

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan dari penelitian Strategi *Marketing* Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan dapat diambil beberapa kesimpulan seperti berikut ini;

1. Berdasarkan hasil penilaian anggota mengenai penerapan strategi *marketing* yang dilakukan oleh Koperasi Konsumen Bulog Divre Jabar pada Divisi Usaha Toko Rumah Pangan Kita (RPK) Kopel Mart tergolong cukup baik. Meskipun demikian masih terdapat beberapa anggota yang merasa bahwa penerapan strategi *marketing* masih kurang baik sehingga minat anggota dalam berbelanja menurun dan memita agar karyawan yang bertugas sebagai kasir di Toko Rumah Pangan Kita (RPK) Kopel Mart lebih sering berinteraksi dengan konsumen dan memberikan informasi mengenai barang yang tersedia dan menawarkan produk yang sedang diskon sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Toko Rumah Pangan Kita (RPK) Kopel Mart juga diharapkan dapat memberikan diskon kepada konsumen secara berkelanjutan sehingga konsumen lebih tertarik untuk berbelanja.
2. Berdasarkan tabel IFAS terdapat tiga factor kekuatan terbesar yaitu; Pelayanan yang diberikan (score 0,29), produk yang bervariasi memperoleh score sebesar

0,33 dan factor terakhir adalah kenyamanan toko dengan score 0,32. Adapun tiga factor kelemahan yang dimiliki adalah Jumlah Produk yang terbatas (score 0,28), minimnya promosi (score 0,27) dan ketidak stabilan keuangan dengan score 0,27. Sedangkan berdasarkan tabel EFAS dapat diketahui factor peluang terbesar adalah kerjasama antar koperasi dengan score 0,32 dan untuk factor ancaman yang paling berpengaruh adalah pandemic Covid-19.

3. Strategi *marketing* apa yang dapat diterapkan oleh koperasi dalam meningkatkan volume transaksi anggota. Berdasarkan hasil Analisis SWOT Divisi Usaha Toko Rumah Pangan Kita (RPK) Kopel Mart berada pada kuadran I yang mendukung strategi agresif dimana koperasi memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Jika mengacu pada matriks SWOT strategi yang dapat diterapkan oleh Koperasi Konsumen Bulog Divre Jabar pada Divisi Usaha Toko Rumah Pangan Kita (RPK) Kopel Mart adalah sebagai berikut;

- 1) Strategi SO (*Strenght-Opportunity*) yaitu strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada seperti lebih gencar dalam melakukan promosi, mempertahankan kualitas pelayanan dengan memanfaatkan SDM yang ada serta dapat memanfaatkan kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam upaya menstabilkan keuangan.
- 2) Strategi ST (*Strength-Treat*) yaitu strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman dengan cara meningkatkan partisipasi anggota,

memberikan lebih banyak variasi produk dan meningkatkan kualitas pelayanan.

- 3) Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*) yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang seperti meningkatkan jumlah barang yang tersedia dengan melakukan Kerjasama antar koperasi, mencari investor sebagai pemasok barang dagang untuk menekan harga beli barang sehingga harga jual produk lebih murah dibanding pesaing, memperluas jaringan dengan memanfaatkan akses atas informasi dan regulasi yang besar.
- 4) Strategi W-T (*Weakness-Threat*) yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman dengan cara melakukan promosi yang efektif dan efisien, mencari pemasok barang dagang.

5.2 Saran

Berdasarkan tanggapan anggota yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner strategi pemasaran yang diterapkan dapat lebih maksimal apabila koperasi meningkatkan promosi *personal selling* serta dapat memberikan diskon kepada konsumen secara berkelanjutan sehingga konsumen dapat lebih tertarik dalam berbelanja di Toko Rumah Pangan Kita (RPK) Kopel Mart. Sedangkan apabila dilihat dari hasil IFAS dan EFAS Divisi Usaha Toko Rumah Pangan Kita (RPK) Kopel Mart, maka Toko Rumah Pangan Kita (RPK) Kopel Mart harus mampu memanfaatkan kekuatan yang ada dan menghadapi ancaman yang akan terjadi sehingga diharapkan

Toko Rumah Pangan Kita (RPK) Kopel Mart dapat terus berkembang serta dapat menarik minat konsumen baru untuk berbelanja, salah satu cara yang dapat digunakan adalah gencar melakukan promosi dengan memanfaatkan teknologi yang ada.

