapat membuat desain kemasan yang lebih besar, menarik, mudah dibawa dan fungsional agar dapat

dipasarkan tidak hanya di warung-warung, namun di *supermarket*, *indomart* dan *alfamart* sehingga dapat meningkatkan omset bagi perusahaan.

2. *Snack* Fikki dapat meningkatkan beberapa variabel yang masih di bawah pesaing yaitu dengan meningkatkan Promosi, Keramahan Pelayanan, Kecepatan Respon, Ciri Khas, Ketersediaan Produk, Pendistribusian Produk, Kemasan Produk, Ketahanan Produk, Promo Produk dan Garansi Produk agar dapat mengalahkan pesaing, namun juga harus di pertimbangkan dengan cermat agar tidak mengeluarkan biaya yang lebih besar dibandingkan strategi perusahaan saat ini.
3. Menggunakan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan produk, kemudian dengan ikut berpartisipasi sebagai sponsor dalam acara-acara besar guna memperkenalkan produk kepada konsumen.

