

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai Perancangan Promosi Digital di Kopinkra Setya Bawana dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kopinkra Setya Bawana telah melaksanakan kegiatan promosi dalam aktivitas bisnisnya secara tradisional, namun promosi tersebut tidak dilaksanakan dengan rutin. Kopinkra Setya Bawana belum melaksanakan promosinya secara digital karena pengurus, karyawan ataupun anggotanya merasa bingung harus memulai dari mana, akan tetapi pihak koperasi setuju untuk dilakukannya perancangan promosi digital melalui *website* dan Instagram.
2. Upaya tahapan perancangan promosi digital yang perlu dilakukan oleh Kopinkra Setya Bawana terdapat 7 tahap yaitu:
 - a. Membuat Portofolio Bisnis
 - b. Membuat riset *keywords*
 - c. Membuat BMC
 - d. Membuat iklan dan video
 - e. Membuat rencana biaya iklan – pembuatan iklan
 - f. Membuat *feedback* pelanggan via *email*
 - g. Membuat *website*.

Tahapan-tahapan tersebut dirancang berdasarkan kesepakatan dari pengurus dan anggota Kopinkra Setya Bawana yang selanjutnya dapat dikembangkan dan dijalankan dalam aktivitas bisnis koperasi untuk dapat bersaing dengan kompetitornya.

Selain memperhatikan rancangan-rancangan tersebut, koperasi perlu memperhatikan faktor-faktor digitalisasi yaitu beralihnya kegiatan promosi ke konsep digital bukan hanya mempunyai aplikasi saja tetapi juga perlu adanya kesiapan manajemen, proses bisnis serta pelayanan. Memperhatikan kondisi di Kopinkra Setya Bawana saat ini, maka yang paling cocok digunakan sebagai media promosi digital saat ini adalah *website* dan *social media* instagram.

3. Anggota dan karyawan Kopinkra Setya Bawana setuju bahwa jika koperasi ini melakukan promosinya secara digital. Dengan begitu, dapat dinyatakan pula bahwa koperasi ini sudah siap untuk melaksanakan promosi secara digital karena adanya kesiapan SDM serta beberapa fasilitas yang sudah tersedia di Kopinkra Setya Bawana untuk menghadapi era perkembangan teknologi digital. Jika koperasi melakukan promosi secara digital maka akan meningkatkan atribut produk/jasa koperasi, meningkatkan hubungan pelanggan serta meningkatkan citra dan reputasi koperasi yang dimana ketiga kategori tersebut menjadi hal penting dalam mendorong potensi peningkatan daya saing koperasi.

Pelaksanaan promosi digital ini juga akan memberikan manfaat bagi koperasi maupun anggota sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Koperasi

Melalui perancangan promosi digital ini, koperasi akan memperoleh manfaat seperti misalnya atribut produk dan jasa di koperasi lebih dikenal luas oleh masyarakat, karena promosi digital akan menjangkau audiens lebih luas pula. Promosi digital juga memudahkan komunikasi antara koperasi dengan masyarakat luas, sehingga nantinya akan menimbulkan ketertarikan masyarakat terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh koperasi serta adanya kesan baik dari masyarakat yang dimana hal tersebut menjadi pemicu untuk meningkatnya pendapatan, SHU, citra dan reputasi koperasi.

2. Manfaat Bagi Anggota

Manfaat untuk anggota koperasi adalah adanya peningkatan penjualan produk gerabah yang dipasarkan di koperasi. Karena adanya hubungan anggota dengan Kopinkra Setya Bawana yang merupakan koperasi produsen, dimana anggota tersebut merupakan produsen (pengrajin dan penjual kerajinan gerabah) yang memasarkan produknya di koperasi. Sehingga, ketika koperasi mengalami peningkatan pendapatan dan SHU, maka anggota akan memperoleh manfaat ekonomi tidak langsung dari koperasi yang dapat menyejahterakan anggota.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dikemukakan oleh peneliti sebagai berikut:

5.2.1. Saran Praktis

1. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi pihak koperasi untuk dapat mengembangkan perancangan promosi secara digital dan mengimplementasikannya pada kegiatan bisnis koperasi.
2. Untuk ke depannya koperasi dapat melaksanakan pelatihan bagi anggota, pengurus dan karyawan untuk mengembangkan keterampilan guna perkembangan usahanya dalam memenuhi prinsip koperasi.

5.2.2. Saran Teoritis

1. Kopinkra Setya Bawana diharapkan mampu melaksanakan kegiatan promosinya secara rutin dan berkala dengan membuat *plan* atau jadwal promosi agar atribut produk/ jasa, hubungan pelanggan serta citra dan reputasi Kopinkra Setya Bawana tidak redup. Sehingga koperasi tetap bisa mempertahankan atau bahkan meningkatkan aktivitas bisnisnya dan mampu bersaing dengan kompetitor yang ada di Desa Wisata Kasongan.
2. Rancangan-rancangan promosi yang telah disusun sebaiknya dikaji kembali oleh Kopinkra Setya Bawana dan diimplementasikan ke dalam aktivitas bisnisnya. Selain itu, koperasi harus terus melakukan inovasi di bidang teknologi khususnya dalam kegiatan promosi digital ini agar adanya kemajuan dan perkembangan dalam aktivitas bisnis koperasi.

3. Seluruh perangkat organisasi koperasi sebaiknya ikut berpartisipasi dalam kegiatan promosi digital ini agar promosi dapat dilakukan dengan teratur dan dapat menjangkau pelanggan lebih luas lagi sehingga dapat terlihat peningkatan daya saing pada koperasi dan nantinya Kopinkra Setya Bawana dapat memenangkan persaingan kompetitornya