

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan, maka ada beberapa hal yang dapat disimpulkan. Selain kesimpulan tersebut, penulis akan mencoba memberikan saran-saran sebagai suatu dorongan bagi Koperasi Produksi Perkebunan Karet Wangunwatie agar dapat merealisasikan strategi pemasaran produk *sheets* karet.

5.1. Kesimpulan

1. Pelaksanaan strategi pemasaran getah karet KPPK Wangunwatie yang secara umum telah melaksanakan konsep segmentasi, penentuan pasar sasaran, posisis pasar dan bauran pemasaran. Pada segmentasi pasar yang dijalankan yakni berupa segmentasi berdasarkan demografis, variabel operasi, ancangan pembelian, faktor situasional dan karakteristik probadi secara baik. Sedangkan untuk penentuan psar dan posisinya KPPK Wangunwatie berfokus pada konsumen yang telah melakukan kerjasama dengan koperasi sejak lama. Secara umum konsep bauran pemasaran yang dilaksanakan masih perlu diperhatikan kembali, terutama dari segi saluran distribusi dan komunikasi pemasaran.

Pada lingkungan internal olahan produk getah karet memiliki 5 hal yang menjadi kekuatan koperasi antara lain, yaitu kualitas produk *sheets* karet yang sesuai dengan standar kebutuhan pasar, bahan baku produk berupa

getah karet yang dimiliki KPPK Wangunwatie memiliki kualitas yang terhitung cukup baik, teknologi yang dimiliki KPPK Wangunwatie dari mesin pengolah dan sebagainya memiliki kualitas yang cukup baik, sistem penjualan produk yang bekerjasama dengan konsumen tetap yang telah melakukan transaksi sejak lama, dan loyalitas pelanggan yang sangat tinggi terhadap koperasi. disamping itu teridentifikasi 5 kelemahan koperasi yaitu; harga produk *sheets* karet yang relative sangat rendah, kemampuan SDM, kapasitas produksi yang kecil, distribusi pemasaran yang belum maksimal dan kurangnya modal yang dimiliki Pada lingkungan eksternal koperasi memiliki 4 peluang diantaranya; perkembangan teknologi mesin pengolah karet, loyalitas pelanggan, pemasok dan bantuan pemerintah. Disamping itu terdapat tiga ancaman yaitu; pangsa pasar rendah, banyaknya pesaing baru, dan kebijakan pemerintah terhadap harga karet.

2. Strategi yang sebaiknya dilakukan oleh Koperasi Produksi Perkebunan Karet Wangunwatie, berdasarkan perumusan analisis SWOT dalam menentukan strategi yang sebaiknya dilakukan oleh koperasi dalam pemasaran produk yaitu mendukung strategi yang agresif (*growth oriented strategy*) yaitu dengan memperluas pasar, koperasi juga dirasa perlu untuk bekerjasama dengan konsumen baru agar bisa mendapatkan keuntungan yang lebih banyak, hal ini juga tentunya tanpa mengurangi kapasitas produksi untuk konsumen sebelum agar kepuasan pelanggan tidak

berkurang. Peningkatan kualitas SDM serta memperbaiki sistem distribusi juga dianggap penting bagi koperasi.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, berikut ini penulis sampaikan saran untuk dipertimbangkan oleh pihak-pihak yang terlibat di dalam kepengurusan Koperasi Produksi Perkebunan Karet Wangunwatie.

