

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran bagi penelitian selanjutnya. Kesimpulan merupakan hasil yang didapatkan dan penelitian yang telah dilakukan. Saran yang diberikan guna memperbaiki penelitian yang telah dilakukan.

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat disimpulkan beberapa hal. Kesimpulan ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. Pangkalan Organik memiliki beberapa faktor internal dan eksternal. Faktor internal Pangkalan Organik terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa faktor internal kelebihan Pangkalan Organik lebih dominan dibandingkan dengan kekurangan yang dimiliki Pangkalan Organik. Faktor eksternal perusahaan terdiri dari peluang dan ancaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor eksternal perusahaan peluang lebih dominan dibandingkan dengan faktor ancaman yang dimiliki Pangkalan Organik.
2. Pangkalan Organik berada pada kuadran nomor empat pada matrik IE. Kuadran empat menunjukkan posisi Pangkalan organik sedang berada pada posisi *grow and build*. Posisi tersebut menunjukkan bahwa Pangkalan Organik perlu tumbuh dan berkembang dengan menggunakan strategi *market penetration*, *market development*, dan *product development*. Agar perusahaan tetap bertahan dan berkembang.
3. Pangkalan Organik memiliki beberapa langkah strategi yang dapat dipilih berdasarkan posisi perusahaan. Beberapa alternatif tersebut adalah menambah pasar dengan menambah gerai griya yang menjual produk Pangkalan Organik dan melakukan kegiatan promosi yang lebih gencar untuk memperkenalkan produknya, penambahan jenis sayur organik serta melakukan inovasi produk seperti produk siap konsumsi.

V.2 Saran

Saran merupakan masukan yang diberikan untuk meningkatkan hasil penelitian yang menjadi lebih baik. Terdapat beberapa saran yang dapat digunakan yaitu:

1. Perusahaan harus mengkomunikasikan atau menyampaikan strategi yang diterapkan, kemudian menjabarkan pada seluruh manajemen yang terlibat di dalam perusahaan dalam bentuk langkah-langkah strategi yang akan dijalankan.
2. Perusahaan melakukan evaluasi atas perancangan yang telah dilakukan secara rutin agar strategi berjalan sesuai harapan perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyoga, W. (1999). *Pola Pertumbuhan Produksi Beberapa Jenis Sayuran Di Indonesia*. Jurnal Hortikultura, 9(3), 258–265.
- Charity, Dina S, Yulianto, Edy dan Wilopo,(2016) *Jurnal Administrasi Bisnis, Analisis Strategi Dalam Memasuki Pasar Internasional (Studi Kasus Pada PT Telekomunikasi Indonesia Dalam Ekspansi Di Myanmar)*, 1, 18-26.
- David, F. R., (2013), *Strategic Management Concepts and Cases Fourteenth Edition*, Harlow: Pearson
- Gribaldi. (2009). *Pertanian Organik dan Teknologi Pendukungnya*. AgronobiS, 1(2), 19–24.
- Hayes, B. E.,(2008). *Measuring Customer Satisfaction and Loyalty*, Wisconsin: ASQ
- Isdiyanti. (2007). *Analisis usahatani sayuran organik di perusahaan Matahari Farm*. Skripsi. Bogor: Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Kotler, P. Dan Armstrong, G. (2008), *Principle of Marketing*, Edisi 10, Prentice-Hall International, Inc., New Jersey.
- Kotler, P. dan Keller, L. (2016), *Marketing Management*, Edisi 15, Pearson Education Limited, Inc., England.
- Lusnarnera, dan Karel F. G. B. (2014) *Strategic Management Plan Formulation West Southeast Maluku Airport*, 1-26
- Roosany, T. I. N., Setiawan, I. G., Putra, A., & Astiti, N. W. S. (2014). *Strategi Pengembangan Usaha Sayur Organik pada CV Golden Leaf Farm Bali (Strategy of Organic Vegetable Development at CV Golden Leaf Farm Bali)* 61-75.
- Sutanto R., (2002). *Pertanian Organik Menuju Pertanian Alternatif dan Berkelanjutan*. Kanisius.Yogyakarta.12 hlm.
- Thompson, A., A., Gamble, J.,E., dan Strickland, A., J., (2004) *Strategy*, New York: McGraw.
- Wisnubroto, dan Freitas. (2013) *Jurnal Teknologi, Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan Dengan Pendekatan Technology Atlas Project Method*, 6, 161-168.