

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai analisis strategi bisnis di unit Toko KSU Budidaya dalam upaya meningkatkan volume penjualan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Dari hasil analisis faktor internal dan eksternal yang dilakukan pada unit Toko KSU Budidaya, diperoleh beberapa faktor yang mempengaruhi perjalanan bisnis Toko Budidaya ini. Pada sisi Internal, kekuatan terbesar dari Toko Budidaya yaitu "*Captive market*, anggota sebagai pembeli inti dan dapat bertambah". Sedangkan untuk faktor yang menjadi kelemahan utama Toko Budidaya adalah "Kurangya partisipasi anggota bertransaksi". Pada sisi eksternal, peluang terbesar bagi perusahaan yaitu "Jumlah calon anggota yang bisa terus bertambah sehubungan banyak perumahan di sekitar". Sedangkan faktor yang menjadi ancaman terbesar bagi Toko Budidaya yaitu "Adanya Swalayan seperti Alfamart dan Indomart di lingkungan koperasi yang sudah handal dalam manajemen" serta "kondisi ekonomi yang tidak stabil pada masa pandemi".
- b. Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS, diperoleh total skor IFAS sebesar 3,488 dan total skor EFAS sebesar 3,677. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Toko Budidaya berada pada kuadran I pada matriks IE yang artinya koperasi berada dalam zona *Grow and Build* sehingga menggunakan strategi agresif (SO) intensif (penetrasi pasar,

pengembangan produk, pengembangan pasar). Berdasarkan hasil analisis QSPM yang telah dibahas sebelumnya, dapat diketahui strategi yang paling cocok dilakukan Toko Budidaya adalah Strategi Pengembangan Produk dengan TAS sebesar 6,314.

c. Berdasarkan analisis yang dilakukan dan mengacu pada strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT dan QSPM yaitu strategi SO dan pengembangan produk, maka upaya-upaya dalam meningkatkan volume penjualan yaitu:

- 1) Menambah anggota koperasi.
- 2) Memperbanyak jenis produk serta mengembangkan Pujasera dengan ragam makanan dan bekerjasama dengan pihak ketiga untuk penjualan produk online dan pesan antar produk.
- 3) Mempertahankan harga yang lebih rendah dari pesaing namun tetap memberikan keuntungan bagi Toko dengan cara mencari supplier yang menjual produk murah dan bagus.
- 4) Memberikan pelayanan yang baik seperti penyusunan yang rapi pada rak barang, memberikan dekorasi terbaru, dan memperindah bentuk bangunan.
- 5) Membuat media informasi tentang produk dan memberikan promo-promo penawaran paket atau diskon di Web Site yang sudah banyak digunakan sekarang seperti membuka Toko di Shopee atau Bukalapak.

- 6) Meningkatkan komitmen anggota untuk berpartisipasi dalam pemanfaatan jasa usaha. Contohnya mengadakan seminar dalam rangka meningkatkan kesadaran anggota terhadap koperasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis QSPM dapat diketahui bahwa strategi yang cocok diterapkan yaitu Strategi Pengembangan Produk, peneliti menyarankan strategi yang diterapkan oleh unit usaha Toko Budidaya adalah Strategi SO dimana usaha tersebut dapat menciptakan strategi internal (kekuatan) dan juga dapat memanfaatkan strategi eksternal (peluang). Adapun operasionalnya sebagai berikut:

- a. Berupaya menambah anggota koperasi agar dapat menambah pelanggan dan modal yang berasal dari simpanan wajib dan sukarela.
- b. Melengkapi produk-produk yang ada pada Unit Toko Budidaya agar partisipasi anggota berbelanja di unit Toko Budidaya dapat meningkat.
- c. Mengembangkan pujasera dengan dengan ragam makanan yang memberikan pilihan kepada pelanggan.
- d. Membuat pusat informasi seperti Web Site untuk memperluas jangkauan pemasaran
- e. Meningkatkan komitmen anggota untuk berpartisipasi dalam pemanfaatan jasa usaha.

Strategi bisnis prioritas yang disarankan adalah melengkapi produk-produk yang ada pada unit toko dengan melakukan survey kebutuhan dan kepuasan

pelanggan, serta mengembangkan pujasera dengan ragam makanan yang memberikan pilihan lebih kepada pelanggan.

