

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Posyantek Bina Mandiri dapat disimpulkan yaitu :

1. Faktor lingkungan Internal dan Eksternal yang dapat mempengaruhi Promosi Produk Minyak Kelapa Murni (VCO) di Posyantek Bina Mandiri yang terdiri dari Kekuatan adalah keunggulan produk, yaitu minyak kelapa murni (VCO) sebagai salah satu obat alternatif yang dapat menyembuhkan panas dalam dan kencing manis. Kelemahannya adalah kegiatan promosi yang belum efektif karena masih menggunakan media promosi melalui pameran-pameran yang diselenggarakan oleh instansi pemerintah yang terkait dan brosur. Peluang yang dimiliki oleh Posyantek Bina Mandiri adalah produk VCO memiliki peluang untuk dipasarkan keluar Provinsi Gorontalo hal ini didasarkan pada permintaan melalui pesanan. Ancaman yang dimiliki adalah munculnya usaha yang sejenis yang dapat menjadikan ancaman untuk Posyantek Bina Mandiri.
2. Strategi *Agresif* , pada Posyantek Bina Mandiri menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada, artinya bahwa Posyantek Bina Mandiri dapat mempertahankan keunggulan produk VCO untuk menjadikan VCO salah satu obat alternatif. Adapun yang menjadi strategi yaitu Strategi SO, mempertahankan keunggulan produk WO, memperluas promosi produk VCO. Strategi ST, memperluas wilayah pemasaran. Strategi WT, masih menggunakan kemasan sederhana dan memiliki langganan mempermudah konsumen untuk membeli, dan fase kematangan terdiri dari produk, harga, dan promosi. Fase dimana minyak kelapa murni (VCO) yang diproduksi oleh Posyantek Bina Mandiri itu promosinya ke kantor-kantor dan masyarakat umum, dan harga yang di terapkan 40.000/botol dan tetap melakukan promosi tentang pentingnya minyak kelapa murni (VCO) bagi kesehatan dan produksi produk VCO hanya dilakukan berdasarkan pesanan.

