

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Dari aspek segmentasi geografis, demografis, psikografis. Dalam segmentasi demografis Unit Waserda “Ziebarmart” menargetkan orang-orang dari semua kalangan baik dari kalangan bawah, menengah dan atas semua jenis kelamin dari kisaran umur > 15 sampai >50 tahun. Sedangkan untuk psikografis, produk Unit Waserda “Ziebarmart” ditujukan untuk kelas sosial menengah keatas maupun kelas sosial menengah kebawah. Karena Unit waserda “Ziebarmart itu sendiri adalah minimarket yang pelangganya semua kalangan. Sedangkan target pasar Unit Waserda “Ziebarmart” adalah karyawan-karyawati bank bjb di jalan Naripan no 12 baik yang merupakan anggota maupun non anggota.
2. Kondisi kekuatan, kelemahan, Peluang, dan Ancaman Unit Waserda “Ziebarmart”

Dari hasil perhitungan (S-W dan OT) mendapatkan hasil (dari hasil S-W 1,15 dan dari hasil O-T mendapatkan 0,18) dapat disimpulkan bahwa koperasi konsumen bank bjb (ZIEBAR) berada pada kuadran 1 yang artinya situasi yang menguntungkan bagi lingkungan koperasi tersebut dalam melakukan pemasaran dimasa yang akan datang, mempunyai peluang dan kekuatan yang baik sehingga dapat memanfaatkan peluang yang dimiliki.

Strategi yang harus diterapkan oleh unit waserda “Ziebarmart” pada kondisi ini yaitu dengan mendukung perubahan yang progresif.

3. Alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh unit waserda “Ziebarmart”

- Strategi S-O : (Strenghts – Opportunities)

Strategi ini merupakan strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang dimiliki. Strategi yang dapat dijalankan antara lain :

- 1) Melengkapi produk yang belum ada saat ini.
- 2) Mengubah tata letak tempat duduk dan meja yang berada diluar toko agar variasi baru.
- 3) Membuat program-program baru untuk menarik minat pelanggan.

- Strategi S-T (Strenghts-Treathts)

- 1) Tetap selalu menjaga dan meningkatkan pelayanan kepada pembeli.
- 2) Tetap selalu menjaga kualitas produk dengan baik agar pelanggan selalu membeli ke koperasi.
- 3) Membina hubungan baik dengan pelanggan.

- Strategi W-O (Weaknessses-Opportunities)

- 1) Menambah stok produk yang ada.
- 2) Mengajak anggota/masyarakat untuk berkontribusi dengan ziebarmart agar variasi produk bisa bertambah.
- 3) Menanta ulang stok produk digudang dengan rapi agar tertata dengan baik dan tidak memakan lahan yang banyak.

- Strategi W-T (Weaknesses-Treathts)

- 1) Menambah Variasi produk dan memanfaatkan teknologi yang ada untuk kemajuan Ziebarmart.

5.2 Saran

Dengan adanya kesimpulan tersebut maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada koperasi konsumen bank bjb (ZIEBAR) khususnya pada unit waserda “Ziebarmart”, adalah sebagai berikut :

- 1) Membuka cabang unit waserda “Ziebarmart” diseluruh cabang bank bjb di Indonesia agar kebutuhan anggota dapat terpenuhi.
- 2) Memperbanyak stok produk yang sedang dibutuhkan saat ini yaitu seperti vitamin, obat-obatan dan minuman kesehatan,
- 3) Melakukan sosialisasi kepada anggota yang merupakan karyawan-karywati bank bjb untuk ikut berkontribusi dengan koperasi.
- 4) Koperasi harus memperbaiki pencapaian yang kurang baik dan mempertahankan pencapaian yang dirasa sudah baik.
- 5) Meningkatkan penyebaran informasi mengenai program-program atau promosi yang dijalankan oleh koperasi kepada anggota.