

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan Analisis Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan pada KKB IKOPIN, maka peneliti dapat menarik kesimpulan diantaranya :

1. Media promosi yang digunakan KKB IKOPIN untuk memberikan kemudahan informasi bagi anggota yaitu dengan menggunakan sosial media WhatsApp dan Instagram.
2. Hasil analisis pengukuran efektivitas dimensi *empathy* pada penggunaan media sosial menunjukkan bahwa media sosial berada dalam rentang skala tidak efektif dengan rata-rata berbobot 2,53 yang berarti penggunaan media sosial ini dirasa kurang memuaskan bagi konsumen. Hasil analisis pengukuran efektivitas dimensi *persuasion* pada penggunaan media sosial menunjukkan bahwa media sosial termasuk dalam kategori cukup efektif dengan rata-rata berbobot 3,72. Hasil analisis pengukuran efektivitas dimensi *impact* dalam penggunaan media sosial menunjukkan bahwa media sosial termasuk dalam kategori cukup efektif dengan rata-rata berbobot 3,95. Hasil analisis pengukuran efektivitas dimensi *communication* dalam penggunaan media sosial menunjukkan bahwa media sosial berada dalam kategori cukup efektif dengan rata-rata berbobot 3,82.

Hasil akhir nilai EPIC rate adalah 3,50 jika dimasukkan kedalam skala penilaian termasuk dalam kategori cukup efektif. Hal ini memperlihatkan bahwa penggunaan media sosial cukup efektif sebagai media promosi untuk mengembangkan usaha unit kantin.

3. Partisipasi anggota sebagai pelanggan dilihat dari indikator frekuensi pembelian menunjukkan bahwa konsumen cukup sering melakukan pembelian pada Unit Usaha Kantin KKB IKOPIN. Dan pada indikator jumlah dan jenis barang yang dibeli menunjukkan bahwa konsumen masih belum membeli produk yang dijual dalam jumlah yang banyak di Unit Usaha Kantin KKB IKOPIN.
4. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan partisipasi anggota melalui efektivitas sosial media yaitu diantaranya dengan meningkatkan promosi melalui media sosial sebagai media promosi terhadap produk dan harga yang di tawarkan. Mengembangkan kualitas promosi melalui media sosial sebagai media promosi. Memanfaatkan media sosial yang ada sebagai media promosi. Menggunakan Instagram sebagai sarana promosi dengan memberikan informasi produk yang ditawarkan oleh unit kantin kkb. Melalui Instagram anggota dapat membangun kepercayaan dengan menyampaikan pesan berupa informasi-informasi. Melakukan broadcast produk-produk untuk membagikan pesan dan video menarik ke beberapa orang sekaligus ataupun ke anggota dengan membuat kalimat promosi. Berinteraksi melalui group whatsapp dengan melakukan promosi untuk meningkatkan penjualan unit kantin kkb.

Memberikan pelayanan dengan merespon atau embalas chat whatsapp dengan cepat terhadap anggota. Menyebarkan informasi nomer whatsapp diberbagai media.

## **5.2. Saran**

1. Koperasi harus lebih memaksimalkan dalam memanfaatkan sosial media demi meningkatkan pastisipasi anggota.
2. Melakukan pelatihan kepada karyawan atau pengurus mengenai penggunaan sosial media agar bisa melayani anggota atau pelanggan secara baik.
3. Meningkatkan promosi secara online.



IKOPIN