

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan di atas dengan penelitian yang berjudul “Strategi Bauran Pemasaran Pada Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) di Kabupaten Kulon Progo Tahun 2011” maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil analisis kualitatif 3 sektor, yaitu sektor makanan, sektor pertanian, dan sektor peternakan. Produk UPPKS di kabupaten Kulon Progo adalah sebagai berikut :

Produk, Pada sektor makanan jenis makanan yang dihasilkan dari kelompok UPPKS misalnya slondok, enting–enting jahe, enting–enting kacang, teh salam mahkota dewa, minyak asiri dari daun cengkeh. wingko, gula jawa, kering kentang, kering tempe, emping, keripik, rempeyek, tepung garut, telur asin, kerupuk pangsit, ceriping pisang dan lain sebagainya.

Sektor kedua yaitu pertanian yang sebagian besar wilayahnya berupa persawahan yang lahannya dapat dimanfaatkan sebagai lahan pertanian. Jenis produk pertanian yang dihasilkan kelompok UPPKS antara lain berupa padi, durian, cabe, cengkeh, semangka, rambutan, dan palawija seperti jagung, kedelai, kacang tanah, cabai, bawang merah dan lain sebagainya. Hasil pertanian yang dihasilkan kelompok tidak hanya

sebagai konsumsi sendiri, melainkan di jual ke daerah sekitar maupun luar daerah.

Kelompok UPPKS selain menghasilkan makanan, pertanian, tetapi juga hasil peternakan, hasil peternakan diantaranya adalah ternak sapi, lele, ayam buras, burung puyuh, ayam ras, ikan gurame, bebek, dan kambing etawa.

- b. Harga, merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari hasil penjualan produknya. Kelompok usaha dalam menentukan harga produk makanan yang dihasilkan oleh kelompok UPPKS yang ada di Kabupaten Kulon Progo sebagian besar dengan cara melihat modal yang dikeluarkan yang meliputi harga bahan baku, biaya operasional yang kemudian disesuaikan harga dipasar/produk lain tidak jauh berbeda dengan produk lain sehingga bisa mendapatkan kualitas yang baik. Kesepakatan yang telah disepakati antara pengrajin di kelompok dengan pengumpul hasil, untuk produksi tunggal harga ditentukan sendiri oleh manajer penjualan dengan perhitungan bahan baku dan biaya operasional.
- c. Promosi, sebagian besar kelompok UPPKS tidak menggunakan iklan dalam menawarkan produknya. Hal ini disebabkan karena biaya untuk iklan relative mahal, kurangnya modal, memasarkan dengan manual, memasarkan melalui orang-orang di suruh mencicipi sehingga dapat mengetahui produknya diminati atau tidak, sehingga kelompok UPPKS

cenderung memilih untuk promosi melalui mulut ke mulut dengan mengandalkan kepercayaan mutu produk. Namun, dari kelompok galuh aji Samigaluh sudah menggunakan iklan, dari awal merintis untuk menjual produk kelompok ini langsung menjual dengan menawarkan ke konsumen dan menjual di toko/distributor.

d. Distribusi, distribusi yang baik dan lancar di dukung dengan kesiapan memproduksi hasil produksi yang ingin menjual produk ke luar kota, karena apabila hasilnya terdistribusikan ke luar kota akan banyak yang mengenal produknya maka permintaan produk akan semakin banyak. Cara kelompok mengembangkan ke daerah lain, antara lain sebagai berikut.

- 1) Bekerja sama dengan pedagang di luar kota, promosi dan menjual ke distributor yang berada di luar kota atau luar provinsi
- 2) Aktif mengikuti bazar maupun pameran di Kecamatan dan Kabupaten
- 3) Sales menjualnya langsung ke luar kota sebagai oleh-oleh khas
- 4) Memperbanyak produksi, mengemas dengan label pembungkus yang menarik pembeli, dan membuat banyak variasi produk

Bauran pemasaran yang dominan pengaruhnya terhadap keputusan produsen dalam melakukan penjualan produk yang dihasilkan oleh kelompok usaha peningkatan pendapatan keluarga sejahtera (UPPKS) di Kabupaten Kulon Progo merupakan produk. Karena produk merupakan hal utama yang akan dijadikan produk penjualan, tanpa hasil

produk ini produsen tidak mampu melakukan penjualan. Selanjutnya harga sebagai urutan kedua sebagai keputusan penjualan produk, karena dengan harga yang sesuai dengan pasaran akan mempercepat penjualan produk, ketiga distribusi yang merupakan alat transportasi yang mengantarkan barang ke tempat penjualan, dan terakhir promosi, karena produsen belum maksimal menggunakan sarana promosi, sehingga keputusan penjualan produk masih sebatas menjual sendiri atau bekerja sama dengan tengkulak dan pedagang di pasar.

