

VI. PENUTUP

6.1 Kesimpulan

1. Lingkungan internal yang menjadi kekuatan utama CV. Aura Seed Indonesia adalah sudah memiliki kebun percobaan dan penelitian sendiri dan juga memiliki pabrik pengolahan sendiri. Sedangkan yang menjadi kelemahan utama adalah luas pemasaran yang belum menjangkau seluruh wilayah Indonesia dan gudang penyimpanan benih yang kurang luas. Lingkungan eksternal yang menjadi peluang utama adalah peningkatan jumlah penduduk Indonesia dan kebijakan pemerintah tentang perbenihan. Ancaman utama CV. Aura Seed Indonesia adalah kondisi cuaca yang tidak menentu dan kondisi perekonomian yang tidak stabil.
2. Posisi CV. Aura Seed Indonesia dalam persaingan dan pertumbuhan pasar berdasarkan matrik IE terletak pada kuadran kelima yang berarti CV. Aura Seed Indonesia dalam kondisi pertumbuhan (Growth). Pada posisi ini strategi yang tepat untuk diterapkan CV. Aura Seed Indonesia adalah dengan memperluas pasar, fasilitas produksi dan teknologi melalui pengembangan internal maupun eksternal melalui joint venture dengan perusahaan lain dalam industri yang sama.
3. Berdasarkan analisis SWOT diperoleh sepuluh alternatif strategi yang bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pengembangan usaha benih kacang panjang produksi CV. Aura Seed Indonesia. Alternatif strategi yang dapat dijadikan prioritas utama berdasarkan matrik QSPM, yaitu:
 - a. Meningkatkan kapasitas produksi dengan total nilai daya tarik sebesar 6,693. Strategi ini bertujuan untuk mengoptimalkan sumber daya yang ada dengan meningkatkan perkembangan teknologi yang semakin maju.
 - b. Memperluas pangsa pasar dengan total nilai daya tarik 6,040. Strategi ini bertujuan untuk memperluas pemasaran yang masih terbatas di beberapa wilayah Indonesia.
 - c. Meningkatkan mutu produk dan pelayanan serta mengantisipasi petani yang fanatik terhadap satu merek benih kacang panjang dengan total nilai daya tarik sebesar 6,029. Strategi ini bertujuan untuk menarik minat petani konsumen

agar mau mencoba dan tetap setia pada produk tersebut, karena banyak petani yang terlalu fanatik terhadap satu merek atau varietas yang sudah dikenal.

- d. Meningkatkan kegiatan promosi secara efektif dengan total nilai daya tarik sebesar 5,469. Strategi ini bertujuan agar perusahaan dapat menguasai pasar sehingga dapat mempertahankan pelanggan yang ada dan menarik pelanggan baru.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dari faktor internal dan eksternal terhadap pengembangan usaha benih kacang panjang, maka dapat diberikan beberapa saran yaitu :

1. CV. Aura Seed Indonesia disarankan untuk memanfaatkan perkembangan teknologi yang semakin canggih dengan menggunakan teknologi mesin dalam proses pengolahan benih (sortasi hingga packaging) sehingga dapat meningkatkan kapasitas produksi dengan mudah dan proses pengolahan benih dapat diselesaikan dengan waktu yang lebih singkat. Selain itu, perkembangan teknologi juga dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan informasi tentang pengetahuan dan teknologi terkini yang dapat digunakan untuk meningkatkan mutu benih yang dihasilkan sehingga benih yang dihasilkan semakin berkualitas dan mampu bersaing dengan perusahaan benih yang lebih ternama.
2. Untuk meningkatkan volume penjualan produk, maka perlu dilakukan kegiatan promosi yang efektif dan tepat sasaran, penambahan tenaga kerja pemasar atau distributor dan meningkatkan kerjasama dengan perusahaan lain.