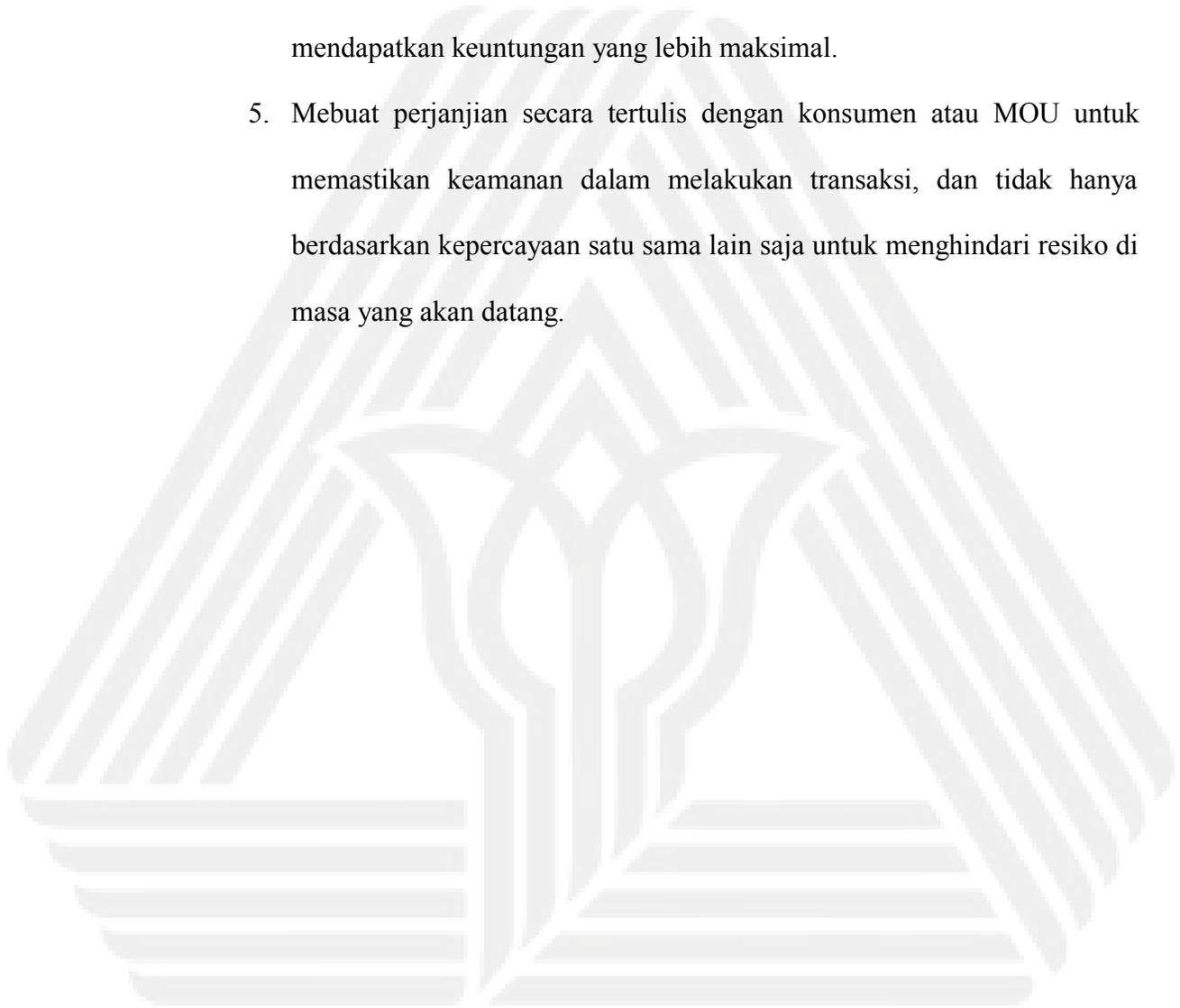
a. Bagi Pihak Lain

Bagi pihak lain dalam hal ini kalangan akademis yang berminat untuk melanjutkan penelitian ini diharapkan untuk menyempurnakan yaitu dengan merubah jumlah sampel dan objek penelitian yang diambil sehingga penelitian ini lebih berkembang dan memperluas wawasan.

b. Bagi Koperasi

1. Memperluas pasar dengan cara melakukan kegiatan kerjasama jual beli dengan konsumen baru agar koperasi dapat memperoleh keuntungan lebih.
2. Tidak menurunkan kepuasan pelanggan lama ketika akan bekerjasama dengan konsumen baru dengan cara tidak mengurangi kapasitas produksi untuk pelanggan lama. Dengan itu peningkatan kapasitas produksi sheets karet dibutuhkan agar tercukupinya kebutuhan konsumen
3. Meberikan pelatihan dan pendidikan bagi karyawan sekaligus anggota koperasi agar *skills* yang dimilikinya lebih meningkat.

4. Memperbaiki sistem distribusi yang dijalankan saat ini serta mengupayakan penjualan bisa langsung pada konsumen akhir agar bisa mendapatkan keuntungan yang lebih maksimal.
5. Membuat perjanjian secara tertulis dengan konsumen atau MOU untuk memastikan keamanan dalam melakukan transaksi, dan tidak hanya berdasarkan kepercayaan satu sama lain saja untuk menghindari resiko di masa yang akan datang.



IKOPIN