

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada strategi pemasaran aneka bibit buah di CV Mulyodadi melalui analisis SWOT, maka kesimpulan yang dapat diambil yaitu :

1. Faktor internal yakni kekuatan (*strengths*) terbesar pada strategi pemasaran aneka bibit buah di CV Mulyodadi adalah nama perusahaan CV Mulyodadi dikenal luas dengan skor 0,517. Kelemahan (*weaknesses*) terbesar pada strategi pemasaran aneka bibit buah di CV Mulyodadi adalah manajemen usahatani pembibitan di CV Mulyodadi masih kurang dengan skor 0,536 .
2. Faktor eksternal yakni peluang (*opportunities*) terbesar pada strategi pemasaran aneka bibit buah di CV Mulyodadi adalah minat konsumen terhadap produk bibit lokal dengan skor 0,399. Ancaman (*Threats*) terbesar pada strategi pemasaran aneka bibit buah di CV Mulyodadi adalah permintaan terhadap bibit berfluktuasi dengan skor 0,428
3. Strategi pemasaran aneka bibit buah di CV Mulyodadi dengan menggunakan analisis matriks *SWOT* berada pada kuadran IV. Strategi yang harus diterapkan dalam pemasaran aneka bibit buah di CV Mulyodadi adalah strategi defensif.

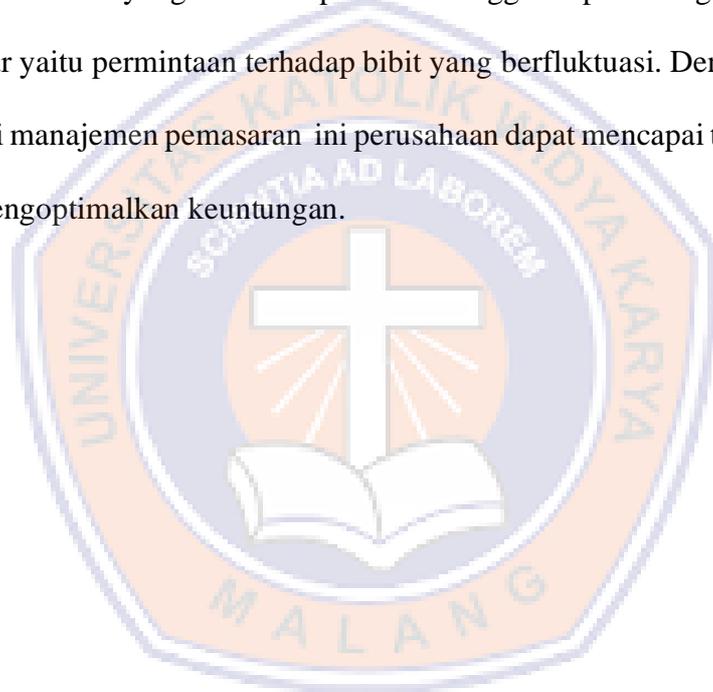
4.2 Saran

Berikut adalah beberapa saran berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diperoleh :

1. Pada bagian *IFAS* dilihat dari segi kelemahan terbesar yaitu manajemen usahatani di CV Mulyodadi masih kurang, ada baiknya pihak perusahaan CV Mulyodadi mampu meningkatkan fungsi manajemen terutama dalam pengawasan usahatani pembibitan seperti pemupukan, pengendalian hama dan penyakit pada bibit tanaman agar produksi bibit yang diperoleh bisa maksimal dan mendapatkan hasil sesuai dengan yang diharapkan. Disarankan kepada pemilik perusahaan CV Mulyodadi untuk terus menjaga reputasi baik perusahaan dan memperkuat citra merek, ini dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas produk, layanan pelanggan, dan kepuasan konsumen.
2. Pada bagian *EFAS* dilihat dari segi ancaman terbesar yaitu permintaan terhadap bibit berfluktuasi, ada baiknya pihak perusahaan CV Mulyodadi menggunakan alat pembibitan seperti pisau okulasi dan plastik okulasi dalam keadaan steril agar tanaman terhindar dari serangan hama dan penyakit sehingga produksi bibit yang dihasilkan dapat meningkat dan permintaan bibit dari konsumen tetap stabil. Ada baiknya pihak perusahaan CV Mulyodadi lebih fokus pada produksi bibit lokal karena salah satu peluang dengan skor terbesar yaitu minat konsumen terhadap bibit lokal..
3. Berdasarkan posisi diagram analisis *SWOT* perusahaan CV Mulyodadi berada pada kuadran IV yaitu menerapkan strategi defensif, Ada baiknya pihak perusahaan CV Mulyodadi dapat memanfaatkan kekuatan internal untuk

mengurangi kelemahan internal seperti kualitas bibit buah harus tetap terjaga agar bibit yang dipromosikan sesuai dengan kualitasnya, dan memanfaatkan peluang eksternal untuk menghindari ancaman eksternal seperti memanfaatkan daya beli konsumen agar menghindari pesaing lainnya.

4. Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan metode strategi manajemen pemasaran dalam menilai efektifitas pada usahatani pembibitan ini yang belum optimal sehingga dapat menghindari ancaman terbesar yaitu permintaan terhadap bibit yang berfluktuasi. Dengan menerapkan strategi manajemen pemasaran ini perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dan mengoptimalkan keuntungan.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahyani. 2016. Strategi Pemasaran Ekspor Buah-Buahan pada PT Agroindo Usaha Jaya. Program Sarjana Ekstensi Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian: Institut Pertanian Bogor. (Skripsi)
- Albertus. 2020. Strategi Pemasaran Benih Durian CV Mulyodadi. Malang: Universitas Widyagama, Fakultas Pertanian.
- Ansori, M., 2020. Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2. Airlangga *University Press*
- Arikunto. 2012. Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariyanto, 2012. Budidaya Tanaman Buah-buahan. PT. Citra Aji Parmana. Yogyakarta.
- Buchari, Alma, 2015. Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Bandung: Alfabeta
- David. 2012. Manajemen Strategi, Edisi Sepuluh. Jakarta : Salemba Empat
- Fitriana. 2014. Analisis Strategi Pemasaran Buah Segar (Studi Kasus di Toko Buah Tropis). Bekasi. (Skripsi). Jakarta: Universitas Borobudur, Fakultas Pertanian.
- Gunawan, & Suhartanto, 2012. Untung Besar dari bisnis bibit tanaman buah. Jakarta: PT.AgroMedia Pustaka.
- Hadi. 2010. Metode Research. Yogyakarta: ANDI.
- Hunger, & Wheelen, 2013. *Strategic Management and Business Policy*, (13th Edition). United States of America: Pearson.
- Kotler, P., & Amstrong, G., 2012. *Principles of marketing*. Prentice Hall : New Jersey
- Kotler, & Keller, 2012. *Marketing Management*, 14th, *Person Education*
- Laksana. 2012. Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi : CV Al Fath Zumar
- Mahmubi. 2013. Strategi Pengembangan Usaha Pembibitan. (Skripsi). Jakarta: Fakultas Pertanian Universitas Negeri Jakarta
- Moorcy. 2013. Agribisnis Buah-buahan, Penebar Swadaya Jakarta

- Mursyid. 2014. Manajemen dan Strategi Pemasaran: Jakarta: Bumi Aksara
- Pearce, & Robinson, 2013. Manajemen Strategi Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian. Edisi 10. Disunting oleh Christine Bactiar Y. Jakarta: Salemba Empat.
- Pratama, P., 2013. Analisis Strategi Pemasaran Buah Stroberi Vin's Berry Park Desa Jambudipa, Kecamatan Cisarua-Lembang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Skripsi pada Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian, Bogor.
- Rajab, A., 2015. Analisis finansial usaha bibit tanaman buah-buahan. Universitas Mataram, Lombok Barat.
- Rangkuti. 2015. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Rukajat, A., 2018. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Deepublish
- Setiadi. 2013. Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Bandung. Prenada Media
- Situmorang, James, R., 2010. Metrik Pemasaran Sebagai Alat Untuk Mengukur Kinerja Pemasaran Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Bisnis*, Volume 6, Nomor 2
- Stanton. 2012. Prinsip Pemasaran. Jakarta. Erlangga.
- Sudiyarto. 2012. Strategi pemasaran buah lokal jawa timur. J. SEP 5 (1) : 65-73.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Swastha. 2011. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Delapan. Jakarta: Penerbit Liberty
- Tjiptono. 2012. Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga . Andi Offset. Yogyakarta
- Umar. 2012. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Cetakan Kedua. Gramedia. Pustaka Utama, Jakarta.
- Willyanto. 2013. Analisis Strategi Pemasaran Buah di UD Sabila *Farm*. Yogyakarta