

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti menarik simpulan dari penelitian tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Koperasi Dalam Meningkatkan Partisipasi Anggota sebagai berikut:

1. Koperasi memiliki tiga unit usaha yakni Unit Simpan Pinjam, Unit Barang Promosi & ATK, dan Unit Waserda. Dari rumusan masalah pertama, hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan strategi komunikasi pemasaran koperasi yang diterapkan pihak pengelola Koperasi Konsumen bank BJB “ZIEBAR” dalam meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan terdapat beberapa langkah yakni penentuan khalayak, penentuan tujuan komunikasi, formulasi pesan, pemilihan saluran komunikasi, dan pemilihan bauran promosi.

Dalam penentuan khalayak, yang menjadi khalayak dari koperasi adalah anggota biasa yang anggota luar biasa. Terkait tujuan komunikasi sendiri yakni berkaitan untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan. Sedangkan mengenai formulasi pesan, koperasi menggunakan konsep AIDDA dalam penyusunan pesannya. Bauran promosi yang dipilih koperasi yakni promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat &

publisitas, penjualan personal dan pemasaran langsung. Koperasi Konsumen Bank BJB “ZIEBAR” menerapkan strategi yang lebih fokus kepada kegiatan promosi, namun koperasi juga berusaha untuk memaksimalkan pelayanan kepada anggota.

2. Berdasarkan rumusan masalah ke dua, yakni terkait keadaan partisipasi anggota pada Koperasi Konsumen Bank BJB “ZIEBAR” sebagai pelanggan dapat disimpulkan bahwa partisipasi anggota terhadap Koperasi Konsumen Bank BJB “ZIEBAR” selama ini cukup baik. Hal tersebut didasari dari partisipasi anggota sebagai pelanggan yang terjadi pada koperasi diperlukan nya monitoring dari pihak pengelola.
3. Berdasarkan rumusan masalah ke tiga, upaya yang dilakukan Koperasi Konsumen Bank BJB “ZIEBAR” dalam meningkatkan partisipasi anggota yaitu terus menjaga hubungan baik dengan anggota dengan cara memberikan kemudahan di setiap transaksi masing-masing unit usaha, serta lebih rutin mengadakan sosialisasi dan edukasi kepada anggota dan calon anggota.

## **5.2 Saran**

Dari hasil simpulan, peneliti dapat memberikan saran – saran sebagai berikut yang dapat dijadikan acuan ataupun bahan pertimbangan untuk kinerja koperasi tahun-tahun selanjutnya :

1. Pihak koperasi hendaknya memberikan pelatihan kepada karyawan nya mengenai bagaimana merancang strategi pemasaran. Universitas Koperasi Indonesia sendiri memiliki Lembaga yang dapat membantu koperasi-koperasi yang hendak mengadakan pelatihan.
2. Pentingnya membentuk tim pemasar untuk menunjang kegiatan pemasaran di Koperasi Konsumen Bank BJB “ZIEBAR”. Kegiatan yang dimaksud dalam hal ini adalah penyusunan strategi dari tahap perencanaan hingga monitoring tiap unit usaha nya. Sehingga kegiatan pemasaran dapat memberikan hasil yang maksimal bagi perkembangan dan kemajuan Koperasi.
3. Strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan perlu dikembangkan dan dievaluasi untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan. Yakni menyesuaikan dengan perkembangan atau kondisi anggota koperasi. Terutama anggota yang aktif dan keadaan dari sumber daya manusia koperasi itu sendiri.
4. Hendaknya pihak Koperasi Konsumen Bank BJB “ZIEBAR” dapat mempertimbangkan harapan-harapan anggota untuk layanan simpan dan pinjam seperti penambahan produk pinjaman dan juga cara pembayaran di unit perdagangan umum.