

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya mengenai analisis bauran pemasaran dalam upaya meningkatkan partisipasi belanja anggota ,maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dan saran bagi TD Mart IKOPIN sebagai berikut:

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan kuesioner yang telah disebar kepada anggota KKB IKOPIN, dapat diketahui bahwa tanggapan dari anggota terhadap penerapan bauran pemasaran toko TD Mart secara umum termasuk dalam kategori cukup baik yang dilihat dari lokasi, merchandising, pelayanan, harga dan metode promosi. Meskipun, secara umum penerapan bauran pemasaran toko termasuk ke dalam kategori cukup baik, namun masih ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dan diperbaiki oleh koperasi yang diantaranya variasi produk yang masih kurang, harga yang sama atau bahkan lebih tinggi daripada non koperasi dan promosi yang belum maksimal dilakukan pada koperasi.
2. Partisipasi belanja anggota tergolong ke dalam kategori yang kurang baik yang dilihat dari frekuensi pembelian dan nilai transaksi anggota. Frekuensi pembelian dan nilai transaksi anggota yang masih rendah tentu berpengaruh terhadap perkembangan koperasi yang juga lamban bahkan mayoritas

anggota hanya bertransaksi kurang dari sepuluh kali dalam sebulan dengan nilai kurang dari Rp 10.000.

3. Melihat hasil pembahasan dalam analisis deskriptif rekapitulasi kuesioner terhadap bauran pemasaran dalam upaya meningkatkan partisipasi belanja anggota, diharapkan adanya perbaikan dalam pelaksanaan terutama pada unsur pilihan rasa, keragaman produk, kualitas produk, harga yang ditetapkan dan harga dibanding pesaing.

5.2. Saran - Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan di atas, maka diajukan beberapa saran dalam rangka untuk meningkatkan partisipasi belanja anggota. Saran-saran yang dapat dikemukakan sebagai suatu masukan adalah sebagai berikut:

1. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat memperhatikan faktor lain seperti bauran pemasaran, kondisi persaingan pada bauran ritel.
2. Koperasi agar selalu berupaya menyediakan keragaman produk yang ditawarkan kepada anggota dengan cara menyediakan barang yang selalu dicari oleh anggota dengan begitu karyawan harus lebih memahami kebutuhan anggota barang apa yang selalu mereka cari sehingga dapat menyediakan, hal tersebut dilakukan agar anggota mendapatkan produk sesuai apa yang diinginkan atau mereka butuhkan.
3. Koperasi dapat melakukan upaya-upaya yang harus dilakukan untuk meningkatkan partisipasi belanja anggota dengan memberikan pelayanan belanja online agar anggota yang tidak sempat berbelanja atau jarak yang jauh

dapat berbelanja ke koperasi. Koperasi bisa membuat aplikasi atau memanfaatkan aplikasi marketplace yang sudah ada atau supaya lebih mudah dapat memesan melalui WhatsApp serta koperasi dapat bekerja sama dengan jasa antar barang untuk mengantarkan barang sampai pada pembeli.

