

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan penelitian mengenai implementasi bauran pemasaran jasa dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota adalah sebagai berikut:

1. Implementasi baruan pemasaran jasa pada KKMK Kamola secara keseluruhan termasuk dalam kriteria cukup baik seperti terlihat pada tabel 4.79 rekapitulasi bauran pemasaran jasa.
2. Partisipasi anggota sebagai pelanggan pada KKMK Kamola secara keseluruhan telah dilaksanakan cukup baik. Dapat dilihat dari tabel 4.86 dalam memenuhi kebutuhan anggota koperasi sudah menyediakan dengan baik, hanya saja anggota belum dapat memanfaatkan pelayanan yang disediakan koperasi dengan optimal. Maka partisipasi anggota sebagai pelanggan pada KKMK Kamola dilaksanakan cukup Baik
3. Upaya yang dapat dilakukan koperasi dalam meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan adalah dengan meningkatkannya bauran pemasaran jasa melalui peningkatan beberapa aspek pada tabel rekapitulasi yang masih menunjukkan sikap cukup baik, kurang baik dan tidak baik. Koperasi harus memperhatikan unsur berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa, penetapan bunga/daftar harga, potongan harga/bunga, lalu lintas, fasilitas

tempat parkir anggota, ekspansi, *personal selling*, *mass selling*, promosi penjualan, *direct marketing*, *Service people*, *Costumer*, dan bangunan fisik koperasi atau tata ruang koperasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan tersebut penulis menyampaikan saran-saran yang sekiranya dapat memberikan masukan yang berarti bagi KKMK Kamola, yaitu sebagai berikut:

1. Impelementasi bauran pemasaran jasa pada unit perdagangan termasuk kedalam kriteria cukup baik, ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan untuk lebih mengoptimalkan bauran pemasaran jasa seperti berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa, penetapan bunga/daftar harga, potongan harga/bunga, lalu lintas, fasilitas tempat parkir anggota, ekspansi, *personal selling*, *mass selling*, promosi penjualan, *direct marketing*, *Service people*, *Costumer*, dan bangunan fisik koperasi atau tata ruang koperasi, dengan mengoptimalkan beberapa aspek tersebut diharapkan anggota dapat berpartisipasi sebagai pelanggan untuk melakukan pembelian dan transaksi di unit perdagangan jasa KKMK Kamola.
2. Partisipasi anggota sebagai pelanggan di KKMK Kamola yang termasuk kedalam kriteria cukup baik perlu ditingkatkan dengan cara memaksimalkan anggota untuk dapat memanfaatkan pelayanan yang disediakan oleh koperasi sehingga anggota tidak melakukan transaksi ditempat lain untuk mendapatkan barang secara kredit, untuk itu koperasi harus melaksanakan implementasi

bauran pemasaran agar dapat mengetahui sebagaimana anggota terlayani oleh koperasi sebagai bahan evaluasi koperasi dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan.

3. Dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota hendaknya koperasi membenahi beberapa indikator agar anggota dapat memanfaatkan pelayanan yang disediakan koperasi khususnya untuk unit perdagangan jasa, aspek yang harus di benahi dalam bauran pemasaran jasa yaitu seperti berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa, penetapan bunga/daftar harga, potongan harga/bunga, lalu lintas, fasilitas tempat parkir anggota, ekspansi, *personal selling*, *mass selling*, promosi penjualan, *direct marketing*, *Service people*, *Costumer*, dan bangunan fisik koperasi atau tata ruang koperasi, dengan mengoptimalkan beberapa aspek tersebut diharapkan anggota dapat berpartisipasi sebagai pelanggan untuk melakukan pembelian dan transaksi di unit perdagangan jasa KKM Kamola.



IKOPIN