

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian yang ada, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Bauran pemasaran yang dilakukan oleh KUD Mandiri Bayongbong kurang lebih dapat dikatakan cukup baik. variabel bauran pemasaran produk yang diterapkan oleh KUD Mandiri Bayongbong sudah baik, dimana kualitas dari makanan ternak sendiri selalu diperhatikan nilai gizinya oleh pihak KUD Mandiri Bayongbong demi mengeratkan kepercayaan konsumen / anggota kepada koperasi. Mengenai harga KUD Mandiri Bayongbong jelas menawarkan harga yang lebih rendah dibanding dengan kompetitor yang lain, ini jelas bisa menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen/anggota untuk bertransaksi. Untuk variabel distribusi, KUD Mandiri Bayongbong sendiri menggunakan distribusi langsung yaitu tanpa adanya perantara atau agen dari luar KUD Mandiri Bayongbong melalui pelayanan pengantaran makanan ternak ke setiap pos kelompok anggota, dan untuk promosi sampai saat ini KUD Mandiri Bayongbong tidak melakukan advertising karena hal tersebut dirasa tidak perlu jika pangsa pasarnya hanya anggota KUD Mandiri Bayongbong.
2. Berdasarkan hasil tabel analisis KUD Mandiri Bayogbong perlu memperbaiki beberapa indikator yang dirasa masih belum memberikan yang terbaik atau belum memenuhi harapan dari anggota seperti kualitas produk, ketersediaan produk. Kedua indikator tersebut menjadi priortias

utama yang diharapkan para anggota. Selain dari itu KUD Mandiri Bayongbong juga dapat mempertahankan indikator-indikator yang telah memenuhi harapan dari para anggota dan sudah dilaksanakan seperti pelayanan pengantaran makanan ternak, lokasi mudah dijangkau, penyebaran informasi.

3. Faktor pendukung dan penghambat dalam bauran pemasaran

Faktor pendukung :

1) Place / distribusi

Tempat yang strategis sehingga mudah dijangkau oleh anggota, selain itu adanya pelayanan pengantaran makanan ternak sehingga memudahkan anggota dalam memperolehnya.

2) Promotion / promosi

Dalam mempromosikan produknya terhadap anggota koperasi memakai beberapa cara yaitu memakai media cetak, radio, dan secara langsung terhadap anggota. Sehingga mudah tersebar terhadap anggota yang lain.

3) Price / harga

Harga yang diberikan KUD Mandiri Bayongbong sudah lebih rendah dari kompetitor lain. Selain itu harga juga sudah sesuai dengan kualitas dan produk yang dihasilkan oleh koperasi. Tetapi tidak menutup kemungkinan jika untuk kedepannya kualitas dari produk makanan ternak menjadi lebih baik, maka harga pun bisa berubah.

Faktor penghambat :

1) Product / produk

Anggota berpendapat bahwa kualitas dari makanan ternak kurang baik, meskipun dalam pembuatannya sendiri selalu diperhatikan nilai gizi yang terkandung. Selain itu anggota juga berharap bahwa koperasi bisa menyediakan 2 jenis makanan ternak. Hal ini bisa menjadi perhatian koperasi untuk meningkatkan kualitas dari produknya serta menambah jenis makanan ternak.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat diberikan saran ataupun masukan bagi perkembangan unit usaha makanan ternak dalam meningkatkan volume penjualan yaitu sebagai berikut :

- a. Meningkatkan kualitas dari makanan ternak
- b. Memilih bahan baku yang baik agar, produk yang dihasilkan juga baik.
- c. Memiliki 2-3 produk dari makanan ternak
- d. Menyesuaikan target penjualan dengan kebutuhan anggota
- e. Memprioritaskan indikator harapan para anggota yang tinggi namun rendah dalam nilai pelaksanaannya serta mempertahankan indikator-indikator yang nilai harapan dan pelaksanaannya tinggi.
- f. Mencari pemasok bahan baku yang masih dalam daerah pulau jawa, dengan harga yang rendah.