

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang *value chain analysis* sebagai upaya dalam menciptakan *competitive advantage* pada UMKM maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelaku UMKM penting melakukan perencanaan bahan baku agar bahan baku tidak mengalami kekurangan.
2. Strategi yang bisa UMKM lakukan untuk menghasilkan produk unggul adalah membuat produk yang kreatif, inovatif dan unik.
3. UMKM dapat menggunakan saluran distribusi untuk menyalurkan produk ke konsumen.
4. UMKM perlu membuat perencanaan dan memilih cara promosi yang tepat dalam memasarkan produknya. Salah satunya dengan bauran pemasaran atau 4P.
5. Penerapan SOP penting dalam mengoptimalkan pelayanan.
6. Agar pelaku UMKM tidak berlebihan dalam melakukan pembelian, solusianya adalah membuat ramalan permintaan dan Rutin melakukan *quality control* atau pengawasan mutu secara rutin.
7. Penggunaan teknologi pada UMKM dapat mengatasi permasalahan pada proses produksi atau pengolahan.
8. UMKM melakukan perencanaan MSDM sesuai kebutuhan usahanya.
9. UMKM harus mulai beralih dan menggunakan manajemen modern.
10. *Competitive Advantage* dapat di ciptakan melalui faktor internal dan eksternal yang terdapat pada UMKM. Faktor internal yaitu: manajemen usaha, budaya kerja yang bagus, keahlian dalam mengoperasikan teknologi, modal. Sedangkan faktor eksternal yaitu: pemasok, konsumen, perkembangan teknologi, geografis, hukum, pemerintah, politik, kondisi ekonomi, sosial budaya.

B. Saran-Saran

Saran bagi pelaku UMKM melalui penelitian ini agar dapat lebih memahami pentingnya *value chain* dan aktivitas penambahan nilai lainnya. Tujuannya agar dapat tercipta *competitive advantage* yang nantinya dapat berpengaruh pada perkembangan usaha. Karena hasil penelian ini dapat memberikan gambaran bagi pelaku UMKM secara lebih realistis tentang aspek-aspek yang menjadi sumber kekuatan usaha dan aspek-aspek yang menjadi sumber kelemahan usaha.

