

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di UD Sakura dapat disimpulkan bahwa beberapa faktor lingkungan internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pemasaran produk kopi Cap Keluarga di UD Sakura adalah:

1. kekuatan adalah keunggulan produk, yaitu kopi Cap Keluarga memiliki Kualitas mutu dan rasa, pemasaran luas dan berkualitas, juga mempunyai Juga mempunyai lokasi yang strategis, mengikuti penyuluhan pelatihan, Modal sendiri tidak tergantung dari pemerintah, dan juga produk yang bervariasi.
2. strategi *agresif*, pada UD Sakura menggunakan kekuatan untuk dapat memanfaatkan peluang yang ada, artinya bahwa UD Sakura dapat mempertahankan keunggulan produk Cap Keluarga untuk menjadi salah satu produk kopi yang berkualitas.
3. strategi SO, mempertahankan keunggulan produk Strategi WO, memperluas pemasaran produk Cap Keluarga. 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 kopi diproduksi oleh UD Sakura pemasarannya keluar daerah dan masyarakat umum, dan harga yang ditetapkan Rp 5000/5grm dan tetap melakukan promosi agar menarik pelanggan.

B. Saran

Adapun rekomendasi atas hasil penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Pemasaran UD Sakura di Kota Tengah Gogagoman Kota Kotamobagu memiliki potensi ekonomi sangat tinggi sehingga UD Sakura dapat meningkatkan produksi kopi dengan menerapkan *marketing mix* (bauran pemasaran) dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang.
2. Diperlukan peralatan dan teknologi dalam menunjang pemasaran yang ada di UD Sakura melalui perhatian dan pembinaan dari pemerintah daerah atau instansi terkait
3. Kegiatan promosi yang belum efektif sebaiknya direncanakan dengan sebaik mungkin, guna lebih memaksimalkan *marketing mix* (bauran pemasaran).
4. Dalam peningkatan pemasaran sebaiknya UD Sakura lebih mementingkan pasar mana yang akan dimasuki dan produk kopi apa yang dapat diterima oleh semua kalangan agar peminat kopi UD Sakura lebih banyak dari sebelumnya
5. UD Sakura juga harus mementingkan mahasiswa khususnya mahasiswa yang bergerak di bidang agribisnis agar menambah wawasan dalam berwirausaha
6. Peningkatan sumber daya lebih ditingkatkan agar dalam menciptakan tenaga kerja baru yang lebih optimal
7. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang agroindustri pertanian maka dalam hal ini pelaku selaku pemilik perusahaan harus mampu menciptakan produk-produk yang berbeda dari produk kopi lainnya.
8. Penerapan kinerja atau karyawan lebih di optimalkan bimbingan, agar menciptakan karyawan yang mampu dan juga dapat memberikan bimbingan kepada masyarakat agar suatu saat mereka juga dapat membuka lapangan kerja di tempatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ditjenbun Perkebunan Rakyat 2012., (Departemen Pertanian Negara).
- Direktorat Jendral Perkebunan 2012., (Badan Pusat Statistik Kota Kotamobagu).
- Tiptono, 1998. Strategi Pengembangan CV Andi Offset Yogyakarta.
- Porter S 2010. Pengertian Strategi,. UI-Press Jakarta.
- Chadler A. DJ..2008. Manajemen Strategi Selemba Empat Jakarta.
- Hunger dan Whelens (2012 : 27) Manajemen Strategi. Jakarta: PT. Bernala Nirwana.
- Jogiyanto F. 2008 Definisi Strategi Dalam Pengembangan Usaha. Agro Media Pustaka Jakarta.
- Direktorat Jendral Perkebunan 2012. Rencana Strategi Perkebunan. Kementerian Pertanian, Jakarta (TD)
- Asosiasi Ekportir dan Industri Kopi Indonesia, “Statistik Kopi 2009-2010”, Jakarta: AEKI, 2010.
- Departemen Pertanian Direktorat Jendral Perkebunan 1993 Pengolahan Kopi, Jakarta: Deptan,
- Departemen Pertanian Direktorat Jendral Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian, *feasibility studi pengembangan gula semut*, Jakarta: PT. Bernala Nirwana, 2010
- Departemen Perindustrian Direktorat Jendral Industri Agro dan Kimia (Ditjen IAK) dan Direktorat Industri kecil dan Menengah (Ditjen IKM), Pengembangan Industri Pengolahan Kopi, Jakarta: Ditjen IAK dan IKM, 2010
- Erliza Hambali, Siti Mujdalipah, Armansyah H. Tambunan, Abdul Waries Pattiwiri, dan Roy Hendroko, *Teknologi Bionergi*, Jakarta: Agromedia Pustaka, 2009
- Harun, W. 2014. Strategi Pengembangan Agroindustri Minyak Kelapa di PT. Multi Nabati Sulawesi unit Maleo Kecamatan Paguat Kabupaten Pohuwato. Skripsi. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Negeri Gorontalo.

- Putuarta, A.S. Supardi dan N. Setyowaty. 2011. Pementaan dan Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi Instan. di Kabupaten Bolaang Mongondow. Fakultas Pertanian Universitas Dumoga Kotamobagu.
- Setyowati, N. 2002. Analisi Usaha dan Strategi Pengembangan Agroindustri kopi. di Kabupaten Karanganyer. *Skripsi*. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret Sukarta.
- Widyatama, N. 2010. Strategi Pemasaran dan Penjualan kopi Keluarga . di Kabupaten Lolak. *Skripsi*. Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret.
- Herdhiansyah, D.L. Sutiarto dan D. Purwadi. 2012. Strategi Pengembangan Potensi Wilayah Agroindustri Perkebunan kopi Unggulan. di Kabupaten Lolak