## **B. Saran**

Adapun yang menjadi saran atas hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemasaran VCO di Posyantek Bina Mandiri Kecamatan Botupingge Kabupaten Bone Bolango memiliki potensi ekonomi yang sangat tinggi, sehingga Posyantek Bina Mandiri dapat meningkatkan produksi minyak kelapa murni (VCO) dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang.
2. Bagi Posyantek Bina Mandiri diharapkan dapat mengembangkan outlet-outlet baru guna memperluas pemasaran khususnya yang ada di daerah Gorontalo, sehingga produk dapat dikenal oleh masyarakat dan bisa menjadi semakin familiar..
3. Kelemahan Posyantek Bina Mandiri dapat ditutupi dengan cara mencari bentuk kemasan serta merek dagang yang cocok untuk digunakan pada produk olahan, promosi produk, memperbesar modal usaha serta lokasi usaha yang strategis untuk Posyantek Bina Mandiri.
4. Peluang dalam perluasan promosi dapat menjadikan produk olahan dari Posyantek Bina Mandiri dapat lebih dikenal serta disesuaikan oleh perkembangan teknologi dunia industri.
5. Ancaman produk sejenis dapat ditanggulangi dengan cara memberikan variasi olahan pada produk, memanfaatkan ketersediaan bahan baku secara maksimal, memenuhi selera konsumen terhadap produk melalui pesan-antar produk.
6. Strategi dalam menangani kelemahan di Posyantek Bina Mandiri dapat ditutupi dengan variasi produk dan memenuhi peluang pasar yang tersedia dengan jumlah yang banyak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Novita. 2013. Strategi Pemasaran Kakao Kecamatan Taluditi. *Skripsi*. Fakultas Ilmu-ilmu Pertanian Di Universitas Negeri Gorontalo
- Darmoyuwonu, Winarno. 2006. Gaya Hidup Sehat Dengan Virgin Coconut Oil. PT Indeks. Jakarta
- Dharmmesta, B.S dan Handoko, H. 2011. Manajemen Pemasaran. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta
- Fatimah, Feti. 2010. Kualitas Virgin Coconut Oil (VCO) Yang Dibuat pada metode Pemasaran Bertahap Sebagai Minyak Goreng Dengan Penambahan Wortel (*Daucus Carrota L*). Jurnal. Program Studi Kimia FMIPA. Universitas Sam Ratulangi
- Hartimbul Gintig, Nembah. F. 2011. Manajemen Pemasaran. CV Yrama Widya. Bandung.
- Ilahude, Mega Arta. 2013. Analisis Sistem Pemasaran Kopra Di Kecamatan Limboto. *Skripsi*. Fakultas Ilmu-ilmu Pertanian. Universitas Negeri Gorontalo
- Kotler Philip dan Keller Lane. 2009. Manajemen Pemasaran. Terjemahan. Molan. PT. Macanan Jaya Cemerlang. Indonesia.
- Lantu, Ronal. 2009. Proses Pengolahan Blondo Sebagai Hasil Tambahan Dari Proses Pengolahan VCO Di KUB Sari Kelapa Desa Timbuolo Kecamatan Botupingge Kabupaten Bone Bolango. *Tugas Akhir*. Fakultas Ilmu-ilmu Pertanian. Universitas Negeri Gorontalo.
- Muda, Nurain. 2013. Strategi Pengembangan Produk Olahan Jagung. Studi Kasus Di UKM Suka Maju Kabupaten Bone Bolango. *Skripsi*. Fakultas Ilmu-ilmu Pertanian. Universitas Negeri Gorontalo.
- Muttaqin. 2013. Analisis SWOT Pada Pelaku Usaha Kerajinan Khas Daerah Diarea Kompleks Citra Niaga Samarinda. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Mulawarman.
- Nurlina, Dkk. 2013. Analisis Keterkaitan Bauran Pemasaran Dengan Kepuasan Konsumen UKM Pengais Jaya VCO Di Desa Ampibabo. *Jurnal*. Fakultas Pertanian. Universitas Tadulako.
- Prawitasari. 2010. Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (studi pada dealer Honda tunggul sakti). *Skripsi*. Program Sarjana Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang

Rangkuti, Fredi. 2009. Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Wibowo, Susilo 2006. Konferensi Nasional Kelapa IV Mamfaat VCO Untuk Kesehatan. *Jurnal. BP3 Provinsi Gorontalo*

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Lampiran

**Kuisisioner**

**STRATEGI PROMOSI PRODUK MINYAK KELAPA MURNI  
(*VIRGIN COCONUT OIL*) DI POSYANTEK BINA MANDIRI  
KECAMATAN BOTUPINGGE KABUPATEN BONE BOLANGO  
(Studi Kasus:KUB “Kelompok Usaha Bersama” Sari Kelapa Di Desa  
Timbuolo)**

**I. Identitas Usaha Minyak Kelapa Murni (VCO)**

1. Nama Perusahaan:
2. Alamat Perusahaan:
3. Nama Pemilik Perusahaan:
4. Alamat Perusahaan :
5. Umur Usaha :
6. Ijin Usaha :
7. No. Telpon :
8. Jumlah Kariawan :
9. Status Pemilikan usaha :

**II. Usaha Minyak Kelapa Murni (VCO)**

1. Luas dan Status Bangunan Pabrik :
2. Luas dan Status Tanah Pabrik :
3. Jumlah Modal Awal :

**III. PERTANYAAN**

**A. Tenaga kerja dalam Posyantek Bina Mandiri**

1. Berapa jumlah karyawan laki-laki dan perempuan yang ada?  
(L...../P.....org?)
2. Apakah status karyawan di dalam semuanya berasal dari tetangga di sekitar perusahaan?
  - a. Ya [     ] ]
  - b. Tidak [     ] ]

Jika tidak, Karyawan berasal dari mana?

- a. Keluarga [ ]
- b. Luar kota [ ]
- c. Sahabat [ ]
- d. Semuanya [ ]

3. Apakah pengusaha atau karyawan pernah mengikuti diklat/penyuluhan yang di laksanakan oleh pemerintah/LSM yang ada kaitannya dengan usaha?

- a. Ya [ ]
- b. Tidak [ ]

4. Apakah karyawan sangat terampil dalam kerjanya?

- a. Ya [ ]
- b. Tidak [ ]

## **B. Pengelolaan Produksi Dalam Posyantek Mandiri**

1. Apakah perusahaan melaksanakan suatu perencanaan (penjadwalan, baik waktu maupun jumlah) usaha?

- a. Ya [ ]
- b. Tidak [ ]

2. Apakah jadwal dan jumlah produk/usaha ditetapkan atas pertimbangan kebutuhan permintaan pasar?

- a. Ya [ ]
- b. Tidak [ ]

3. Apakah di lakukan pembagian pekerjaan di antara para pekerja?

- a. Ya [ ]
- b. Tidak [ ]

4. Apakah produk berjalan tanpa ada hambatan?

- a. Ya [ ]
- b. Tidak [ ]

Apabila tidak, masalah atau hambatan tersebut adalah :

- a. Kekurangan bahan/sarana produksi [ ]
- b. Kerusakan mesin [ ]

c. Faktor alam [ ]

5. Apakah pengusaha mengetahui cara-cara untuk memperbaiki proses produksinya agar lebih efisien?

a. Ya [ ]

b. Tidak [ ]

6. Apakah pengusaha mengetahui masalah kerusakan mutu produk/jasa selama kegiatan produksi sampai di jual?

a. Ya [ ]

b. Tidak [ ]

Apabila Ya, masalah tersebut adalah.....

.....  
.....

7. Apakah pengusaha mengetahui cara-cara untuk meningkatkan produksi mutu produksi?

a. Ya [ ]

b. Tidak [ ]

8. Apakah pernah di lakukan usaha untuk meningkatkan produksi?

a. Ya [ ]

b. Tidak [ ]

9. Apakah selalu di lakukan pemeriksaan dan pengawasan mutu selama proses produksi?

a. Ya [ ]

b. Tidak [ ]

10. Apakah sebelum di jual dilakukan pemeriksaan terhadap produk?

a. Ya [ ]

b. Tidak [ ]

#### IV. ANALISIS SWOT

##### Faktor Internal dan Eksternal

Berilah tanda (✓) pada setiap hal yang di sediakan, responden berhak untuk menambahkan atau mengurangi hal-hal yang tercantum dalam kusioner ini, apabila sesuai dengan karakter terhadap pemasarannya yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman di perusahaan/usaha anda !

SWOT	
INTERNAL (KEKUATAN)	EKSTERNAL (KELEMAHAN)
<i>Strengths</i> (Kekuatan)	<i>Opportunities</i> (Peluang)
1. Keunggulan Produk <input type="checkbox"/>	1. Produk VCO memiliki peluang <input type="checkbox"/> untuk di pasarkan Keluar
2. Motivasi memajukan Posyantek Bina Mandiri <input type="checkbox"/>	Provinsi Gorontalo
3. Lokasi Usaha Strategis <input type="checkbox"/>	2. Produk VCO menjadi salah <input type="checkbox"/> satu obat alternatif
4. Mengikuti macam penyuluhan dan Pelatihan <input type="checkbox"/>	3. kebijakan pemerinyah <input type="checkbox"/> mendukung Posyantek Bina
5. modal sendiri tidak tergantung dari pemerintah <input type="checkbox"/>	4. Perkembangan teknologi <input type="checkbox"/> dunia industry pengolahan



