

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dan memperoleh jawaban dari data kuesioner, berikut simpulan yang dapat dijabarkan, sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh skor terkecil pada indikator tata letak toko dan desain toko sebesar 195 berdasarkan tanggapan responden diketahui bahwa pengelompokan produk sejenis belum tertata dengan rapi serta desain toko dari luar kurang terlihat menarik. Perolehan skor terkecil selanjutnya pada indikator sosial media marketing sebesar 196 berdasarkan tanggapan responden diketahui bahwa informasi produk dan promo lainnya tidak terjangkau oleh konsumen di akun sosial media. Selanjutnya koperasi harus lebih kreatif dan inovatif mengikuti perkembangan jaman agar anggota lebih berpartisipasi membeli ke koperasi.
2. Berdasarkan Potensi pembelian anggota koperasi di unit koperasi Primkoppol masih rendah. Hal ini di buktikan dengan Anggota Koperasi, yang membeli ke Unit Toko hanya 24 Anggota sedangkan 68 anggota lainnya lebih memilih ke minimarket seperti Indomart dan Alfamart dikarenakan adanya beberapa pertimbangan diantaranya yaitu kemudahan yang diberikan dari aplikasi digital minimarket, keterjangkauan harga, promosi, jenis produk lebih bervariasi dan produk

yang dibutuhkan hanya ada di minimarket sehingga koperasi primkoppol harus lebih memperbaiki kekurangannya, sehingga Koperasi Primkoppol harus lebih

3. Berdasarkan upaya yang dapat dilakukan oleh Unit Toko Koperasi Primkoppol yaitu menjalankan 7 unsur marketing mix yaitu diantaranya:

- a. *Product* (Produk)

Unit Toko Koperasi Primkoppol dapat menyediakan produk lain selain produk pangan. Misalnya perabot rumah tangga, jasa fotocopy, produk alat tulis dan lain sebagainya selain daripada produk-produk sembako/ pangan.

- b. *Price* (Harga)

Yang perlu diperhatikan oleh Unit Toko Koperasi Primkoppol yaitu harga produk yang tidak terlalu mahal dan cukup bersaing dengan toko lain selain koperasi, mengingat lokasi koperasi Primkoppol dekat dengan Minimarket Indomaret dan Alfamart yang lebih sering memberikan promo harga bagi konsumen.

- c. *Promotion* (promosi)

Unit Toko Koperasi Primkoppol bisa melakukan promosi melalui kegiatan sembako murah, dalam kegiatan itu Unit Toko Koperasi Primkoppol bisa menjual paket sembako yang didalamnya terdapat berbagai jenis produk pangan. Misalnya paket sembako yang diberi nama "SEMBAKO MURCE 25" yang didalamnya berisi sembako (beras 2,5kg -minyak 2,5liter - terigu 2,5kg - telur 2,5kg) dengan

memberikan harga paket konsumen mampu mempertimbangkan perbedaan harga satuan dan paketan.

d. *Place* (saluran distribusi)

Distribusi memperlihatkan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produk atau jasa diperoleh dan tersedia bagi konsumen sasaran.

e. *People* (partisipasi)

Yang dimaksud partisipan disini adalah karyawan Unit Toko Koperasi Primkoppol sebagai penyedia jasa layanan maupun penjualan, atau orang-orang yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses layanan itu sendiri, misalnya dalam jasa kecantikan: diantaranya adalah para reception, dokter, dan beauty therapis.

f. *Process* (proses)

Unit Toko Koperasi Primkoppol bisa memberikan gratis biaya pengiriman produk.

g. *Physical Evidence* (Lingkungan Fisik)

Salah satu unsur yang harus didayagunakan oleh koperasi Primkoppol sehingga menimbulkan rasa nyaman, tentram dan dapat meningkatkan hasil kerja yang baik untuk meningkatkan kinerja koperasi.

5.2 Saran - Saran

Berdasarkan kesimpulan maka untuk meningkatkan volume penjualan unit toko, pihak koperasi unit toko perlu melakukan saran-saran yang

diperlukan untuk bahan pertimbangan koperasi. Adapun saran yaitu sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan lebih mendalam untuk mengetahui upaya dalam meningkatkan volume penjualan sehingga hasil yang didapat lebih memuaskan bagi peneliti maupun peningkatan yang akan dilakukan koperasi.
2. Melakukan analisis serta evaluasi dari peneliti sebelumnya dan memperbanyak sumber-sumber dan referensi terkait dengan permasalahan yang akan diangkat.
3. Melakukan penelitian yang terjadwal sehingga hasil dari wawancara maupun observasi yang didapat lebih maksimal.

Saran praktis dalam meningkatkan volume penjualan dan mencegah rendahnya partisipasi anggota, berikut saran yang akan diberikan:

1. Membuat *daily promotion* yang berbeda-beda setiap harinya agar anggota koperasi selalu membeli keperluan sehari-hari di Koperasi Primkoppol.
2. Membuat promo gratis ongkos kirim untuk anggota koperasi yang tempat tinggalnya jauh dari unit toko sehingga anggota koperasi merasa puas.
3. Harga produk yang bersaing dengan toko lain menjadi salah satu pertimbangan anggota dalam berbelanja, maka diperlukan cara bagaimana menekan modal yang lebih rendah, salah satunya dengan mencari distributor yang lebih murah.

4. Meningkatkan pelayanan yang diberikan
5. Ketersediaan produk yang jual lebih bervariasi
6. Adanya potongan harga yang diberikan, tidak dikhususkan untuk anggota koperasi saja, melainkan berlaku bagi konsumen yang bukan anggota koperasi
7. Memperluas kegiatan promosi agar mampu menarik minat anggota dalam melakukan pembelian di koperasi Primkoppol salah satunya yaitu memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran, karena diketahui bahwa hampir 85% orang-orang menggunakan media sosial dalam memperoleh informasi.
8. Memanfaatkan letak koperasi yang dekat dengan tempat tinggal anggota untuk dijadikan target pasar utama, sehingga mampu menarik minat anggota koperasi secara keseluruhan.
9. Pengelompokan produk sejenis harus senantiasa di perhatikan kerapihannya
10. Membuat desain toko dari luar terlihat menarik sehingga mampu menarik perhatian anggota koperasi maupun konsumen lain yang melihatnya.