

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada KPDK 12 Juli dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan media komunikasi bisnis oleh anggota KPDK 12 Juli dapat dikatakan kurang baik. Artinya anggota belum mampu memaksimalkan penggunaan media sosial koperasi yang menjadi salah satu bentuk pelayanan koperasi kepada anggota.
2. Pengelolaan media komunikasi bisnis oleh pengurus KPDK 12 Juli dapat dikatakan tidak baik. Hal ini dikarenakan tidak adanya SDM profesional yang secara khusus mengelolah media komunikasi yang ada agar lebih menarik dan dimanfaatkan dengan baik untuk kemajuan koperasi khususnya dalam promosi.
3. Efektivitas media komunikasi bisnis di KPDK 12 Juli dengan rata – rata tanggapan kurang baik, artinya tujuan pembuatan media sosial belum efektif. Hal ini disebabkan anggota yang tidak menerima informasi sesuai dengan kebutuhan , sehingga kurang tertarik untuk mengakses langsung media sosial KPDK 12 Juli .
4. Banyak upaya yang harus dilakukan pengurus untuk KPDK 12 Juli untuk mengelolah media sosial dalam mempromosikan koperasi . Agar anggota merasa puas dengan layanan yang diberikan dan fungsi promosi berjalan dengan baik dengan memanfaatkan media sosial. Koperasi harus

memperbaiki dan mengatur media sosial KPDK 12 Juli sesuai dengan upaya upaya yang seharusnya dilakukan oleh pengurus. Dan diharapkan upaya yang sedang direncanakan segera direalisasikan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi koperasi yang menjadi subjek penelitian ini:

- Sehubung dengan hasil pengelolaan media sosial yang tidak baik, penulis menyarankan untuk merekrut karyawan baru atau mengadakan SDM khusus yang profesional dibidangnya, agar fokus mengelolah media sosial yang sesuai dengan tujuan koperasi.
- Memperbaruhi informasi pada media sosial secara berkala, agar anggota bisa terus mendapat informasi terkini mengenai kegiatan koperasi ataupun barang dan jasa yang ditawarkan koperasi sebagai bentuk promosi.
- Isi konten berupa kegiatan promosi barang dan jasa yang ditawarkan dari koperasi kepada anggota.
- Disain media sosial dibuat lebih menarik dengan pilihan gambar, font, serta warna yang sesuai dengan trend masyarakat saat ini dan tidak monoton, agar anggota lebih mengunjungi media sosial koperasi.

- Membangun kepercayaan anggota dengan sosialisasi dan kegiatan yang membuat anggota bisa berpartisipasi aktif dengan koperasi
- Melakukan sosialisasi kepada anggota koperasi mengenai media sosial yang dibuat koperasi agar anggota tau dan lebih banyak lagi pengunjung yang mengunjungi laman media sosial yang ada.

2. Bagi peneliti selanjutnya/

- Agar hasil penelitian ini dapat digunakan secara luas. Maka untuk peneliti berikutnya, subjek penelitian tidak hanya terpaku pada koperasi yang menjadi subjek penelitian ini, namun dapat menambah koperasi lainnya sebagai subjek penelitian. Sehingga hasil penelitiannya pun dapat menggambarkan secara umum dan lebih luas mengenai efektivitas media komunikasi bisnis dalam mempromosikan koperasi.
- Koperasi harus melakukan upaya-upaya yang menjadikan koperasi mampu bertahan pada persaingan yang semakin ketat. Salah satunya upaya yang perlu dilakukan oleh koperasi adalah memberikan layanan semaksimal mungkin dengan memanfaatkan teknologi sebaik mungkin seperti media sosial dalam program promosi kepada anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya.