

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini mengkaji strategi pengembangan usaha Arunablocks.id dalam menjalankan bisnis penjualan buah alpukat dengan fokus pada peningkatan kualitas produk, pemanfaatan kemitraan lokal, serta optimalisasi pemasaran digital. Arunablocks.id memiliki keunggulan pada kualitas buah alpukat yang unggul serta hubungan yang kuat dengan petani lokal sebagai mitra, sehingga mampu menjaga kualitas dan ketersediaan pasokan produk secara konsisten. Strategi pemasaran yang dilakukan melalui berbagai media sosial dan platform digital seperti Facebook, TikTok, WhatsApp, dan Google Maps membantu perusahaan menarik perhatian konsumen serta memperluas jangkauan pasar.

Analisis permasalahan konsumen mengungkapkan bahwa konsumen mengalami kesulitan dalam menentukan tingkat kematangan buah alpukat saat pembelian, kurangnya informasi mengenai standar kualitas produk, serta harapan terhadap harga yang adil dan transparan. Arunablocks.id menjawab permasalahan tersebut dengan menyediakan informasi yang jelas dan edukatif terkait cara memilih alpukat yang matang dan berkualitas tanpa merusak buah, serta memberikan penjelasan perubahan harga yang transparan. Hal ini menjadi keunggulan kompetitif Arunablocks.id dibandingkan pelaku usaha serupa yang kurang transparan dalam hal informasi produk dan harga.

Matriks SWOT yang dianalisis mengindikasikan bahwa Arunablocks.id perlu mengoptimalkan kekuatan internalnya untuk memanfaatkan peluang pasar yang terus berkembang, seperti meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat. Strategi jangka pendek dan panjang dirancang untuk memperluas variasi produk

yang tetap terjangkau, meningkatkan kualitas, serta memperkuat pemasaran digital dan jaringan distribusi.

Pengembangan usaha Arunablooms.id sangat bergantung pada sinergi antara kualitas produk, pelayanan informasi yang memadai kepada konsumen, serta strategi pemasaran yang adaptif dengan perkembangan teknologi digital. Penanganan yang tepat terhadap permasalahan konsumen menjadi faktor kunci guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang selanjutnya mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk Peneliti

Mengoptimalkan pemanfaatan platform digital seperti Facebook, TikTok, dan WhatsApp secara terintegrasi guna meningkatkan promosi dan edukasi produk kepada konsumen. Pengembangan konten edukatif yang informatif tentang cara memilih buah alpukat yang berkualitas dan matang sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, perluasan kemitraan dengan petani lokal, supermarket, dan restoran harus terus dilakukan agar pasokan produk tetap terjaga dan jangkauan pasar dapat diperluas. Inovasi produk, seperti menambah variasi olahan berbasis alpukat, juga dapat mendukung diversifikasi usaha dan meningkatkan daya saing di pasar. Peningkatan kualitas pelayanan yang responsif dan ramah juga perlu menjadi perhatian utama agar hubungan dengan pelanggan semakin kuat dan berkelanjutan.

5.2.2 Saran untuk Konsumen

Konsumen diharapkan lebih aktif memanfaatkan informasi edukasi dan layanan komunikasi yang disediakan oleh Arunablooms.id, seperti melalui media sosial dan WhatsApp. Dengan demikian, konsumen dapat memperoleh pengetahuan yang lebih baik terkait standar kualitas, cara menentukan kematangan alpukat, dan

harga produk yang transparan. Konsumen juga dianjurkan untuk memberikan umpan balik yang konstruktif kepada Arunablooms.id sebagai bahan evaluasi dan perbaikan layanan dan kualitas produk di masa mendatang. Kesadaran dan partisipasi aktif konsumen dalam proses edukasi dan komunikasi ini akan membantu terciptanya hubungan yang harmonis antara penjual dan pembeli sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

5.2.3 Saran untuk Akademik

Diperlukan penelitian lebih lanjut yang mendalam mengenai efektivitas penggunaan media sosial dan platform digital dalam pemasaran produk agribisnis, khususnya buah segar seperti alpukat. Studi terkait pola kemitraan antara pelaku usaha dan petani lokal juga penting untuk dikembangkan agar dapat menghasilkan model kemitraan yang menguntungkan semua pihak dan berkelanjutan. Selain itu, kajian mengenai perilaku konsumen dalam memilih dan membeli produk agribisnis, termasuk faktor harga, kualitas, serta informasi yang mempengaruhi keputusan pembelian, sangat diperlukan untuk memperkaya literatur dan memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku bisnis dan pembuat kebijakan di sektor agribisnis. Penelitian-penelitian tersebut dapat menjadi landasan bagi pengembangan strategi pemasaran dan pengelolaan bisnis yang lebih efektif ke depan.