BAB V KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada strategi pengembangan pemasaran sayuran organik untuk meningkatkan penjualan pada CV Kurnia Kitri Ayu *Farm* Malang , maka ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut ;

1. Faktor kekuatan yang terbesar ada pada faktor 2 : Modal perseorangan atau modal milik pribadi, Faktor 4 . Nilai terkecil pada kekuatan ada pada faktor 5 : Mengikuti perubahan yang terjadi di pasar. Untuk Nilai terbesar dari kelemahan ada pada faktor 1 : Bahan baku tidak selalu tersedia setiap hari dan nilai terkecil pada kelemahan ada pada faktor no 2 : Jangkauan pasar masih terbatas untuk pemasaran sayur organik, 3 : Promosi sayuran organik masih kurang, 4 : Pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan untuk pengolahan sayuran organik masih kurang
2. Faktor peluang yang terbesar ada pada faktor 2 : Dukungan pemerintah yang sangat besar, 3 : Kebijakan pemerintah mengenai program Go organik 2010, 3 : Loyalitas konsumen konsumen yang sangat tinggi dan nilai terkecil pada kelemahan ada pada faktor 3 : Jumlah pesaing sejenis yang bertambah dan kompetitif
3. Strategi pengembangan pemasaran sayuran organik untuk meningkatkan penjualan pada CV Kurnia Kitri Ayu *Farm* Malang berada pada kuadran I dengan menggunakan strategi yaitu Agresif

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Manfaatkan modal perseorangan atau milik pribadi untuk mengembangkan infrastruktur dan kapasitas produksi. Perencanaan penanaman yang baik untuk memastikan kualitas dan konsistensi produk. Peningkatan jangkauan pasar melalui strategi pemasaran yang lebih luas dan efektif untuk menjangkau konsumen potensial yang lebih besar. Meningkatkan promosi produk sayuran organik dengan memanfaatkan media sosial, kolaborasi dengan toko organik, atau mengikuti acara pasar lokal. Untuk mengatasi pengetahuan karyawan dalam pengolahan sayuran organik, berikan pelatihan dan edukasi yang terstruktur, investasikan dalam teknologi produksi modern untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produk, sehingga dapat bersaing lebih baik di pasar yang semakin kompetitif.
2. Memanfaatkan dukungan pemerintah yang besar dengan maksimal. Mengembangkan program-program yang mendukung pertumbuhan industri sayuran organik bisa menjadi strategi yang efektif. Mempertahankan loyalitas konsumen yang tinggi melalui kualitas produk dan layanan yang unggul. Perlu diwaspadai persaingan harga yang ketat dengan menawarkan nilai tambah yang jelas kepada konsumen. Mengurangi dampak fluktuasi permintaan dengan diversifikasi produk atau strategi manajemen rantai pasok yang adaptif juga akan membantu menjaga stabilitas operasional.

3. Berdasarkan analisis dari strategi pengembangan pemasaran sayuran organik untuk meningkatkan penjualan pada CV Kurnia Kitri Ayu *Farm* Malang diharapkan supaya mampu menggunakan peluang serta kekuatan dari usaha lainya dengan cara meningkatkan kualitas dari berbagai macam produk usahanya supaya menarik daya minat konsumen .

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, A. ., 2013. *Metode Penelitian. pengumpulan data dalam penelitian kualitatif. Cetakan ke-13.* Jakarta: Bumi Aksara.
- Aradibah, D. M. 2017. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Permintaan Sayuran Organik Di Kota Palu. *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Permintaan Sayuran Organik Di Kota Palu.*
- Assauri, & Sofian . 2020. *Manajemen Pemasaran. strategi pemasaran sayuran organik dan kebutuhannya di pasa. Jurnal ekonomi .* Jakarta: Rajawali Press.
- Creswell, J. 2016. *Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran.* Yogyakarta: pustaka Pelaja.
- Danang, S. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus).* Yogyakarta: CAPS. Yogyakarta: CAPS.
- Dr. Franky Jessy Paat, S. M. 2014. Tantangan dan Peluang Sektor Pertanian (Leading Sector) Berdasarkan Proyeksi RAPBN 2014 . *Tantangan dan Peluang Sektor Pertanian (Leading Sector) Berdasarkan Proyeksi RAPBN 2014 .*
- Dudi Septiadi, A. I. 2020. Strategi Pengembangan Usaha Tani Sayuran Berbasis Pertanian Organik. *Strategi Pengembangan Usaha Tani Sayuran Berbasis Pertanian Organik.*
- Galih Seno Samodro, Y. 2018. “Strategi Pengembangan Usahatani Sayuran Organik Kelompok Tani Cepoko Mulyo Kabupaten Boyolali.
- Imani, F. 2018. Penerapan Sistem Pertanian Organik Di Kelompok Tani Mekar Tani Jaya Desa Cibodas Kabupaten Bandung Barat. *enerapan Sistem Pertanian Organik Di Kelompok Tani Mekar Tani Jaya Desa Cibodas Kabupaten Bandung Barat.*
- Junior, R. S. 2017. Strategi Pengembangan Pemasaran Usahatani Kangkung Organik Di Kabupaten Bogor. *Strategi Pengembangan Pemasaran Usahatani Kangkung Organik Di Kabupaten Bogor.*
- Novianto. 2017. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis (Studi Pada Industri Kerajinan Gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar). *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis (Studi Pada Industri Kerajinan Gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar).*
- Patrisia Sapas, B. K. 2020. Strategi pengembangan dan Pemasaran Sayur Organik Frysia Melalui Analisis 4p Dan Stp. *Strategi pengembangan dan Pemasaran Sayur Organik Frysia Melalui Analisis 4p Dan Stp.*

- Rangkuti, F. 2006. Analisis *SWOT* Teknik Membedah Kasus Bisnis. . *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.* .
- Sefi, E. A., Kapioru, C., & Surayasa, M. T. 2022. Strategi Pengembangan Usaha Sayuran Berbasis Pertanian Organik (Studi Kasus : CV Perusahaan Pertanian Organik Desa Penfui Timur Kecamatan Kupang Tengah Kabupaten Kupang. *Strategi Pengembangan Usaha Sayuran Berbasis Pertanian Organik (Studi Kasus : CV Perusahaan Pertanian Organik Desa Penfui Timur Kecamatan Kupang Tengah Kabupaten Kupang.*
- Yuliawati, G. d. 2018. Strategi Pengembangan Pemasaran Usahatani Sayuran Organik. *Strategi Pengembangan Pemasaran Usahatani Sayuran Organik*