

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitaian yang telah dilakukan pada Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan *promotional mix* yang dilaksanakan oleh Unit Niaga Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung dapat dikatakan berjalan cukup baik dengan menggunakan promosi yang terbatas meliputi dilakukan oleh pengurus seperti penyebaran brosur, mendapatkan kupon, vocher belanja dan adanya pameran-pameran. walaupun belum maksimalnya pelaksanaan yang direncanakan untuk menerapkan *promotional mix* yang diinginkan oleh anggota dan non anggota atau masyarakat umum sebagai konsumen.
2. *Promotional mix* yang dilakukan oleh Unit Niaga Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung sebagai berikut:
  - a. *Personal selling* yang dilakukan oleh Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung ini adalah melakukan komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan produk kepada calon pelanggan.
  - b. *Salles Promotion* melakukan promosi penjualan pada acara ulang tahun dimana akan ada pameran produk-produk yang diperjual balikan baik yang ada di toko maupun produk dari pihak yang bekerjasama dengan koperasi.

- c. Pada promotion advertising (Iklan) pada Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung melakukan selebaran brosur agar menarik minat pelanggan dalam membeli produk di Koperasi
  - d. Koperasi Pemerintah Kota Bandung melakukan penjualan langsung dengan memaksimalkan pelayanan yang diberikan langsung pada koperasi dengan tujuan agar menjadi kesan baik kepada pelanggan.
  - e. Public relation and publicity (Hubungan masyarakat dan publisitas) Koperasi Pemerintah Kota Bandung juga aktif mengikutsertakan diri dalam beberapa acara bakti sosial misalnya santuan ke panti asuhan, memberikan bantuan kepada anak-anak anggota koperasi yang berprestasi di sekolah pada acara HUT kota Bandung pada setiap tahunnya, dan pembeian sembako untuk yang terkena dampak pandemi seperti saat ini
3. Upaya meningkatkan volume penjualan pada Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung yaitu dengan melakukan promosi yang memprioritaskan pengetahuan atas produk apa saja yang tersedia di koperasi baik yang ada di toko maupun pihak yang bekerjasama dengan koperasi melalui promosi sebaran brosur, lalu koperasi harus mengevaluasi kekurangan dalam melakukan promosi agar dapat titik kelemahan untuk ditingkatkan lagi dan kelebihan untuk tetap dipertahankan.

## 5.2 SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, adapun saran-saran yang dapat diberikan oleh penulis kepada Unit Niaga Koperasi Pemerintah Kota Bandung adalah sebagai berikut:

1. Hal terpenting yang harus dilakukan adalah meletakkan logo atau identitas keberadaan toko yang dikelola oleh koperasi pada unit niaga Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung agar masyarakat umum disekitar koperasi mengetahui adanya toko Koperasi
2. Memberikan informasi mengenai promosi-promosi yang sedang diadakan oleh Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung secara menyeluruh dapat disebarluaskan melalui grup Whatapps anggota atau pengurus yang dimiliki oleh Koperasi.
3. Berdasarkan promosi yang telah dilaksanakan oleh koperasi, dengan memprioritaskan pengenalan produk secara maksimal agar diketahui oleh anggota maupun masyarakat umum akan produk yang dijual agar mampu bersaing dengan pesaing.
4. Diadakannya perubahan promosi yang dilakukan tidak hanya berbentuk penyebaran brosur, pemberian kupon dan pameran-pameran tetapi bisa juga dengan memberikan reward kepada anggota yang bertransaksi lebih sering dengan biaya transaksi yang cukup besar.