

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Pemasaran kolong kaling yang dilakukan oleh KTH Ngudi Lestari masih bersifat lokal, distribusinya pendek karena langsung dijual pada konsumen akhir, dan promosinya menggunakan *word of mouth* atau yang lebih sering dikenal dengan istilah dari mulut ke mulut, dan menggunakan story whatsapp. Faktor internal dan eksternal pemasaran kolong kaling KTH Ngudi Lestari Dusun Gondang adalah.
 - a. Faktor internal
 - Kekuatan:** pohon aren tidak ditebang ketika panen, kualitas kolong kaling yang relative konsisten, dan harga yang mampu bersaing.
 - Kelemahan:** ketergantungan pada ketersediaan bahan baku, belum banyak diversifikasi produknya, terdapat anggota yang tidak memiliki alat komunikasi yang memadai, proses pemanenan yang sulit, dan terbatasnya distribusi dan promosi.
 - b. Faktor Eksternal
 - Peluang:** pembuatan produk olahan, pengembangan media sosial
 - Ancaman:** hama, dan persaingan produk dengan pedagang lain.
2. Hambatan yang dihadapi oleh KTH Ngudi Lestari dalam memasarkan produknya adalah adanya persaingan produk sejenis dari pedagang lain karena kolong kaling tidak hanya diproduksi oleh satu pedagang saja, melainkan banyak pedagang lain yang menjual produk yang sama. Selain itu, hambatan yang dihadapi oleh KTH Ngudi Lestari adalah adanya serangan hama yang dapat mengganggu pertumbuhan pohon aren bahkan dapat menyebabkan pohon tersebut mati.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. KTH Ngudi Lestari mengoptimalkan skil dalam penggunaan media sosial untuk pemasaran melalui praktik langsung ataupun pembuatan konten sederhana dengan konsisten.
2. Meningkatkan jaringan pasar melalui kerja sama dengan pedagang lain ataupun konsumen yang ada diuar wilayah desa.