<p style="text-align: center;"><b>INTERNAL (KELEMAHAN)</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>EKSTERNAL (ANCAMAN)</b></p>
<p><i>Weaknesses</i> (Kelemahan)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terbatasnya tenaga kerja <input data-bbox="783 495 866 539" type="checkbox"/></li> <li>2. Masih menggunakan peralatan sederhana <input data-bbox="783 546 866 591" type="checkbox"/></li> <li>3. Kegiatan promosi belum efektif <input data-bbox="783 636 866 680" type="checkbox"/></li> <li>4. bentuk kemasan yang kurang menarik <input data-bbox="783 696 866 741" type="checkbox"/></li> </ol>	<p><i>Treaths</i> (Ancaman)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. selera dan daya beli konsumen menurun <input data-bbox="1358 495 1441 539" type="checkbox"/></li> <li>2. Munculnya berbagai usaha yang sejenis <input data-bbox="1358 613 1441 658" type="checkbox"/></li> <li>3. produk substitusi <input data-bbox="1358 696 1441 741" type="checkbox"/></li> <li>4. Kebijakan di berlakunya pasar bebas <input data-bbox="1358 757 1441 801" type="checkbox"/></li> </ol>

Pilihlah dan lingkari salah satu jawaban yang sesuai menurut besar kecilnya kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman di perusahaan anda.

<b>S</b>	<b>Internal</b>	<b>B</b>	<b>S</b>	<b>K</b>
	<i>Strengths</i> (Kekuatan)			
	1. Keunggulan produk	B	S	K
	2. Motivasi memajukan Posyantek Bina Mandiri	B	S	K
	3. Lokasi usaha strategis	B	S	K
<b>W</b>	4. Mengikuti macam penyuluhan dan pelatihan	B	S	K
	5. Modal sendiri tidak tergantung dari pemerintah	B	S	K
	<b>Internal</b>	<b>B</b>	<b>S</b>	<b>K</b>
	<i>Weakness</i> (Kelemahan)			
	1. Terbatasnya tenaga kerja produksi	B	S	K
<b>O</b>	2. Masih menggunakan peralatan yang sederhana	B	S	K
	3. Kegiatan promosi belum efektif	B	S	K
	4. Bentuk kemasan yang kurang menarik	B	S	K
	<b>Eksternal</b>	<b>B</b>	<b>S</b>	<b>K</b>
	<i>Opportunities</i> (Peluang)			
<b>T</b>	1. Produk VCO memiliki peluang untuk di pasarkan keluar provinsi gorontalo	B	S	K
	2. Produk VCO menjadi salah satu obat alternatif	B	S	K
	3. Kebijakan pemerintah mendukung Posyantek Bina Mandiri	B	S	K
	4. Perkembangan teknologi dunia industry pengolahan	B	S	K
	<b>Eksternal</b>	<b>B</b>	<b>S</b>	<b>K</b>
<b>T</b>	<i>Treaths</i> (Ancaman)			
	1. Selera dan daya beli konsumen menurun	B	S	K
	2. Munculnya berbagai usaha yang sejenis	B	S	K
	3. Produk substitusi	B	S	K
	4. Kebijakan berlakunya pasar bebs	B	S	K

Keterangan:

B = Baik

S = Sedang

K = Kecil

Keterangan:

1. *Strengths* (Kekuatan) adalah segala hal yang dibutuhkan pada kondisi yang sifatnya internal organisasi agar supaya kegiatan-kegiatan organisasi berjalan maksimal.
2. *Weaknesses* (Kelemahan) adalah terdapatnya kekurangan pada kondisi internal organisasi, akibatnya kegiatan-kegiatan organisasi belum maksimal terlaksana.
3. *Opportunities* (Peluang) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang positif, yang dapat dan mampu mengarahkan kegiatan organisasi kearahnya.
4. *Treaths* (Ancaman) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang mampu menghambat pergerakan organisasi.

