

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Melon Hidroponik Karsadia Farm Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas” memiliki tiga kesimpulan utama yang dapat diuraikan, sebagai berikut:

1. Karsadia Farm sebagai produsen dan *supplier* melon hidroponik varietas Golden Aroma terbesar di Kabupaten Banyumas memiliki beberapa faktor internal dan eksternal yang berhasil dianalisis. Faktor internal perusahaan berjumlah 12 dengan 7 kekuatan dan 5 kelemahan, sedangkan faktor eksternal perusahaan memiliki total 10 faktor yang terdiri atas 6 peluang dan 4 ancaman. Berikut ini adalah rincian masing-masing faktornya:

- a. Faktor internal Karsadia Farm

Faktor internal yang memengaruhi Karsadia Farm terdiri atas kekuatan dan kelemahan. Faktor kekuatan berjumlah 7 yang terdiri dari: 1) Produk Golden Kyra berkualitas premium; 2) Perusahaan memiliki segmentasi pasar khusus menengah ke atas; 3) Harga jual produk yang bersaing; 4) Sarana dan prasarana perusahaan yang memadai; 5) Input produk yang berkualitas tinggi; 6) Pemanfaatan media sosial yang sudah maksimal; 7) dan Adanya inovasi produk olahan. Faktor kelemahan dari Karsadia Farm sendiri berjumlah 5 yang terdiri atas: 1) Volume produksi yang belum optimal; 2) Tingkat kesulitan perawatan tanaman yang tinggi; 3) Jumlah dan kualifikasi SDM yang belum memenuhi kebutuhan perusahaan; 4) Belum adanya SOP produksi resmi dari perusahaan; 5) dan Kegiatan operasional perusahaan yang masih manual.

- b. Faktor eksternal Karsadia Farm

Faktor eksternal yang memengaruhi Karsadia Farm terdiri atas peluang dan ancaman. Faktor peluang yang dimiliki berjumlah 6 yang terdiri dari: 1) Menjadi produsen Golden Aroma terbesar di Indonesia; 2)

Pengembangan bisnis ke agroinput, agroindustri, atau agrowisata; 3) Kerja sama dengan UMKM/BUMDES melon hidroponik setempat; 4) Ekspansi pasar ke wilayah Barlingmascakeb; 5) Penambahan target konsumen B2B (hotel, rumah sakit, dan lain-lain); 6) dan Dukungan materiel atau non-materiel dari pemerintah setempat. Faktor ancaman dari Karsadia Farm sendiri berjumlah 4 yang terdiri dari: 1) Konsumen beralih ke merek produk perusahaan lain; 2) Adanya hama dan penyakit tanaman; 3) Kondisi cuaca dan iklim; 4) dan Fluktuasi harga input.

2. Alternatif strategi pengembangan sebagai bahan atau dasar perusahaan dalam menentukan strategi pengembangan terbaik didapatkan melalui berbagai proses. Proses tersebut meliputi pembobotan, pemeringkatan, hingga perumusan lewat matriks SWOT. Hasil penelitian berhasil merumuskan 7 alternatif strategi. Berikut ini adalah beberapa alternatif strategi pengembangan Karsadia Farm yang berhasil dirumuskan terdiri dari: a. Mengembangkan bisnis baru seputar agroinput, agroindustri, atau agrowisata; b. Mengoptimalkan volume produksi melalui kemitraan dengan BUMDES atau UMKM melon hidroponik sekitar; c. Merekrut SDM baru yang sesuai dengan kebutuhan pengembangan bisnis perusahaan; d. Memaksimalkan penggunaan sarana dan prasarana perusahaan; e. Menyesuaikan harga jual produk dengan tetap mempertahankan kualitas produk; f. Meningkatkan pemahaman SDM perusahaan dengan SOP produksi terbaik; g. dan Memperbarui *greenhouse* dan atau teknologi *greenhouse*.
3. Strategi pengembangan terbaik berhasil ditentukan melalui analisis QSPM, yaitu strategi “Memperbarui *greenhouse* dan atau teknologi *greenhouse*”. Strategi tersebut merupakan strategi pengembangan terbaik yang dapat diprioritaskan oleh Karsadia Farm dalam melakukan kegiatan pengembangan ke depannya. Implementasi dari strategi tersebut juga diharapkan dapat memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan volume produksi perusahaan Karsadia Farm.

B. Saran

Beberapa kesimpulan yang telah dijelaskan di atas dapat menghasilkan saran yang dapat diterapkan dan disesuaikan dengan kondisi serta situasi pembaca. Berikut ini merupakan dua saran yang dapat dituliskan oleh penulis:

1. Bagi Karsadia Farm, hasil penelitian berupa strategi pengembangan terbaik diharapkan dapat diterapkan untuk kepentingan perusahaan di masa depan. Karsadia Farm dapat menerapkan strategi pengembangan terbaik seperti “Memperbarui *greenhouse* dan atau teknologi *greenhouse*” sebagai prioritas strategi atau kegiatan pengembangan selanjutnya. Strategi pengembangan lainnya pun dapat diterapkan oleh perusahaan dengan melihat hasil penelitian, urgensi, dan kondisi serta situasi perusahaan.
2. Bagi akademisi, akademisi sebagai pembaca dan peneliti di masa depan diharapkan dapat melengkapi jenis *key informan* yang belum mampu dilengkapi dalam penelitian skripsi ini, yaitu *key informan* dari lembaga pemasaran.

