

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisikan tentang kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan dan juga saran bagi pelaku usaha brem di Kabupaten Madiun. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis tentang rendahnya minat beli masyarakat Kabupaten Madiun terhadap makanan brem maka kesimpulan dan saran yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil penelitian, pengolahan data, dan analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya adalah sebagai berikut.

1. Terdapat dua faktor yang berpengaruh signifikan terhadap rendahnya minat beli masyarakat Kabupaten Madiun terhadap makanan brem yaitu kualitas produk, dan citra merek. Sedangkan tiga faktor lainnya yaitu harga, atribut produk, dan pencarian informasi tidak berpengaruh terhadap rendahnya minat beli masyarakat Kabupaten Madiun terhadap makanan brem. Maka kualitas produk dan citra merek dapat menjadi kelemahan dan ancaman dari produk makanan brem dan pelaku usaha brem di Kabupaten Madiun, sekaligus menjadi tambahan informasi bagi pelaku usaha brem di Kabupaten Madiun.
2. Rumusan strategi dengan matriks SWOT diperoleh strategi SO adalah meningkatkan promosi untuk lebih meningkatkan penjualan brem, menjalin komunikasi antar pengusaha brem untuk lebih meningkatkan koordinasi tentang pengembangan Desa Kaliabu menjadi desa wisata, dan semakin memudahkan koordinasi dengan pemerintah dan organisasi lainnya yang mendukung industri brem. Pada strategi WO terdapat 3 strategi yaitu mengaktifkan kembali paguyuban industri brem di Desa Kaliabu untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi secara bersama-sama, meningkatkan komunikasi dengan warga Desa Kaliabu selain pengusaha brem. Menambah varian rasa, bentuk dan warna brem yang ada sehingga lebih menarik perhatian

konsumen untuk membeli, dan memudahkan konsumen untuk memakan brem. Pada strategi ST terdapat 2 strategi yaitu meningkatkan promosi brem sebagai makanan khas Madiun melalui berbagai media yang sudah dimiliki. Menjalinkan kerjasama dengan jaringan yang dimiliki. Sedangkan pada strategi WT strategi yang diterapkan adalah mencoba memperbaharui desain produk brem.

3. Strategi utama yang dipilih berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan matriks QSPM dan analisis yang telah dilakukan menggunakan matriks QSPM adalah strategi W-O. Berdasarkan hasil analisis dari matriks IE, maka diusulkan strategi *hold and maintain*. Strategi tersebut hampir sama dengan strategi W-O dalam analisis SWOT.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang ingin diberikan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi Pelaku Industri Brem

Berdasarkan hasil penelitian, pengolahan data, dan analisis yang telah dilakukan dapat diperoleh informasi bahwa kualitas produk dapat menjadi kelemahan bagi produk-produk brem, sehingga industri brem di Kabupaten Madiun perlu melakukan peningkatan kualitas produk yang ada meliputi inovasi bentuk, warna, rasa dari brem. Selain itu pelaku industri brem di Desa Kaliabu perlu membentuk suatu paguyuban agar lebih meningkatkan komunikasi dan koordinasi antar industri brem dan warga Desa Kaliabu untuk menyelesaikan berbagai permasalahan yang terjadi secara bersama-sama, dan berguna untuk upaya mengembangkan Desa Kaliabu sebagai desa wisata brem.

2. Bagi Pemerintah dan Dinas Terkait

Berdasarkan hasil penelitian, pengolahan data, dan analisis yang telah dilakukan dapat diperoleh informasi bahwa citra merek dapat menjadi ancaman bagi produk-produk brem sehingga pemerintah dan dinas terkait perlu melakukan pengenalan sosialisasi dan promosi yang gencar sehingga brem dapat bersaing dengan makanan khas Madiun lainnya.

3. Bagi Masyarakat Kabupaten Madiun

Berdasarkan hasil penelitian, pengolahan data, dan analisis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel citra merek dapat menjadi ancaman produk brem dan pelaku usaha brem di Kabupaten Madiun. Sehingga sebaiknya masyarakat Kabupaten Madiun harus mulai mencoba mencari informasi mengenai brem. Sehingga dari hal tersebut diharapkan kecintaan masyarakat Madiun terhadap makanan brem semakin meningkat. Hal itu perlu dilakukan sebagai upaya antisipasi harus dilakukan agar minat masyarakat terhadap brem dapat ditingkatkan khususnya di Kabupaten Madiun, sehingga pada generasi selanjutnya tetap mengenal brem sebagai makanan khas Madiun.

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Adapun beberapa saran yang perlu diperhatikan bagi penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut.

