

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Peran Strategi Pemasaran Usaha Agribisnis terhadap Peningkatan Pendapatan Anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Sinar Gemilang Desa Terte Kecamatan Pare Kabupaten Kediri”, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Usaha Agribisnis Kelompok Wanita Tani (KWT) Sinar Gemilang

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh KWT Sinar Gemilang terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan anggotanya, Penerapan strategi pemasaran (4P) yang mencakup produk, harga, tempat, dan promosi berjalan secara konsisten dan terarah, sehingga mampu memperkuat posisi kelompok dalam memenuhi kebutuhan pasar lokal dan meningkatkan daya saing produk agribisnis mereka. Kualitas produk menjadi faktor utama yang mendorong meningkatnya pendapatan anggota. Sayuran organik yang dihasilkan tanpa pupuk kimia maupun pestisida, serta proses budidaya yang dilakukan dengan metode alami, menciptakan kepercayaan dari konsumen. Kualitas yang unggul dibandingkan sayuran pasaran membuat KWT mendapatkan pelanggan tetap dari rumah tangga maupun pelaku UMKM kuliner. Meskipun harga pasar seringkali fluktuatif, KWT mempertahankan harga yang relatif tetap. Hal ini memberikan nilai tambah bagi konsumen dan memberikan keuntungan yang stabil bagi anggota, sesuai dengan prinsip *value-based pricing*. Keberadaan kelompok yang dikelilingi berbagai UMKM kuliner membuat proses distribusi menjadi lebih efisien. Produk mudah terserap pasar, hasil panen tidak menumpuk, dan transaksi berlangsung cepat tanpa perlu biaya distribusi yang besar. Dengan Berbagai penghargaan

seperti P2L, Desa Award, dan Desa Berseri memperkuat kepercayaan publik terhadap kualitas usaha KWT. Namun demikian, strategi pemasaran yang dijalankan masih memiliki kekurangan, terutama belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana digital marketing, sehingga peluang perluasan pasar di dunia digital belum dimanfaatkan secara maksimal.

2. Peran Strategi Pemasaran Usaha Agribisnis Terhadap Peningkatan Pendapatan Anggota

Peningkatan pendapatan anggota merupakan hasil sinergi antara pengelolaan usaha yang baik, strategi pemasaran yang tepat, dan kualitas produk yang terjaga. Para anggota yang sebelumnya tidak memiliki penghasilan tambahan, kini mampu memperoleh pendapatan rutin melalui kegiatan agribisnis. Sebelum bergabung dengan Kelompok Wanita Tani (KWT), sebagian besar anggota tidak memiliki penghasilan tambahan. Namun setelah terlibat dalam kegiatan produksi dan pemasaran, anggota mulai merasakan peningkatan pendapatan yang signifikan. Peningkatan tersebut tidak hanya tampak dari nilai rupiah yang diterima, tetapi juga dari tumbuhnya rasa percaya diri, kemandirian ekonomi, serta semakin kuatnya solidaritas antar anggota. Artinya, strategi pemasaran bukan hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga pada pemberdayaan perempuan di pedesaan. Namun demikian, peningkatan pendapatan tersebut belum didukung oleh pencatatan hasil produksi dan hasil penjualan yang sistematis, sehingga besaran peningkatan pendapatan belum dapat diukur secara rinci dan terstruktur. Oleh karena itu, diperlukan perbaikan dalam pencatatan usaha agar peningkatan pendapatan anggota dapat dievaluasi dan dikembangkan secara lebih optimal.

B. Saran

1. Bagi Kelompok Wanita Tani (KWT) Sinar Gemilang
KWT perlu melakukan pencatatan sederhana terkait stok, penjualan, dan omzet agar proses evaluasi lebih terukur dan mempermudah pengajuan

kerja sama. Agar nama KWT Sinar Gemilang semakin dikenal, pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan Facebook dapat menjadi ruang baru untuk memperkenalkan keunggulan produk serta aktivitas kelompok. Promosi yang konsisten akan memperkuat citra profesional dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Meningkatkan kualitas kemasan sebagai identitas visual. Kemasan yang rapi, bersih, dan diberi label sederhana mampu meningkatkan nilai jual dan menambah kesan profesional. Hal ini sekaligus menjadi penanda bahwa KWT memiliki brand yang kuat dan terjaga

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, penulis menyarankan Mengombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif agar penelitian selanjutnya memiliki kedalaman naratif sekaligus ketepatan angka yang lebih terukur, terutama dalam melihat pola peningkatan pendapatan secara detail. Dan melakukan studi komparatif antar KWT, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran lebih luas mengenai variasi strategi pemasaran yang efektif di berbagai kondisi geografis atau lingkungan sosial