

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai analisis Faktor Internal dan faktor eksternal dalam merumuskan strategi pemasaran Unit Usaha Pelayanan Umum, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan IFAS Unit Usaha Pelayanan Umum Koperasi Konsumen Pegawai Hanukarya memiliki 11 indikator yang berasal dari kekuatan dan kelemahan yakni produk yang bervariasi, harga barang di toko lebih murah dibandingkan toko lain, lokasi toko yang strategis, keramahan karyawan dalam melayani konsumen, produk yang dijual sudah sesuai dengan keinginan konsumen, dan pencatatan keuangan yang baik. Dan dari sisi kelemahan yakni kegiatan promosi secara online belum maksimal, promosi yang dilakukan hanya sekedar menawarkan produk melalui mulut ke mulut, Penataan barang yang kurang rapih, partisipasi anggota kurang baik dalam bertransaksi, dan sering terjadinya kehilangan barang. Dari hasil analisis faktor internal yang dilakukan pada Unit Usaha Pelayanan Umum, diperoleh beberapa faktor yang mempengaruhi pada sisi internal, kekuatan terbesar dari Unit Usaha Pelayanan Umum yaitu “lokasi toko yang strategis”, sedangkan untuk faktor yang menjadi kelemahan utama Unit Usaha Pelayanan Umum adalah “Partisipasi anggota kurang baik dalam bertransaksi”.
2. Berdasarkan EFAS Unit Usaha Pelayanan Umum Koperasi Konsumen Pegawai Hanukarya memiliki 8 indikator yang berasal dari ancaman dan

peluang yakni disekitar toko banyak kantor dan pemukiman, permintaan pasar yang meningkat, pemanfaatan layanan belanja online dan media sosial sebagai media promosi. Dan dari sisi ancaman yakni adanya pesaing seperti alfamart dan indomart di sekitar lingkungan koperasi, teknologi pesaing yang modern, kelengkapan produk pesaing, dan kualitas pelayanan pesaing lebih baik. Dari hasil analisis faktor eksternal yang dilakukan pada Unit Usaha Pelayanan Umum, diperoleh beberapa factor yang terbesar, peluang yaitu “permintaan pasar yang meningkat” serta “Media sosial sebagai media promosi”. Sedangkan faktor yang menjadi ancaman terbesar bagi Unit Usaha Pelayanan Umum yaitu “kelengkapan produk pesaing” dan “kualitas pelayanan pesaing lebih baik”.

3. Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Unit Usaha Pelayanan Umum Koperasi Konsumen Pegawai Hanukarya berada pada kuadran I pada diagram SWOT yang artinya koperasi berada dalam strategi agresif yang difokuskan untuk memaksimalkan kekuatan internalnya untuk memanfaatkan peluang yang ada di pasar, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis yang merupakan strategi pengembangan usaha. Alternatif strategi kekuatan dan peluang (S-O) yang dapat diterapkan oleh Unit Usaha Pelayanan Umum Koperasi Konsumen Pegawai Hanukarya yakni memperluas pasar dengan memanfaatkan teknologi dan media, teknologi dan media dapat dimanfaatkan untuk memperluas pasar agar jangkauan promosi dapat mencakup pelanggan yang di luar lingkungan koperasi atau pelanggan yang belum mengetahui toko

dapat mengetahui toko tersebut, Kedua meningkatkan pelayanan untuk mempertahankan konsumen serta citra yang baik bagi koperasi dan ketiga Memanfaatkan layanan online, pesan antar karena lokasi toko yang strategis memudahkan akses pesan antar berbagai wilayah.

5.2. Saran-Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat diberikan saran dan masukan bagi pemilihan alternatif strategi untuk Unit Usaha Pelayanan Umum Koperasi Konsumen Pegawai Hanukarya sebagai berikut:

1. Lebih memanfaatkan media sosial sebagai media promosi untuk menarik anggota agar berbelanja di toko
2. Melakukan program-program loyalitas dan insentif seperti penawaran terbatas, diskon.
3. Memanfaatkan layanan online, pesan antar karena lokasi toko yang strategis memudahkan akses pesan antar berbagai wilayah dan memperluas pasar dengan memanfaatkan teknologi dan media
4. menambahkan berbagai produk baru yang sesuai dengan kebutuhan anggota/konsumen yang berbelanja seperti menambahkan produk lokal yaitu makanan dan minuman atau kerajinan tangan, produk musiman seperti natal, Ramadhan, produk untuk hewan peliharaan, produk kecantikan dll