

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di TD Mart yang berkedudukan di Kawasan Pendidikan Tinggi Jatinangor KM. 20,5 Bandung dapat diketahui bahwa penelitian ini dilaksanakan dengan hasil yang telah disajikan dalam pembahasan dan analisis yang diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan yang diharapkan mampu memberikan solusi manajemen toko ritel yang dihadapi oleh TD Mart saat ini yaitu :

1. Berdasarkan kuesioner yang telah disebar kepada anggota KKB IKOPIN, dapat diketahui bahwa tanggapan dari anggota terhadap manajemen toko ritel TD Mart masuk dalam kategori Cukup baik.
2. Diketahui pula bahwa 78% responden berbelanja kurang dari Rp. 100.000 dalam sebulan, dan 65% responden berbelanja kurang dari 10 kali dalam sebulan di TD Mart. Hal ini dapat disimpulkan bahwa partisipasi belanja anggota sebagai pelanggan di unit TD Mart tergolong Rendah.
3. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan koefisien korelasi *Rank Spearman* menunjukkan bahwa hubungan manajemen toko ritel terhadap partisipasi belanja anggota sebagai pelanggan mempunyai hubungan dengan kriteria hubungan cukup/sedang.
4. Adapun upaya-upaya yang perlu dilakukan oleh unit TD Mart untuk memperbaiki manajemen toko ritel yang berfokus kepada beberapa indikator seperti variasi produk, pilihan *brand*, pengadaan *delivery* dan

promosi toko. Serta beberapa indikator yang perlu ditingkatkan dan di pertahankan meliputi kestrategisan toko, kemudahan berbelanja, pencatatan transaksi, penyediaan daftar barang, kesesuaian harga, kinerja karyawan, diskon dan menjaga kepercayaan anggota.

## 5.2 Saran

Dari jawaban responden yang tidak lain adalah anggota KKB IKOPIN dan pembahasan pada bab IV, maka peneliti menyampaikan saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam upaya memperbaiki keadaan TD Mart agar menjadi lebih baik.

- TD Mart hendaknya memprioritaskan beberapa pelaksanaan manajemen toko ritel yang dirasa anggota belum sesuai dengan keinginan anggota. Seperti menyediakan produk-produk yang di butuhkan dan menambah variasi produk yang diinginkan oleh para anggota supaya anggota dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya yang belum tersedia di TD Mart, Serta Penerapan *Delivery* / layanan pengantaran barang, hal ini untuk mempermudah anggota, Anggota pada umumnya memprioritaskan cara pemesanan praktis yang memungkinkan mereka mendapatkan keperluan yang mereka butuhkan tanpa perlu bersusah payah menghabiskan waktu dan tenaga. Anggota bisa memesan melalui whatsapp maupun aplikasi khusus yang memuat daftar-daftar barang TD Mart. Dalam menjalankan layanan *Delivery*. Ditambah lagi dengan pengadaan promosi toko dalam upaya menginformasikan, menyebarluaskan, mempengaruhi, menawarkan dan

mengajak anggota untuk menjadi pelanggan TD untuk uraian prosedur serta langkah yang dapat dilaksanakan oleh pihak TD Mart lebih rinci dapat dilihat pada pembahasan upaya- upaya yang harus dilakukan oleh TD Mart pada bab IV yang di sajikan dengan pertimbangan dari hasil penelitian.

- Dengan kondisi partisipasi anggota yang dinilai masih rendah perlu penerapan upaya-upaya yang diberikan oleh peneliti melalui manajemen toko ritel untuk memenuhi kebutuhan anggota. Serta menumbuhkan kesadaran anggota untuk berpartisipasi dengan memanfaatkan barang dan jasa yang disediakan oleh KKB IKOPIN, hal ini diharapkan dapat mendobrak peningkatan partisipasi belanja anggota KKB IKOPIN sebagai pelanggan.