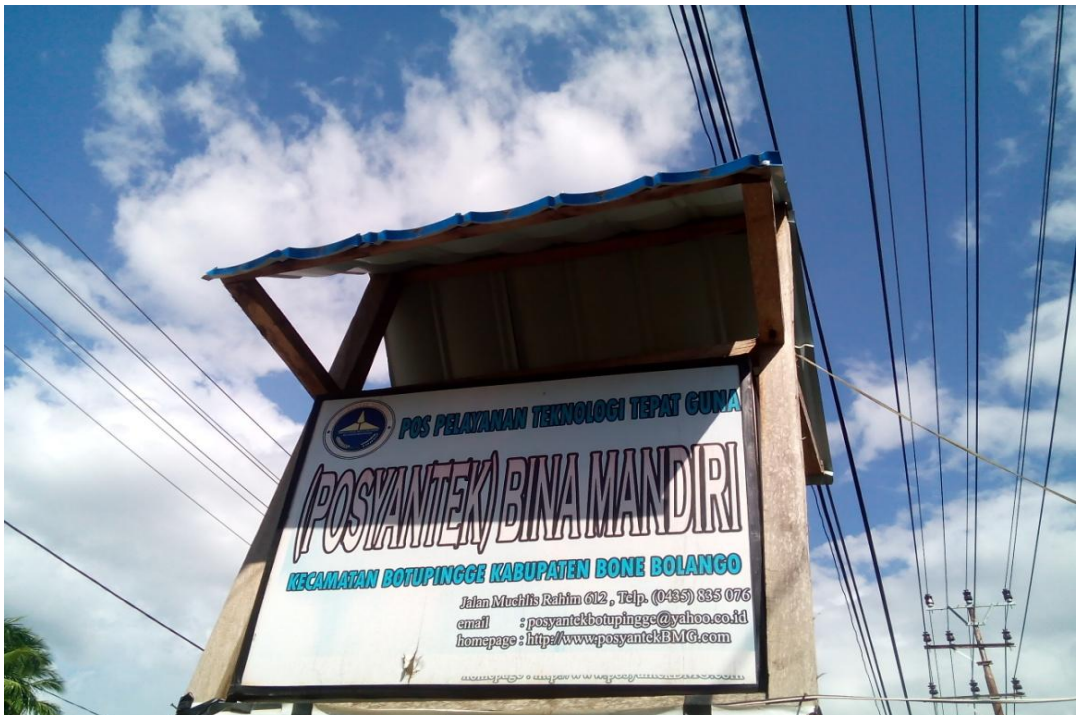
Lampiran 2. Peta Wilayah Kecamatan Botupingge Kabupaten Bone Bolango



### Lampiran 3. Dokumentasi penelitian



Wawancara Bersama Pemilik Posyantek Bina Mandiri Bapak Miskar Hiola



Papan Nama Posyantek Bina Mandi



Minyak Kelapa Murni (VCO)



Proses Pemerasan Santan Kelapa

## CURICULUM VITAE



### IDENTITAS DIRI

Nama : Agusalim Baga  
Nim : 614 410 050  
Tempat/ tanggal lahir : Gorontalo, 25 Agustus 1992  
Angkatan : 2010  
Jurusan : Agribisnis  
Fakultas : Pertanian  
Jenis kelamin : Laki-Laki  
Agama : Islam  
Anak ke : 3 dari 4 Bersaudara  
Alamat : Desa Poowo Kecamatan Kabila Kabupaten Bone  
Bolango

### RIWAYAT HIDUP

#### 1. Pendidikan Formal

- a. SDN 14 Kabila Tahun 2004
- b. SMP 1 Kabila Tahun 2007
- c. SMA 1 Kabila Tahun 2010
- d. Terdaftar Sebagai Mahasiswa di Fakultas Pertanian Jurusan Agribisnis Angkatan 2010

#### 2. Pendidikan Non Formal

- a. Peserta Orientasi Mahasiswa Baru (Oramaru) di Universitas Negeri Gorontalo 2010
- b. Peserta Kuliah Kerja Sibermas (KKS) di Desa Kenari Kecamatan Lemito Kabupaten Pohuwato.