

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya maka dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal pada Unit Niaga Primkoppol Restabes Bandung dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki dan dihadapi Unit Niaga. Posisi Unit Niaga Primkoppol Restabes Bandung berada di posisi kuadran II (Diversifikasi), berarti koperasi menghadapi berbagai ancaman namun koperasi masih memiliki kekuatan internal. Strategi yang harus dilakukan koperasi adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi. Kekuatan yang dimiliki oleh Unit Niaga Primkoppol Restabes Bandung dari hasil analisi antara lain Pelayanan yang ramah dan cepat, Jaringan keanggotaan dan Dukungan organisasi induk, ancaman yang harus dihadapi Unit Niaga Primkoppol Restabes Bandung antara lain Banyaknya Pesaing, Kelengkapan Produk Pesaing, dan Perubahan Preferensi Anggota.
2. Anggota Primkoppol Restabes Bandung yang menjadi responden yaitu sebanyak 50 orang yang cenderung berperan aktif dengan frekuensi pembelian sebanyak 3-5 kali dengan 29 responden atau sekitar 58% dari total jumlah responden. Dengan jumlah pembelian rata-rata sebesar Rp.50.000 – Rp.100.000 sebanyak 32 responden atau sekitar 64% dari total

jumlah responden. Akan tetapi anggota cenderung kadang-kadang atau jarang menggunakan pelayanan lainnya yang disediakan oleh Unit Niaga Primkoppol Restabes Bandung dimana sebanyak 26 responden menjawab kadang-kadang atau sekitar 52% dari total responden. Hal ini mengindikasikan bahwa partisipasi anggota sebagai pelanggan masih harus ditingkatkan agar anggota dapat memanfaatkan pelayanan yang disediakan oleh koperasi terutama Unit Niaga agar lebih efektif.

3. Upaya-Upaya yang dapat dilakukan Primkoppol Restabes Bandung yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi. Jika koperasi berada di Kuadran II, langkah strategis untuk bergerak menuju Kuadran I adalah mengubah ancaman menjadi peluang dengan memaksimalkan kekuatan internal. Koperasi dapat memanfaatkan pelayanan yang ramah untuk membangun ikatan anggota dan menjaga loyalitas, sehingga mampu menghadapi persaingan, keterbatasan produk pesaing, dan perubahan preferensi anggota. Pelayanan cepat menjadi keunggulan kompetitif yang memungkinkan efisiensi layanan sekaligus adaptasi terhadap perubahan kebutuhan anggota, sehingga koperasi tetap relevan di tengah dinamika pasar. Selain itu, koperasi dapat memanfaatkan jaringan keanggotaan yang solid untuk menyesuaikan produk dan layanan secara tepat, memperkuat loyalitas, serta menjaga posisi di pasar meski menghadapi persaingan ketat. Dukungan organisasi induk juga dapat dimanfaatkan sebagai fondasi pengembangan kapabilitas koperasi, termasuk dalam inovasi produk, peningkatan kualitas

layanan, dan pemanfaatan teknologi. Dengan penerapan strategi-strategi ini secara terpadu, koperasi tidak hanya mampu menghadapi ancaman yang ada, tetapi juga secara bertahap memanfaatkan peluang pasar, sehingga posisi koperasi dapat bergerak menuju Kuadran I, yaitu pertumbuhan optimal dengan kekuatan internal yang dimaksimalkan untuk menangkap peluang.

5.2 Saran-Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, penulis menyampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan kinerja pelayanan karyawan, dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan. Saran-saran ini ditujukan untuk memberikan masukan yang membangun demi terciptanya pelayanan yang lebih optimal kedepannya sebagai berikut:

A. Saran Teoritis

1. Dalam penelitian ini penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat melakukan kajian yang lebih mendalam terkait pengembangan Analisis SWOT menjadi perencanaan strategi koperasi khususnya dalam kaitannya dengan upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan. Harapannya, penelitian lanjutan dapat memperluas sudut pandang dan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap perencanaan strategi melalui analisis SWOT dalam membangun keterlibatan anggota.

2. Pada penelitian selanjutnya penulis menyarankan untuk menggunakan metodolain, seperti Strategi Bisnis menurut Michael Porter yang berfokus pada penciptaan keunggulan bersaing yang berkelanjutan, agar dapat mengetahui strategi berkelanjutan mana yang dapat berpengaruh terhadap partisipasi anggota sebagai pelanggan. Dengan pendekatan tersebut, diharapkan hasil yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai strategi yang harus diterapkan terutama yang berkaitan antara dua variabel tersebut.

B. Saran Praktis

1. Penulis menyarankan agar koperasi meningkatkan keramahan, kecepatan, dan responsivitas layanan sehingga anggota merasa dihargai dan nyaman bertransaksi. Pelayanan yang berkualitas juga membantu koperasi menghadapi persaingan dan perubahan preferensi anggota.
2. Penulis menyarankan untuk memanfaatkan jaringan anggota yang solid dalam promosi, komunikasi internal, penyebaran informasi, dan memperoleh masukan terkait kebutuhan anggota. Jaringan yang kuat dapat menjaga loyalitas anggota dan memperkuat posisi koperasi di pasar.
3. Penulis menyarankan agar koperasi menambahkan produk sesuai kebutuhan anggota, menghadirkan paket bundling atau produk unik, serta mengembangkan program loyalitas atau membership premium agar koperasi tetap relevan di tengah persaingan dan keterbatasan variasi produk.
4. Penulis menyarankan agar koperasi meningkatkan promosi secara strategis, baik melalui media sosial, grup WhatsApp, kampanye digital, maupun co-

branding dengan pemasok. Promosi yang tepat sasaran ini akan meningkatkan visibilitas produk, menarik anggota baru, dan menjaga keterlibatan anggota lama.

5. Penulis menyarankan peningkatan kenyamanan toko dengan tata letak rapi, pencahayaan yang memadai, fasilitas self-service, serta akses khusus bagi anggota dengan kebutuhan tertentu. Sistem manajemen stok dan distribusi yang efisien juga penting untuk memastikan ketersediaan produk dan kelancaran layanan.
6. Penulis menyarankan penggunaan platform digital untuk katalog produk, pemesanan online, sistem pembayaran non-tunai, layanan pesan-antar, serta komunikasi dan promosi anggota. Digitalisasi ini memudahkan anggota mengakses layanan dan memperkuat keterlibatan mereka dengan koperasi.
7. Penulis menyarankan pemanfaatan hubungan strategis dengan pemasok untuk mendapatkan harga kompetitif, dukungan promosi, fasilitas tambahan, serta inovasi produk atau layanan, sehingga dapat mengatasi keterbatasan lokasi, variasi produk, dan promosi.
8. Penulis menyarankan agar koperasi memanfaatkan dukungan organisasi induk berupa pelatihan, riset pasar, akses teknologi, dan pendanaan inovasi untuk meningkatkan kapabilitas koperasi dalam produk, layanan, promosi, dan strategi pemasaran.