

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Kesesuaian Pengadaan Barang Dagang Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan Studi Kasus Unit Minimarket Koperasi Konsumen Primkoppol Satbrimob Polda Jabar, maka dapat disimpulkan beberapa poin penting sebagai berikut:

1. Pembelian barang di Unit Minimarket Koperasi Konsumen Primkoppol Satbrimob Polda Jabar belum sepenuhnya memenuhi harapan anggota, terutama dalam hal keragaman produk dan harga.
2. Anggota menilai lokasi, kenyamanan, dan kualitas produk sebagai memuaskan, namun masih diperlukan perbaikan untuk mengoptimalkan aspek-aspek tersebut.
3. Partisipasi anggota yang rendah disebabkan oleh keterbatasan variasi produk, harga yang tidak jauh berbeda dengan pasar umum, dan kurangnya promosi atau program khusus untuk anggota.
4. Manajemen stok yang tidak konsisten telah menyebabkan kelangkaan stok produk tertentu secara berkala, sehingga mempengaruhi kepuasan anggota dan minat berbelanja.

#### **5.2 Saran-Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran yang dibuat oleh peneliti berdasarkan penelitian yang telah dilakukan:

1. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti lebih dalam mengenai kesesuaian pengadaan barang dagang, termasuk hal-hal yang diharapkan oleh konsumen untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan.
2. Disarankan kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti faktor-faktor lain selain kesesuaian pengadaan barang dagang yang mempengaruhi partisipasi anggota sebagai pelanggan.
3. Tingkatkan variasi barang dagangan agar sesuai dengan kebutuhan dan preferensi anggota, terutama untuk produk yang paling diminati.
4. Implementasikan harga khusus atau diskon untuk anggota agar lebih kompetitif dibandingkan pasar umum.
5. Perbaiki sistem manajemen persediaan untuk memastikan ketersediaan produk dan mengurangi kekurangan stok.
6. Optimalkan jam operasional dan sediakan layanan tambahan seperti pemesanan produk melalui telepon atau online.
7. Tingkatkan promosi dan program loyalitas anggota untuk mendorong kebiasaan berbelanja di koperasi.