

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Usaha pupuk kompos Sukses Bersama berdiri pada tahun 2017 dengan diketuai oleh Bapak Yus Hernawan, yang berlokasi di Desa Talang Kerinci Kecamatan Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi. Usaha pupuk kompos Sukses Bersama terdiri dari 16 anggota usaha. Dengan memanfaatkan sumber daya alam untuk memproduksi pupuk kompos dan dukungan masyarakat sehingga dapat berjalan dengan baik dan telah terdaftar di Disperindag.

2. Lingkungan internal merupakan suatu lingkungan yang berada dalam organisasi yang secara langsung berpengaruh pada kinerja usaha dengan memiliki 2 faktor yaitu kekuatan dan kelemahan pada aspek :

SDM pada kualitas dan pengalaman yang kuat, sumber modal yang kuat, penawaran yang kuat, keberadaan lokasi usaha dekat konsumen dan pasar, harga produk yang stabil, dan pemasaran yang kuat, sedangkan kelemahan pada SDM tingkat pendidikan yang lemah, penetapan harga yang lemah, dan lokasi dengan bahan baku yang jauh.

Lingkungan eksternal merupakan suatu lingkungan yang berada diluar organisasi dan menjadi faktor penting yang perlu dikaji dalam penentuan pengambilan suatu keputusan dengan memiliki 2 faktor yaitu peluang dan ancaman pada aspek :

Permintaan pemesanan yang stabil, kebijakan Pemerintah yang mendukung, ketersediaan bahan baku dan bahan penolong yang tersedia dengan harga yang stabil. Sedangkan terdapat ancaman pada 1 usaha pesaing sejenis.

- a. Strategi pengembangan pada usaha pupuk kompos Sukses Bersama berada pada sel I yaitu pertumbuhan melalui konsentrasi dapat dicapai melalui vertikal backward integration (mengambil ahli supplier) atau dengan cara forward integration (mengambil ahli fungsi distributor).
- b. Menerapkan 4 strategi besar sebagai berikut :

Strategi SO :

- Memanfaatkan SDM yang mendukung agar dapat meningkatkan produktivitas pupuk kompos dengan ketersediaan bahan baku dan bahan penolong yang mudah diperoleh.
- Memanfaatkan modal yang kuat dan ketersediaan bahan baku dan bahan penolong yang mudah diperoleh untuk menciptakan produk dengan varian terbaru.
- Memperluas akses pemasaran baik secara online atau langsung agar dapat meningkatkan permintaan pemesanan.

Strategi WO :

- Perbaiki SDM pendidikan disertai dengan pelatihan, pembinaan, dan manajemen pemasaran untuk bisa menghadapi pesaing.
- Dengan meminimalkan penggunaan bahan baku yang mudah diperoleh untuk meningkatkan permintaan pemesanan melalui penetapan harga yang murah.
- Melakukan survey kebutuhan pupuk pada konsumen agar dapat memenuhi permintaan pupuk pada konsumen lainnya.

Strategi ST :

- Mengandalkan SDM tenaga kerja yang mahir dan berpengalaman dengan memanfaatkan ketersediaan bahan baku yang mudah diperoleh untuk menciptakan varian produk baru.

- Meningkatkan sistem pemasaran dengan cara melakukan pameran yang ada agar produk dapat lebih mudah dikenal.
- Mengembangkan sistem teknologi pemasaran melalui program aplikasi agar mempermudah dalam penjualan produk pupuk kompos.

Strategi WT :

- Memprioritaskan penjualan produk kepada keberadaan konsumen pada kawasan area sekitar guna memenuhi kebutuhan pupuk kepada konsumen yang terdekat.
 - Penetapan harga produk yang lebih murah sehingga dapat meningkatkan penjualan produk.
 - Memperdalam hubungan dan loyalitas kepada pelanggan baru/lama.
3. **Kemudahan Untuk Diterapkan** menjadi kriteria yang paling dominan dalam pengambilan keputusan strategi. Strategi yang paling sesuai untuk pengembangan usaha pupuk kompos "Sukses Bersama" adalah memperluas akses pemasaran dengan mempertimbangkan **Kemudahan Untuk Diterapkan** sebagai prioritas utama. Langkah ini dapat membantu usaha ini untuk tumbuh secara berkelanjutan, meningkatkan permintaan produk, dan memperkuat posisi pasar, asalkan didukung oleh manajemen modal yang baik dan pengelolaan sumber daya yang efisien. Ini menunjukkan bahwa dalam usaha pupuk kompos di daerah tersebut, para pemangku kepentingan lebih cenderung memilih strategi yang tidak memerlukan sumber daya yang besar dan dapat dengan cepat diterapkan. Keunggulan dari strategi ini adalah kemampuannya untuk diimplementasikan dengan cepat dan fleksibel, terutama

di era digital saat ini di mana akses ke pasar online menjadi lebih mudah dan efektif.

Selain itu, memperluas akses pemasaran juga dapat meningkatkan daya saing usaha dengan membuka peluang kerjasama baru dan memperkuat brand di pasar.

6.2 Saran

1. Perlu peningkatkan pada sumber daya pendidikan non formal tenaga kerja.
2. Mengevaluasi dalam penetapan harga untuk dapat menentukan harga sendiri.
3. Diversifikasi produk dengan memanfaatkan ketersediaan bahan baku yang mudah diperoleh untuk menciptakan produk baru.

