

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Pengenalan Bab

Bab ini membahas mengenai kesimpulan atas penelitian yang dilakukan. Kesimpulan didasarkan atas analisis data hasil penelitian dan kesimpulan merupakan jawaban atas rumusan masalah yang ada. Selain itu, dalam bab ini peneliti juga akan memberikan saran untuk penelitian selanjutnya.

5.2 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Peluang bisnis beras organik di Yogyakarta masih terbuka. Jumlah konsumen beras organik di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun dan diproyeksikan akan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Potensi pasar yang besar ini menjadi peluang bagi para produsen beras organik, dimana menurut data pertanian sehat Indonesia pada tahun 2012 menyatakan bahwa permintaan beras organik memiliki permintaan yang lebih besar dari pada penawaran setiap tahunnya. Hasil penelitian lain menyatakan jumlah beras organik yang dikonsumsi selama satu tahun oleh satu orang Indonesia adalah 114 kg dan baru 50% permintaan pasar yang terpenuhi dan 87% memilih beras organik karena lebih sehat dan kesadaran masyarakat akan hidup sehat diprediksi terus bertumbuh 1-2 kali setiap tahunnya. Hasil observasi di toko-toko swalayan terkemuka di Yogyakarta menyimpulkan harga beras Murni Organik lebih kompetitif dibandingkan

dengan produk sejenis. Berdasarkan penelusuran, beras organik yang dijual di toko-toko online adalah beras organik dengan kemasan premium yang diproduksi oleh produsen besar dengan selisih harga yang besar dibandingkan dengan Murni Organik. Fakta ini diperkuat oleh survei konsumen yang menemukan beras Murni Organik mendapat respon yang positif, baik dari segi kualitas maupun harga. Namun masih cukup banyak responden yang berpendapat beras Murni Organik tidak mudah diperoleh dan tidak cukup ketersediaannya. Hal ini mengindikasikan responden membutuhkan distribusi dan ketersediaan yang lebih luas atau banyak. Survei tersebut juga menemukan mayoritas responden membeli kembali beras Murni Organik sebagaimana diindikasikan oleh data berapa lama responden telah mengkonsumsi beras Murni Organik dan intensitas pembelian beras Murni Organik.

2. Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan didapatkan faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan Murni Organik dan faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman Murni Organik. Terdapat lima faktor internal yang menjadi **kekuatan** Murni Organik, antara lain: (1) Produk telah memiliki sertifikasi, (2) Beras dipersepsikan berkualitas baik, (3) Harga lebih murah dibanding produk serupa, (4) Produk selalu baru dan (5) Memiliki konsumen yang loyal yang cukup tinggi. Untuk faktor internal yang menjadi **kelemahan** Murni Organik ada tujuh yaitu: (1) Modal usaha terbatas, (2) Ekspansi produk belum maksimal, (3) Sistem informasi akuntansi belum tersedia, (4) SDM belum memadai, (5) Kapasitas fasilitas

usaha belum memadai, (6) Belum memiliki bagian penelitian dan pengembangan dan (7) Media promosi masih terbatas. Sementara pada analisis faktor eksternal Murni Organik didapatkan lima **peluang** yang mendukung pengembangan bisnis beras Murni Organik yaitu: (1) Potensi konsumsi beras masyarakat tinggi, (2) Masyarakat sadar akan pola hidup sehat, (3) Adanya hambatan bagi pemain baru untuk memasuki industri beras organik, (4) Pembangunan 1000 desa organik dan (5) Belum maraknya nasi organik di berbagai tempat. Selanjutnya terdapat tiga faktor eksternal yang menjadi **ancaman** bagi pengembangan bisnis beras Murni Organik yaitu: (1) Tingkat persaingan usaha cukup ketat, (2) Belum terpenuhinya persyaratan administrasi dan (3) Pasokan beras masih terbatas jumlahnya.

3. Untuk melakukan pengembangan Murni Organik, berdasarkan hasil analisis SWOT, maka dirumuskan beberapa alternatif strategi yang dapat dilakukan yakni sebagai berikut: (1) Menyediakan beras organik dengan strategi kepemimpinan biaya, (2) Melakukan ekspansi pasar, (3) Membangun fasilitas paska panen dan menambah peralatan yang menunjang proses produksi, (4) Menambah modal, (5) Meningkatkan kerjasama dengan pemasok beras, (6) Memperbaiki SIA, (7) Menambah jumlah karyawan, (8) Melakukan pengembangan produk dan (9) Memenuhi persyaratan administrasi.
4. Implementasi strategi pengembangan usaha bisnis Murni Organik dijabarkan dalam rancangan kanvas arsitektur strategi. Berdasarkan hasil

rancangan kanvas arsitektur strategi pengembangan Murni Organik untuk mewujudkan visi, misi, dan tujuannya, program jangka pendek maupun program jangka panjang perlu dilakukan secara bertahap dan terus menerus dalam kurun waktu 2019-2027 sebagaimana dapat dilihat pada halaman 134.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut saran penulis yang dapat menjadi pertimbangan untuk penelitian selanjutnya:

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan teknik lain untuk menyusun strategi misalnya dengan menggunakan strategi diferensiasi
2. Penelitian selanjutnya juga dapat mengelaborasi lebih lanjut aspek-aspek strategi yang belum dirumuskan dalam penelitian ini, misalnya merumuskan pedoman kebijakan perusahaan dan lain-lain.