

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Deskripsi usaha Binara *Hydrofarm*

Pada awalnya pemilik usaha dan suaminya memulai budidaya tanaman sayuran hidroponik ini untuk dikonsumsi, karena melihat peluang pasar dari sayuran hidroponik ini cukup menjanjikan, akhirnya pada tahun yang sama, pemilik memasarkan dan mengembangkan hasil budidaya sayuran hidroponiknya untuk dipasarkan dan dijual ke konsumen. Usaha binara *hydrofarm* beralamat di Jalan Ampang Karang Ganting No.22A, Ampang, Kecamatan Kuranji, Kota Padang, Sumatera Barat. Usaha Binara *Hydrofarm* memiliki struktur organisasi yang terdiri dari pemilik usaha, bagian produksi, bagian keuangan, bagian pengemasan, dan bagian pemasaran. Tenaga kerja yang dimiliki oleh usaha Binara *Hydrofarm* berjumlah 2 orang, 1 orang merangkap sebagai pemilik usaha. Tahapan dalam budidaya sayuran hidroponik adalah diawali dengan persemaian, penanaman, pemeliharaan, panen dan pasca panen.

2. Faktor strategis internal dan eksternal usaha Binara *Hydrofarm*

Binara *Hydrofarm* memiliki faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pemasaran usaha Binara *Hydrofarm* yaitu :

- a. Lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan), faktor strategis internal yang menjadi kekuatan bagi usaha Binara *Hydrofarm* adalah : Berpengalaman dalam bidang hidroponik, perawatan lebih praktis dan gangguan hama lebih terkontrol, adanya perencanaan pengembangan lahan budidaya dan penambahan lubang tanam, sayuran hidroponik bersih dan terjaga kesehatannya, bebas dari pestisida dan sehat, kualitas sayuran lebih bagus karena menggunakan larutan nutrisi, sayuran hidroponik sudah memiliki merek dagang dan label, Binara *Hydrofarm* telah memiliki pedagang pengecer,

- b. distribusi produk sayuran lancar.

Faktor strategis internal yang menjadi kelemahan usaha Binara *Hydrofarm* yaitu : pencatatan keuangan belum jelas, produksi tidak stabil, produk sayuran hidroponik tidak tahan lama apabila di suhu ruangan, harga lebih mahal daripada sayuran konvensional, tempat budidaya atau produksi tidak memiliki plang nama sebagai tanda pengenalan usaha, promosi kurang aktif.

- c. Lingkungan Eksternal (peluang dan ancaman), faktor strategis eksternal yang menjadi peluang Binara *Hydrofarm* yaitu: harga sayuran hidroponik Binara *Hydrofarm* mampu bersaing dengan pesaing, pedagang pengecer yang menjadi mitra Binara *Hydrofarm* lebih banyak dibandingkan pesaing, adanya pelanggan tetap, lokasi pedagang pengecer Binara *Hydrofarm* yang mudah ditemui oleh konsumen akhir, meningkatnya pengetahuan masyarakat terhadap sayuran hidroponik yang sehat dan bebas pestisida, adanya dukungan pemerintah setempat, keadaan ekonomi masyarakat yang kuat dan stabil akan menambah daya beli masyarakat terhadap sayuran hidroponik, gaya hidup sehat masyarakat.

Faktor strategis eksternal yang menjadi ancaman Binara *Hydrofarm* adalah: pesaing baru yang terus bertambah, kemasan sayuran hidroponik pesaing lebih bervariasi, menurunnya permintaan oleh pedagang pengecer untuk dimasukkan ke toko, adakalanya Binara *Hydrofarm* tidak mampu untuk memenuhi permintaan dari pedagang pengecer, konsumen lebih cermat dalam memilih produk sayuran, menurunnya daya beli masyarakat.

- d. Pada faktor internal dan eksternal yang terdapat pada usaha Binara *Hydrofarm* didapatkan nilai *Internal Faktor Evaluation* (IFE) sebesar 2,777 dan nilai *External Faktor Evaluation* sebesar 2,693.

Berdasarkan analisis SWOT terdapat 6 strategi yang dapat diterapkan oleh Binara *Hydrofarm* untuk meningkatkan volume penjualannya yaitu: 1). Meningkatkan dan menjaga kualitas serta daya saing sayuran hidroponik ,2). Melakukan promosi secara intensif dengan membuat plang nama usaha dan memperkenalkan sayuran hidroponik melalui berbagai iklan dan internet, 3). Memberikan diskon atau potongan harga kepada pedagang pengecer maupun kepada konsumen akhir yang loyal, 4). Meningkatkan kapasitas produksi sayuran

hidroponik agar konsumen tetap setia mengonsumsi sayuran hidroponik Binara *Hydrofarm* 5). menjaga hubungan baik dengan Pedagang pengecer agar pedagang pengecer tetap setia bekerja sama dengan Binara *Hydrofarm*. 6). Meningkatkan inovasi pada sayuran hidroponik sehingga meningkatkan minat beli masyarakat. Inovasi yang dilakukan seperti melakukan inovasi kemasan yang menarik, melakukan pengolahan hasil sayuran hidroponik seperti jus sayuran sehat untuk kesehatan, air rebusan bunga telang, dan lain sebagainya.

Strategi prioritas yang harus dilakukan usaha Binara *Hydrofarm* adalah Meningkatkan kapasitas produksi sayuran hidroponik agar konsumen tetap setia mengonsumsi sayuran hidroponik Binara *Hydrofarm*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka usaha Binara *Hydrofarm* diharapkan dapat melakukan strategi pemasaran yang telah ditetapkan yaitu meningkatkan kapasitas produksi sayuran hidroponik agar konsumen tetap setia mengonsumsi sayuran hidroponik Binara *Hydrofarm* sehingga dapat memenangkan persaingan di dunia usaha yang sejenis.

