

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang diperoleh, maka dapat diambil beberapa kesimpulan berikut ini :

1. Faktor internal strategi pemasaran usaha pembibitan buah pada CV. Jaya Mandiri Argo dapat dilihat dari kekuatan dan kelemahan yang ada pada usaha. Kekuatan CV.Jaya Mandiri Argo terdiri dari keharmonisan hubungan antara karyawan dan pemilik, harga grosir, bahan baku yang berkualitas, jenis bibit buah yang beragam, sarana dan prasarana yang memadai, stok produksi yang cukup untuk memenuhi permintaan konsumen, dan letak usaha yang strategis. Sedangkan kelemahan dari CV.Jaya Mandiri Argo terdapat pada pengantaran pembelian harus minimal order didalam dan luar kota, Keterbatasan dalam pencatatan laporan keuangan, dan Teknologi pembibitan masih kompensional. IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*), faktor kekuatan dan faktor kelemahan memiliki total skor 3,60, mengindikasikan CV.Jaya Mandiri Argo memiliki kondisi internal yang kuat.
2. Faktor eksternal strategi pemasaran usaha rumah tangga pembibitan buah pada CV.Jaya Mandiri Argo dapat dilihat dari peluang dan ancaman yang terdapat disekitar lingkungan usaha pembibitan buah CV. Jaya Mandiri Argo. Peluang dari CV.Jaya Mandiri Argo yaitu meningkatkan pendapatan penjualan, menambah pelanggan baru dan meningkatnya jumlah pelanggan. Sedangkan ancaman yaitu banyaknya pesaing yang sudah menggunakan teknologi pemasaran dan teknologi pembibitan terbaru, dan perubahan cuaca yang ekstrim yang dapat menyebabkan berkembangnya hama dan penyakit. EFAS (*Enternal Factor Analysis Summary*), faktor peluang dan faktor ancaman memiliki total skor 3,40, Karena total skor cukup tinggi berarti ini mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dan berusaha menghindari ancaman-ancaman yang ada.
3. Strategi pemasaran usaha rumah tangga pembibitan buah pada CV.Jaya Mandiri Argo berdasarkan matriks IFAS dan EFAS, usaha pembibitan buah CV.Jaya Mandiri Argo berada pada kuadran 1 (Growth) dimana

kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Sehingga prospek usaha pembibitan buah CV.Jaya Mandiri Argo sangat menguntungkan atau menjanjikan. Berdasarkan posisi strategi yang diperoleh pada kuadran I maka prioritas strategi difokuskan pada strategi *Strength - Opportunities (SO)* yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki dan strategi alternatif menggunakan strategi WT. Sehingga strategi pemasaran yang harus dilakukan CV.Jaya Mandiri Argo yaitu menjual produk dengan harga grosir, jenis buah yang beragam dan mempertahankan kualitas bibit buah serta stok produksi yang cukup untuk memenuhi permintaan pelanggan sehingga akan menarik pelanggan baru dan akan meningkatkan pendapatan penjualan. Strategi alternatifnya WT yaitu melakukan pengembangan teknologi pemasaran dengan menggunakan iklan di media sosial dan membuat brosur serta teknologi pembibitan seperti pupuk yang terbaru, jenis tanaman terbaru, pebenihan bibit dengan cara yang modern dan sebagainya agar CV.Jaya Mandiri Argo dapat bersaing dengan para pengusaha bibit buah lainnya dan menghasilkan produk bibit buah yang berkualitas.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

1. Faktor internal

Bagi CV.Jaya Mandiri Argo diharapkan melayani pengantaran semua pembelian tanpa minimal order dan membuat pencatatan laporan keuangan secara detail agar dapat memberikan informasi yang digunakan untuk pengambilan keputusan, evaluasi usaha yang sedang berjalan serta melakukan budgeting dan kontrol internal perusahaan.

2. Faktor Eksternal

CV.Jaya Mandiri Argo diharapkan melakukan diversifikasi pembibitan teknologi seperti pupuk yang terbaru, jenis tanaman terbaru, pembenihan bibit dengan cara yang modern dan sebagainya agar CV.Jaya Mandiri Argo dapat bersaing dengan para pengusaha bibit buah lainnya dan menghasilkan produk bibit buah yang berkualitas.

3. Strategi Pemasaran Usaha

Prospek usaha pembibitan buah ini sangat menguntungkan dalam jangka panjang sehingga perusahaan diharapkan tetap mempertahankan kondisi faktor internal dan faktor eksternal di perusahaan. Strategi pemasaran yang disarankan adalah strategi *Strength - Opportunities (SO)* yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki dan strategi alternatif menggunakan strategi WT yaitu melakukan pengembangan teknologi pemasaran dengan menggunakan iklan di media sosial dan membuat brosur serta teknologi pembibitan seperti pupuk yang terbaru, jenis tanaman terbaru, pebenihan bibit dengan cara yang modern dan sebagainya agar CV.Jaya Mandiri Argo dapat bersaing dengan para pengusaha bibit buah lainnya dan menghasilkan produk bibit buah yang berkualitas.