

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan hal-hal berikut: Analisis SWOT KPAPI menunjukkan kekuatan pada keterlibatan langsung dengan petani, komoditas unggulan, dan dukungan lembaga pemberdayaan; kelemahan pada digitalisasi, pemasaran, dan distribusi; peluang pada tren produk organik dan digitalisasi rantai pasok; serta ancaman dari persaingan harga dan produk pelaku besar. Strategi ideal adalah agresif (Kuadran I SWOT) dengan memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang. Pendekatan SOSTAC menekankan analisis situasi, penetapan tujuan peningkatan daya saing, strategi penguatan merek dan digitalisasi, taktik berupa pelatihan, inovasi produk, optimalisasi media sosial/e-commerce, serta kontrol berbasis indikator kinerja koperasi.

Faktor-faktor SWOT dalam pengembangan inovasi Koperasi Produsen Agronative Pratama Indonesia terdiri dari:

Kekuatan: keterlibatan langsung dengan petani, penguasaan komoditas unggulan, dan dukungan dari lembaga pemberdayaan seperti Dompot Dhuafa.

Kelemahan:

Belum optimalnya digitalisasi, pemasaran belum agresif, serta sistem distribusi yang terbatas.

Peluang:

Peningkatan minat terhadap produk pertanian organik dan lokal, serta peluang digitalisasi rantai pasok.

Ancaman:

Persaingan harga dan produk dari pelaku usaha besar dan e-commerce.

Strategi pengembangan bisnis koperasi saat ini masih bersifat reaktif dan belum berbasis data serta riset pasar yang memadai. Strategi yang ideal adalah strategi agresif (kuadran I SWOT), di mana koperasi dapat memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal secara maksimal.

Upaya strategis melalui pendekatan SOSTAC menunjukkan bahwa koperasi perlu melakukan:

1. *Situation Analysis*: pemetaan potensi dan kondisi pasar.
2. *Objectives*: peningkatan daya saing dan pangsa pasar.
3. *Strategy*: penguatan merek lokal, digitalisasi pemasaran, dan peningkatan kolaborasi.
4. *Tactics & Action*: implementasi program pelatihan, peluncuran produk inovatif, serta optimalisasi media sosial dan e-commerce.
5. *Control*: pengukuran berbasis indikator performa koperasi (penjualan, kepuasan anggota, pertumbuhan jaringan mitra).

5.2 Saran-Saran

1. Koperasi sebaiknya melakukan evaluasi berkala terhadap faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja usaha, dengan menyusun analisis SWOT secara sistematis dan melibatkan seluruh pengurus serta anggota

koperasi untuk memastikan bahwa strategi yang diambil berbasis pada kekuatan aktual dan mampu menjawab tantangan serta peluang pasar. Strategi diferensiasi produk harus dikembangkan lebih lanjut untuk menjangkau pasar nasional.

2. Koperasi disarankan untuk mengembangkan strategi pengembangan bisnis yang lebih terarah dengan pendekatan SOSTAC, dimulai dari penetapan tujuan spesifik (seperti peningkatan pasar dan digitalisasi), pemetaan strategi pemasaran digital, serta pelaksanaan program inovasi produk dan layanan berbasis kebutuhan konsumen yang terus berubah.
3. Untuk menguatkan daya saing, koperasi perlu menyusun rencana aksi konkret berbasis hasil analisis SWOT dan SOSTAC, seperti membangun kemitraan strategis, meningkatkan kualitas produk, serta memperkuat posisi merek koperasi melalui digital branding dan ekspansi pasar secara daring maupun luring.