- a. Dalam penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.
- b. Melakukan penelitian lebih lanjut tentang variabel yang berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat.
- c. Melakukan penelitian lebih lanjut mengenai strategi usaha sebagai tambahan informasi bagi pelaku usaha brem.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes, Monica; Natadjaja, Listia dan Febriani, Rika. 2018. *Perancangan Branding dan Promosi Sirup Mimosa Khas Madiun. Jurnal DKV Adiwarna*. Vol 1, No 12, 1-9.
- Arief, Giri Maulana dan Millianyani, Heppy. 2015. *Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe. E-Proceeding Of Management*. Vol. 2, No.3, 2581-2587.
- Aristonandri, Prima. 2009. *Marketing Research For Beginer Panduan Praktis Riset Pemasaran Bagi Pemula*. Yogyakarta: Prima.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2018. *Kabupaten Madiun Dalam Angka*. Madiun: BPS Kabupaten Madiun
- Dama, Daniel. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Laptop Acer di Toko Lestari Komputer Manado. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Volume 16 No. 01, 503-514.
- David, Fred R dan Forest R. David. 2017. *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing Edisi 15*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- _____. 2002. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- _____. 2014. *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 22*: Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- madiun.solopos.com. 2019. *Begini Upaya Pemkot Madiun Datangkan 340.000 Wisatawan 2019*.
<https://madiun.solopos.com/read/20190206/516/970080/begini-upaya-pemkot-madiun-datangkan-340.000-wisatawan-di-2019>. 1 April 2019
- Meilani, Yohana F. Cahya Palupi dan Sahat Simanjuntak. 2012. *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Dan Minuman Usaha Kecil Menengah Kabupaten Tangerang. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 14, No.2, 164-172.
- Noor, Syamsudin. 2014. *Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang (Studi Kasus Pada PT. Astra International Tbk.-Daihatsu Malang)*. Jurnal INTEKNA, Tahun XIV, No. 2, 102-109.

- Nugroho, Bhuono Agung. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*. Semarang: Andi.
- Poetra, Reza Riesnanda dan Christantyawati, Nevrettia. 2017. *Model AIDA: Pola Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Kepuasan Penjualan di Toko Online Godies Hijab*. *E-Proceeding Jurnal Komunikasi Profesional*. Vol. 1, 22-36.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Purwadi, Budi. 2000. *Riset Pemasaran Implementasi dalam Bauran Pemasaran*. Jakarta: Grasindo.
- Putra, Yanuar Suya. 2014. *Analisis Matriks Boston Consulting Grup (BCG) Pada Sepeda Motor Merek Honda (Studi Kasus Pada PT. Astra Honda Motor Tahun 2013)*. *Among Makarti* Vol. 7, No.13, 48-71.
- Putri, Nyimas Ekinevita; Astuti, Retno dan Putri, Shyntia Atica. 2014. *Perencanaan Strategi Pengembangan Restoran Menggunakan Analisis SWOT dan Metode QSPM (Studi Kasus Restoran Big Burger Malang)*. *Jurnal Industria*. Vol.3, No.2, 93-106.
- Rahmat, Reni Maulida. 2012. *Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Koko Jaya Prima Makassar. Tugas Akhir Program strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar*.
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- _____. 1997. *Analisis SWOT: Teknik membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawan, Agus; Rukmi, Hendang Setyo dan Bakar, Abu. 2015. *Strategi Pengembangan UKM Pengolahan Kulit Sapi di Kabupaten Garut Menggunakan Matrik Perumusan Strategi*. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*. Vol. 3, No.3, 218-229.
- Setiawan, Margaretha Fiani dan Edwin Japarianto. 2012. *Analisa Pengaruh Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's Di Kota Solo*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 1, No.1, 1-6.
- Sugiyono. 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sulasih. 2017. *Kajian Persepsi Harga, Kemasan, Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Olahan Khas Bumiayu Jawa Tengah*. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi* Vol. 5, No.1, 38-45.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.

- Sutrisyo, Herdwin Eka dan Melitina Tecoalu. 2016. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kue Sorabi Hijau Rengasdengklok. Jurnal Manajemen Bisnis-Kompetensi*. Vol. 11, No. 1, 15-28.
- Taufik, Muhammad Irvan dan Sandi Eka Suprajang. 2015. *Analisis Threats, Opportunity, Weakness, Strengths (TOWS) Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Pr. Semangggimas Agung Boyolangu Kabupaten Tulungagung. Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*. Vol. 2, No.2, 147-168.
- Umar, Husein. 1998. *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wibowo, Wahyu. 2009. *Analisis Internal dan Eksternal (IE) Matrik dalam Strategi Pengembangan Objek Wana Wisata Grajagan. Jurnal Ekonomi Bisnis*. Tahun 14, No.2, 161-170.
- Widagdo, Herry; Ayu, Charisma dan Raisa Pratiwi. 2017. *Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Kerupuk Kemplang UKM Palembang. Semnas IIB DARMAJAYA*. 294-303.