

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi *competition-based pricing* di Unit Minimarket Koperasi Primkoppol SatBrimob Polda Jabar dengan objek penelitian berupa produk sembako dalam upaya meningkatkan manfaat ekonomi langsung bagi anggota koperasi. Berdasarkan analisis yang dilakukan, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Penerapan Strategi *Competition-Based Pricing*:

Koperasi Primkoppol SatBrimob Polda Jabar *menerapkan strategi competition-based pricing* pada Unit Minimarket dengan memantau harga pesaing seperti Indomaret dan Alfamart secara rutin setiap 3-6 bulan. Harga jual produk di koperasi ditetapkan agar tetap kompetitif, meskipun tidak semua produk lebih murah dari pesaing. Koperasi mempertimbangkan biaya operasional dan harga pembelian dari supplier dalam penetapan harga, namun tetap berusaha menawarkan harga yang lebih rendah atau setidaknya setara dengan pesaing untuk memberikan manfaat ekonomi langsung kepada anggotanya.

2. Besarnya Manfaat Ekonomi Langsung:

Manfaat ekonomi langsung yang diperoleh anggota koperasi dihitung berdasarkan selisih harga antara produk yang dijual di koperasi dan harga di

pasar (Indomaret). Dimana secara persentase nilai manfaat ekonomi langsung anggota adalah sebesar 5.52% yang berada pada tingkat sedang yang dapat di representasikan sebagai ada penghematan nyata, namun belum dominan. Hal ini juga didukung oleh pandangan langsung oleh anggota yang menilai manfaat ekonomi sudah dirasakan namun belum begitu signifikan, sehingga perlu untuk dilakukan optimalisasi pada strategi koperasi agar nilai manfaat ekonomi langsung dapat meningkat.

3. Upaya untuk meningkatkan manfaat ekonomi langsung yang dirasakan anggota

Upaya untuk meningkatkan manfaat ekonomi langsung yang dirasakan anggota meliputi Mengadakan program diskon/promo khusus anggota (misalnya program poin atau diskon musiman) untuk menjadi daya tarik dan mendorong peningkatan frekuensi belanja anggota. Serta optimalisasi penyuplai/pemasok untuk mendapatkan harga belanja yang lebih rendah melalui pembelian dalam jumlah lebih besar, kontrak kerja sama, dan perbaikan sistem persediaan.

5.2 Saran-Saran

Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, tentunya masih terdapat beberapa kelemahan dan keterbatasan yang tidak mampu dipenuhi oleh penulis. Oleh karena itu penulis memberikan beberapa saran dan rekomendasi kepada penelitian selanjutnya untuk dapat melengkapi kelemahan penulis dan melakukan penelitian lebih

mendalam. Beberapa saran dan rekomendasi penulis kepada penelitian selanjutnya antara lain:

1. Perluasan Produk yang Dianalisis: Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk menganalisis lebih banyak kategori produk selain sembako, seperti produk kesehatan dan kecantikan atau kebutuhan rumah tangga, untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang dampak strategi harga terhadap manfaat ekonomi bagi anggota koperasi.
2. Penggunaan Data Historis: Menggunakan data historis harga dan volume penjualan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai tren dan perubahan dalam manfaat ekonomi yang dirasakan anggota koperasi dari waktu ke waktu.
3. Analisis Kompetitor yang Lebih Luas: Memperluas analisis kompetitor dengan memasukkan lebih banyak pesaing lokal dan nasional dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang posisi koperasi dalam pasar ritel.

Selain untuk penelitian selanjutnya penulis juga memberikan beberapa saran dan rekomendasi yang mungkin bisa menjadi pertimbangan bagi pengurus koperasi agar penerapan strategi *competition-based pricing* yang dijalankan koperasi dapat menjadi lebih baik. Beberapa saran dan rekomendasi yang dapat diberikan oleh penulis antara lain:

1. Pemantauan Harga yang Lebih Sering: Memperpendek interval pemantauan harga pesaing dari 3-6 bulan menjadi lebih sering dapat membantu koperasi untuk lebih cepat menyesuaikan harga dan tetap kompetitif di pasar.
2. Peningkatan Variasi Produk: Pengurus koperasi disarankan untuk meningkatkan variasi produk yang ditawarkan, terutama produk yang sering dibutuhkan oleh anggota, untuk meningkatkan daya tarik dan kepuasan anggota.
3. Komunikasi Manfaat Ekonomi: Pengurus koperasi perlu lebih aktif dalam mengkomunikasikan manfaat ekonomi yang diperoleh anggota dari berbelanja di koperasi, sehingga anggota lebih menyadari dan menghargai nilai tambah yang diberikan koperasi.