B. Saran

Berdasarkan penjelasan dan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat disampaikan kepada pada Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) di Kabupaten Kulon Progo. Agar perusahaan dapat mempertahankan pangsa pasar yang ada maka perusahaan harus memperhatikan aspek bauran pemasaran yaitu:

1. Mempertahankan mutu dan kualitas produk makanann hasil pertanian, dan hasil peternakan baik telur maupun dagingnya dengan memperhatikan bahan yang diolah untuk produk makanan dan pembungkus yang memiliki keunikan, untuk pertanian menggunakan benih yang bermutu bagus dengan pupuk secukupnya, maupun makanan yang baik dan vitamin yang cukup untuk peternakan.
2. Pengontrolan secara periodik terhadap produk yang dihasilkan baik sektor makanan, pertanian, dan peternakan. Hal ini bertujuan agar produk yang dihasilkan dapat bertahan di pasaran serta mampu

menghadapi pesaing, baik pesaing yang sudah ada maupun pesaing yang baru masuk.

3. Menetapkan kebijakan penetapan harga secara lebih konsisten sehingga harga dapat lebih kompetitif dengan pesaingnya. Produsen juga tetap mendapatkan keuntungan setelah harga dikurangi modal dan biaya operasional.
4. Distribusi yang lebih luas untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas di luar daerah, ke pasar nasional maupun pasar internasional.
5. Terus meningkatkan kegiatan promosi melalui kegiatan pameran dan bazar secara berkala baik di kecamatan, kabupaten, maupun di kota besar sekitarnya, promosi lewat iklan, di media elektronik, atau menjadi sponsor produk pada *event-event* yang berskala nasional sehingga hasil produk lebih dikenal oleh masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (1995). *Manajemen Penelitian*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- _____ (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Analisis*. Jakarta : Rineka Cipta
- Dharmamesta (1993). *Manajemen Pemasaran Modern*, edisi kedua, Liberty, Yogyakarta
- Durianto dkk, (2003). *Invansi pasar dengan Iklan yang Efektif, Strategi, Program dan Teknik Pengukuran*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Fandy Tjiptono (2003). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi
- Furchan. A. 2004. *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Gitosudarmo, Indriyo, *Manajemen Pemasaran*, BPFE Yogyakarta, 1994
- Iskandar. (2009) . Analisis Strategi Pemasaran Biskuit Merek Biskuat. *Tesis tidak Diterbitkan*: Program Studi Megister Manajemen UGM
- James F. Engel Dkk, (1994), *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Bina Rupa Aksara
- Kanwil BKKBN Provinsi Bali, 1996. *Petunjuk Teknis Pengembangan Usaha Ekonomi Produktif Melalui Kelompok UPPKS* bagi PPLKB, PLKB. Denpasar: BKKBN
- Kantor Menteri Negara Kependudukan/BKKBN. 1998. “ *Kelompok UPPKS Petunjuk Pelaksanaan Strstifikasi kelompok* “. Jakarta: BKKBN
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lave. (2008). *Marketing Manajement* (Benyamin Molan, Terjemahan), Jakarta: Indeks
- Kotler P. (1995), *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, edisi kedelapan, salemba empat, Jakarta
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jilid I. (Ancella Anitawati, Terjemahan). Jakarta : Salemba Empat
- . (2002). *Manajemen Pemasaran I, Edisi Milenium*, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta
- Kotler P & Amstrong G. (2004) “*Principle of Marketing.*” *Internasional Edition*, Prentice Hall, New Jersey
- . (2008). “*Principles of Marketing.*” *Internasional Edition*, jilid 12, Prentice Hall, London.

- Nur Wening (2009). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: STIE WidyaWiwaha.
- Prof. Dr. Sugiyono (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : CV. Alfabeta
- Sudarsono. (1998). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Tarsito
- Sugiyono, (2008). *Metodologi penelitian bisnis*. Bandung : CV. Alfabeta
- Suharsimi, Arikunto. (2006).” *Prosedur penelitian suatu pendekatan analisis* “. Jakarta: Rineka Cipta
- Sukmadinata. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Rosdakarya
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan*. Bandung. Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy, 2001. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua, Andi Offset. Jakarta
- Umar, Husein (2002), *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama