

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai analisis strategi bisnis melalui pendekatan quantitative strategic planning matrix dalam upaya meningkatkan volume penjualan susu sapi perah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Dari hasil analisis faktor internal dan eksternal yang dilakukan pada KUD Mandiri Bayongbong, diperoleh beberapa faktor yang mempengaruhi perjalanan usaha pada KUD Mandiri Bayongbong ini. Pada sisi internal, kekuatan terbesar yaitu tersedianya serapan pasar dan hubungan kerja sama KUD dengan IPS serta pemasok terjalin baik. Sedangkan untuk faktor yang menjadi kelemahan adalah Kualitas produk masih rendah, populasi sapi menurun, dan rendahnya tingkat pendidikan anggota (peternak).
- b. Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS, diperoleh total skor IFAS sebesar 3,55 dan total skor EFAS sebesar 2,75. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa KUD Mandiri Bayongbong berada dikuadran II pada matriks IE yang artinya situasi yang menguntungkan, dalam rangka meningkatkan pertumbuhan pendapatan, dan keuntungan koperasi. Sehingga menggunakan strategi diversifikasi (ST) intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan pasar). Berdasarkan hasil analisis QSPM yang telah dibahas sebelumnya, dapat diketahui strategi yang paling cocok dan tepat dilakukan

KUD Mandiri Bayongbong adalah strategi penetrasi pasar dengan TAS sebesar 5,27.

- c. Berdasarkan analisis yang dilakukan dan mengacu pada strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT dan QSPM yaitu strategi ST dan penetrasi pasar, maka alternatif strategi yang paling tepat dalam upaya meningkatkan volume penjualan yaitu:
- a) Menjalin hubungan dan komunikasi yang intensif dengan dinas peternakan untuk menjaga kesehatan sapi.
 - b) Mempertahankan kerjasama yang kuat dan komunikasi yang baik dengan pihak-pihak terkait.
 - c) Mengumpulkan dan mempelajari informasi tentang produk, harga, layanan, keunggulan dan kelemahan pesaing maupun pendatang baru.
 - d) Meningkatkan kualitas pengolahan susu menjadi lebih baik agar dinilai berkualifikasi untuk mendapatkan BPOM dan harga jual tinggi. Koperasi dapat meyakinkan pelanggannya (IPS) yang ada saat ini dengan memberikan kualitas susu yang baik agar IPS dapat membeli susu lebih banyak lagi setiap harinya.
 - e) KUD Mandiri Bayongbong harus mengetahui langkah yang ditargetkan untuk meningkatkan volume penjualan mencakup produk, harga, tempat, dan promosi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis strategi bisnis melalui pendekatan QSPM dapat diketahui bahwa strategi yang tepat diterapkan yaitu Strategi Penetrasi Pasar, peneliti menyarankan strategi yang diterapkan oleh KUD Mandiri Bayongbong Garut unit usaha susu sapi perah adalah Strategi ST di mana usaha tersebut dapat menciptakan strategi internal (kekuatan) dan juga dapat memanfaatkan strategi eksternal (ancaman). Adapun operasionalnya sebagai berikut:

1. Penelitian yang akan datang diharapkan dapat mengembangkan dan menyempurnakan hasil penelitian ini dengan analisis yang lebih bervariasi.
2. Peneliti menunjukkan bahwa penetapan saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan produk susu, oleh sebab itu disarankan agar KUD Mandiri Bayongbong meningkatkan kualitas susu. Koperasi mencoba promosi menjadi salah satu dalam upaya meningkatkan strategi yang penting untuk dilakukan. Pada era digital seperti ini, media sosial juga menjadi sarana penunjang promosi yang cukup efektif dalam menyasar berbagai segmen pasar.