

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap strategi pemasaran buah semangka Gapoktan Tani Makmur dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor internal yang menjadi kekuatan Gapoktan Tani Makmur adalah produk berkualitas, lokasi Gapoktan strategis, ketepatan waktu panen, SDM budidaya baik dan harga yang kompetitif. Faktor internal yang menjadi kelemahan adalah distribusi kurang efisien, pemasaran Individu, kurangnya promosi, biaya Produksi tinggi dan modal rendah.
2. Faktor eksternal yang menjadi peluang adalah permintaan pasar yang tinggi, perkembangan IPTEK, pemerintah yang mendukung, iklim dan cuaca mendukung dan pertumbuhan Ekonomi baik. Ancaman dari faktor eksternal adalah hama dan penyakit, adanya persaingan, kekuatan tawar tengkulak tinggi dan masyarakat sulit untuk maju dan cepat puas.
3. Hasil analisis matriks SWOT diperoleh beberapa alternatif strategi yaitu melakukan segmentasi produk, pemilihan waktu penjualan yang tepat, pembentukan koperasi dan badan pemasaran Gapoktan, menjalin kerjasama dengan pemerintah, mempertahankan dan meningkatkan citra Gapoktan, membentuk forum diskusi antar Gapoktan dan menjalin kerjasama dengan perusahaan terkait dengan pemasaran dan produksi.

4. Berdasarkan matriks QSPM diperoleh prioritas strategi yaitu: menjalin kerjasama dengan perusahaan terkait pemasaran dan produksi, pembentukan koperasi dan Badan Pemasaran Gapoktan, mempertahankan dan meningkatkan citra Gapoktan, melakukan segmentasi produk, melakukan kerjasama dengan pemerintah, membentuk forum diskusi antar Gapoktan dan pemilihan waktu penjualan yang tepat.

## **5.2. Saran**

Gapoktan memiliki kekuatan dan peluang yang lebih besar dari kelemahan dan ancamannya, keadaan ini bisa dimanfaatkan untuk memperbaiki pemasaran Gapoktan. Kekuatan dan peluang paling besar adalah produknya yang berkualitas dan tingginya permintaan pasar. Pemanfaatan kekuatan dan peluang bisa menggunakan strategi segmentasi produk. Strategi segmentasi produk bisa dibagi menjadi 3 kelas, kelas A dengan berat semangka 7 kg keatas, kelas B dengan berat 6 – 7 kg dan kelas C dengan berat dibawah 6 kg. Kelemahan dan ancaman terbesar Gapoktan adalah distribusi kurang efisien dan adanya pesaing, kelemahan dan ancaman ini bisa diatasi dengan malakukan kerjasama dengan perusahaan atau instalasi. Stategi ini akan mengurang saluran distribusi dan menjamin pasar Gapoktan selain itu, Gapoktan harus bisa membangun karekter anggotanya untuk barpikir maju dan meningkatkan loyalitas anggotanya. Perbaikan Gapoktan dari segi internal sangat penting, karena untuk menerapkan strategi – strategi pemasaran, anggota Gapoktan harus siap dan memiliki rancangan terstruktur dengan kerjasama anggota yang solid.