

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dari 31 responden maka dapat disimpulkan bahwa Media Sosial Instagram Kopma Unisba pertama kali dibuat 9 Juni 2015, setiap postingan memiliki desain yang saling terkait sehingga menghasilkan *feed* yang menarik. Setiap kali memposting selalu disesuaikan dengan kegiatan yang sedang berlangsung atau dilaksanakan oleh koperasi. Media sosial Kopma Unisba sudah sangat baik menurut anggota, ini menjadi salah satu daya tarik yang harus dipertahankan bahkan ditingkatkan untuk menarik anggota melakukan transaksi di koperasi.

Adanya hubungan cukup erat antara media sosial Instagram Kopma Unisba dengan Minat Beli yaitu sebesar 0,429, artinya ada faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, dan berarti hubungan media sosial dengan minat beli anggota terdapat hubungan yang positif meski tidak kecil namun ada hubungannya.

Upaya-upaya apa yang harus dilakukan adalah memaksimalkan peran media sosial Instagram sebagai alat informasi juga promosi yang diharapkan bisa menambah minat beli yang akan meningkatkan pendapatan bagi koperasi.

5.2. Saran

1. Dalam mengelola media sosial Instagram akan lebih baik jika pembagian antara admin dan yang membuat desain terpisah, namun harus saling terkait satu sama lain, hal ini akan lebih memudahkan, karena akan fokus pada satu pekerjaan dibanding admin merangkap sebagai desainer. Karena menurut wawancara dengan pengurus, admin dan desainer masih merangkap jadi lebih baik jika dipisahkan.
2. Membuat target dan rencana secara terstruktur terkait postingan Instagram, terutama mengenai kegiatan promosi.
3. Membuat postingan tentang barang yang tersedia di Koperasi, baik barang yang sedang *discount* ataupun harga normal.
4. Melakukan lebih banyak promosi untuk menarik minat beli anggota, contohnya dapat minum gratis jika membeli dengan harga yang telah ditentukan.