

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan pada penelitian yang ada, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Penerapan bauran pemasaran Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI masih kurang. Unsur produk memiliki masalah pada kualitas kemasan dan produk yang tidak sesuai dengan harga. Ketersediaan *stock* seblak juga lebih sedikit dibandingkan cilok *frozen* karena kurangnya inovasi jenis, rasa, dan bentuk seblak baru. Harga produk di *Marketplace* belum termasuk biaya admin dan biaya pengiriman barang, yang menjadi pertimbangan bagi anggota/konsumen. Untuk unsur promosi, koperasi berusaha membuat konten kreatif di berbagai sosial media untuk menarik konsumen. Sementara itu, untuk unsur distribusi, koperasi telah berkerja sama dengan JNE sebagai pelayanan pengantaran barang.
2. Berdasarkan tabel rekapitulasi persepsi anggota/konsumen terhadap penerapan bauran pemasaran Unit *Marketplace* Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI dapat disimpulkan menurut persepsi anggota dan konsumen bahwa secara rata-rata kurang baik, sehingga perlu adanya perbaikan unsur bauran pemasaran menurut saran dan masukan anggota dan konsumen. Sedangkan menurut harapan anggota dan konsumen secara rata-rata sangat

penting, sehingga menurut anggota dan konsumen harus tetap dilaksanakan dan dipertahankan. Sehingga Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI mengupayakan untuk meningkatkan volume penjualan melalui unsur bauran pemasaran sesuai dengan saran dan masukan dari anggota maupun konsumen.

3. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan pada Unit *Markeplace* KOPMA Bumi Siliwangi UPI yaitu dengan cara melakukan perubahan bentuk kemasan dengan berbahan *standing pouch* tebal, pemberian desain dan warna pada kemasan untuk menarik konsumen, *cover* kemasan di cetak pada *standing pouch*. Menambahkan jenis rasa dan jenis seblak kemasan seperti seperti menambah jenis seblak *mozarella*, seblak tulang rangu, seblak mercon dengan variasi rasa gurih, rasa manis asin, rasa pedas. Membuka pekerja untuk posisi admin agar dapat mengurus *Marketplace* sehingga *rate* akun *Marketplace* tinggi dan membuat kepercayaan konsumen meningkat, membuat konten-konten kreatif untuk menarik konsumen seperti konten candaan diselingi iklan produk yang diperjual belikan, serta mengikuti kegiatan *event* lain sebagai media promosi memperkenalkan produk, selain itu koperasi juga harus mengevaluasi kekurangan untuk ditingkatkan lagi dan kelebihan untuk tetap dipertahankan.

5.2 Saran-Saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka dapat diberikan saran ataupun masukan bagi perkembangan Unit *Marketplace* dalam meningkatkan volume penjualan yaitu sebagai berikut :

- a. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya melakukan penelitian serupa dengan metode yang berbeda, dapat lebih mengkaji dan mempelajari mengenai bauran pemasaran terhadap volume penjualan.
- b. Meningkatkan kualitas produk dengan memperbanyak variasi jenis dan rasa pada seblak seperti menambah jenis seblak *mozzarella*, seblak tulang rangu, seblak mercon dengan variasi rasa gurih, rasa manis asin, rasa pedas.
- c. Meningkatkan kualitas kemasan produk dengan cara perubahan bentuk kemasan berbahan *standing pouch* tebal, pemberian desain dan warna pada kemasan untuk menarik konsumen, *cover* kemasan di cetak pada *standing pouch*.
- d. Menyesuaikan target penjualan dengan kebutuhan anggota maupun konsumen.
- e. Membuka pekerja admin dalam memegang akun *marketplace* untuk terus meningkatkan kecepatan respon admin agar rate akun *marketplace* meningkat dan membuat terpercaya konsumen lain untuk membeli produk.
- f. Meningkatkan keaktifan pada semua sosial media yang dimiliki Kopma Bumi Siliwangi UPI dengan membuat konten-konten yang menarik konsumen dengan membuat konten candaan diselingi iklan produk.

- g. Memprioritaskan indikator harapan para anggota maupun konsumen yang tinggi namun rendah dalam nilai persepsi pelaksanaannya serta mempertahankan indikator-indikator yang dinilai harapan dan persepsi pelaksanaannya tinggi.