

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut ini.

1. Strategi bauran pemasaran yang sedang dilakukan oleh K7 Mart memperoleh skor sebesar 2.427 dan berada pada kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran sudah berjalan cukup efektif, namun masih ada beberapa aspek yang perlu untuk ditingkatkan agar hasilnya lebih optimal.
2. Berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman atau analisis SWOT menunjukkan K7 Mart berada pada posisi Kuadran 1 yang menunjukkan kategori strategi Agresif. Strategi ini mencerminkan posisi yang menguntungkan, dimana menggunakan kekuatan yang ada untuk memanfaatkan peluang yang dimiliki oleh K7 Mart untuk meningkatkan transaksi anggota.
3. Strategi yang seharusnya diterapkan oleh unit usaha adalah dengan memakai strategi SO atau menggunakan peluang yang ada untuk memanfaatkan peluang yang meliputi :
 - a. Memperluas jaringan supplier, menjalin kerjasama dengan Indogrosir, UMKM dan distributor lain untuk meningkatkan ketersediaan dan variasi produk sesuai dengan kebutuhan anggota.
 - b. Optimalisasi layanan pesan antar, memudahkan anggota dalam berbelanja melalui sistem pengantaran.

- c. Ekspansi secara bertahap berbasis dukungan anggota, meningkatkan daya saing melalui penyesuaian harga, promosi yang lebih terarah, dan penataan toko yang lebih nyaman.

5.2. Saran-saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan, maka saran-saran berikut disampaikan sebagai bahan masukan bagi pihak terkait.

1. Meningkatkan efektivitas strategi bauran pemasaran di K7 Mart, koperasi disarankan untuk memperkuat aspek-aspek yang masih tergolong lemah. Seperti meningkatkan variasi produk, khususnya dari UMKM lokal, dan menerapkan strategi promosi yang lebih menarik seperti diskon, *bundling*, dan gratis ongkir. Promosi *digital* perlu untuk dioptimalkan dan dievaluasi secara rutin. Sistem pembayaran *digital* (*QRIS* dan *EDC*) harus disempurnakan guna menunjang efisiensi transaksi selain itu, penataan toko harus diperbaiki agar lebih rapi, informatif, dan nyaman. Terakhir, penambahan petunjuk arah ke lokasi K7 Mart penting untuk meningkatkan aksesibilitas konsumen.
2. Penerapan strategi agresif yang terarah, K7 Mart disarankan untuk mengimplementasikan strategi agresif dengan cara memperkuat keunggulan internal seperti jaringan kemitraan dan kualitas layanan, serta memanfaatkan peluang eksternal melalui ekspansi pasar, promosi yang lebih efektif, dan peningkatan mutu produk. Hal ini bertujuan untuk mendorong transaksi yang lebih tinggi dari anggota koperasi.

3. Optimalisasi strategi SO (*Strengths-Opportunities*), Unit usaha perlu fokus pada strategi SO dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk merespons peluang eksternal. Hal ini dapat dilakukan melalui perluasan jaringan supplier, optimalisasi layanan pesan antar, serta ekspansi usaha secara bertahap yang didukung oleh partisipasi aktif anggota koperasi. Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan transaksi anggota sekaligus memperkuat daya saing koperasi secara berkelanjutan
4. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian dalam bidang Manajemen Bisnis, khususnya terkait strategi bauran pemasaran pada koperasi konsumen. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar menambahkan variable lain seperti kualitas pelayanan, kepuasan, atau loyalitas anggota, serta memperluas objek penelitian pada koperasi dengan skala berbeda agar hasilnya lebih komprehensif.