

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap usaha pengolahan serat kelapa Koperasi Kosapa PMG di Kabupaten Padang Pariaman yang telah dibahas pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor yang mempengaruhi pemasaran serat kelapa Koperasi Kosapa PMG terdiri dari faktor internal dan eksternal. Secara internal, kekuatan utama Koperasi Kosapa meliputi pengelola telah mengetahui permintaan serat kelapa mitra ekspor sebesar 13 – 130 ton per tahun, mempunyai perencanaan batas minimal volume produksi sebesar 10 ton/bulan, serta telah melakukan identifikasi kebutuhan dan keinginan dari mitra ekspor. Namun, kelemahannya adalah belum melakukan identifikasi kebutuhan pelaku industri lain, belum memiliki merek dan label pada produk, belum memperluas media pemasaran online, serta tidak ada kemandirian menentukan harga jual. Faktor eksternal berupa peluang mencakup ketersediaan sabut kelapa sebagai bahan baku dan tingkat kepuasan buyer luar negeri yang tinggi pada kualitas. Ancaman meliputi kualitas fisik ukuran dan kadar air sabut kelapa yang dikirim pemasok sabut kelapa tidak konsisten dan mitra sebagai penentu harga serat kelapa.
2. Posisi Koperasi Kosapa berada pada sel wilayah V, yang menunjukkan bahwa Koperasi Kosapa perlu menggunakan strategi bertahan dan mempertahankan (*hold & maintain*). Strategi utama yang harus dilakukan adalah pembuatan merek (*brand*) dan kemasan (*packing*) sebagai identitas produk serat kelapa di pasar domestik dan internasional dan strategi kedua melakukan inovasi pada serat menjadi beberapa grade mutu (*finest, moderately, hardest*) dan produk turunan lainnya. Strategi ketiga prioritas adalah optimalisasi media sosial untuk promosi produk serat kelapa dalam mencapai peningkatan penjualan serta strategi terakhir yaitu mempertahankan kepuasan dan kualitas mutu serat kelapa pada mitra ekspor.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian beberapa saran yang dapat diberikan kepada Usaha Koperasi Kosapa PMG yaitu:

1. Koperasi Kosapa PMG disarankan untuk melakukan pembuatan merek dan kemasan pada setiap produk serat kelapa yang telah dikemas. Merek tersebut dapat berupa logo dan nama “Koperasi Kosapa” sebagai identitas produk. Pada kemasan juga perlu dicantumkan informasi mengenai kualitas serat kelapa, seperti kadar air, panjang serat, kadar abu, serta warna serat.
2. Koperasi Kosapa PMG disarankan untuk melakukan pengelompokan produk serat kelapa berdasarkan grade mutu, yaitu *finest*, *moderately*, dan *hardest*, pada setiap ball serat kelapa yang diproduksi. Pengelompokan ini akan mempermudah mitra ekspor dalam menyesuaikan kebutuhan industrinya masing-masing. Selain itu, Kosapa juga dapat mengembangkan produk turunan serat kelapa, seperti tas, sandal, dan lainnya yang berpotensi menambah nilai jual dan memperluas segmen pasar di dalam negeri maupun luar negeri.
3. Koperasi Kosapa PMG disarankan untuk meningkatkan promosi produk melalui media sosial. Promosi dapat dilakukan melalui Facebook dengan menampilkan foto produk disertai deskripsi spesifikasi serat kelapa, sehingga konsumen maupun mitra ekspor dapat lebih mudah mengetahui mutu produk Kosapa di pasar internasional. Selain itu, promosi juga dapat diperkuat melalui YouTube dengan menayangkan video proses produksi serat kelapa yang sudah siap untuk diekspor.
4. Koperasi Kosapa PMG disarankan untuk mempertahankan kepuasan mitra ekspor dengan menjaga ketepatan waktu pengiriman, konsistensi volume pasokan, serta respons cepat terhadap keluhan mitra. Langkah ini akan memperkuat loyalitas mitra ekspor, menjaga stabilitas penjualan, dan memastikan keberlanjutan kerjasama jangka panjang.
5. Koperasi Kosapa PMG perlu menjaga kualitas mutu fisik serat kelapa sesuai standar yang ditetapkan mitra ekspor, khususnya kadar air, panjang serat, kadar abu, dan warna. Hal ini dapat dilakukan dengan pengawasan bahan baku, pemeriksaan produk sebelum pengiriman, serta pengendalian proses produksi.