

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

1.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai komunikasi pelayanan digital dan kepuasan anggota pada Koperasi Mahasiswa Universitas Islam Bandung (KOPMA UNISBA) yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada anggota, maka simpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan rekapitulasi variabel persepsi komunikasi pelayanan digital, total skor sebesar 1.303 dengan kriteria “Cukup Baik”. Artinya, pelayanan digital Kopmart sudah memenuhi kebutuhan anggota, namun belum optimal. Sub variabel Efisiensi (*Efficiency*) dinilai cukup baik karena informasi dapat diakses dengan jelas meski masih terbatas. Ketersediaan (*System Availability*) berada pada kategori kurang baik, khususnya pada akses informasi (174) dan respon cepat (175) yang menunjukkan kendala akses dan keterlambatan respon. Pemenuhan Janji Layanan (*Fulfillment*) cukup baik, namun konsistensi pesan digital (181) masih lemah. Adapun Privasi dan Keamanan (*Privacy*) cukup baik (198), meski aspek perlindungan data tetap perlu diperkuat.
2. Rekapitulasi variabel kepuasan anggota menunjukkan total skor 2.630 dengan kriteria “Cukup Baik”. Anggota cukup puas terhadap layanan, namun masih ada aspek yang harus diperbaiki. Kualitas Produk/Layanan (*Product/Service Quality*) dinilai baik pada akses produk (253), tetapi inovasi produk baru hanya cukup baik (195). Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) menunjukkan kecepatan

respon (232) dan sikap sopan (203) masih cukup baik. Pada Harga/Biaya (*Price/Cost*), layanan dinilai wajar (249), tetapi transparansi biaya masih rendah (184). Kemudahan Akses (*Convenience or Accessibility*) menunjukkan jam operasional baik (241), sedangkan layanan online masih cukup baik (214). Pengalaman Sebelumnya (*Past Experience*) relatif baik (244), meski masalah berulang masih ada (196). Terakhir, Citra Institusi (*Corporate Image*) menunjukkan transparansi pengurus baik (252), namun kebanggaan keanggotaan menjadi kelemahan utama (167, kategori kurang baik).

3. Secara keseluruhan, komunikasi pelayanan digital dan kepuasan anggota menunjukkan bahwa Kopmart telah mampu memberikan layanan yang memadai, namun belum sepenuhnya optimal. Kelemahan utama pada kualitas pelayanan terletak pada aspek **ketersediaan informasi, kecepatan respon, dan konsistensi pesan digital**, sementara pada kepuasan anggota kelemahan terdapat pada **inovasi produk, transparansi biaya, kecepatan penanganan keluhan, serta rendahnya rasa kebanggaan keanggotaan**. Dengan demikian, peningkatan pada aspek-aspek tersebut diyakini dapat memperkuat kualitas pelayanan sekaligus mendorong kepuasan anggota secara menyeluruh.

1.2 Saran – Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan di atas, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini hanya berfokus pada dua variabel, yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan anggota. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti loyalitas anggota, partisipasi aktif, citra koperasi, atau faktor harga

dan promosi. Selain itu, metode pengumpulan data dapat diperkaya dengan wawancara mendalam atau *focus group discussion* (FGD) agar diperoleh gambaran yang lebih menyeluruh terkait persepsi anggota terhadap koperasi.

2. Bagi Pengurus dan Manajemen Kopmart

Pengurus perlu meningkatkan kualitas pelayanan digital dengan memperbaiki aksesibilitas informasi, mempercepat respon komunikasi, serta menjaga konsistensi pesan pada media digital. Transparansi biaya harus diperkuat agar anggota merasa aman dan percaya. Di sisi lain, inovasi produk perlu terus dikembangkan sesuai kebutuhan mahasiswa, sehingga dapat menumbuhkan rasa bangga dan keterikatan anggota terhadap koperasi. Penguatan citra institusi juga penting dilakukan melalui strategi komunikasi yang lebih interaktif, profesional, dan responsif.

3. Bagi Anggota Koperasi

Anggota diharapkan dapat lebih aktif memberikan masukan atau saran terkait pelayanan, baik melalui forum resmi seperti RAT maupun kanal pengaduan yang tersedia. Partisipasi aktif dalam memberikan umpan balik akan membantu manajemen memperbaiki layanan dan meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan. Selain itu, anggota yang belum aktif memanfaatkan layanan koperasi diharapkan mulai kembali berbelanja dan menggunakan produk Kopmart, sehingga koperasi dapat berkembang dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas bagi seluruh anggotanya.



IKOPIN
University