

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang transformasi komunikasi digital dalam upaya meningkatkan pemasaran produk kopi pada Koperasi Buana Walatra Sejahtera yang di dapatkan melalui wawancara dan beberapa catatan lapangan yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Mekanisme pemasaran produk kopi di Koperasi Buana Walatra Sejahtera berjalan secara terintegrasi mulai dari tahap hulu hingga hilir. Koperasi tidak hanya berperan sebagai pembeli hasil panen petani, tetapi juga sebagai pengolah biji kopi menjadi dua bentuk produk utama, yaitu kopi bubuk kemasan dan kopi siap saji (*ready to drink*), sehingga mampu memberikan nilai tambah pada produk. Pemasaran dilakukan kepada target konsumen umum maupun pelanggan tetap, termasuk instansi dan cafe , yang menjadi segmen pasar inti dan memberikan kontribusi stabil terhadap penjualan. Sistem informasi produk kopi juga berfungsi menyediakan data produk dan harga kepada konsumen serta menyalurkan umpan balik konsumen kepada koperasi untuk evaluasi berkelanjutan. Dengan demikian, mekanisme pemasaran yang diterapkan koperasi menunjukkan adanya integrasi antara produksi, distribusi, transaksi, dan evaluasi konsumen, yang secara keseluruhan memperkuat keberlanjutan usaha produk kopi.
2. Komunikasi digital berperan sangat penting dalam meningkatkan pemasaran produk kopi di Koperasi Buana Walatra Sejahtera. Pemanfaatan media sosial

dan platform *e-commerce* seperti Instagram, Shopee, dan PaDi UMKM terbukti mampu mempercepat proses *branding*, meningkatkan *brand awareness*, serta memperluas jangkauan konsumen tanpa batasan geografis. Komunikasi digital juga membuka ruang interaksi dua arah antara koperasi dan konsumen melalui ulasan, komentar, maupun penilaian bintang, yang tidak hanya menjadi bentuk apresiasi, tetapi juga berfungsi sebagai masukan konstruktif untuk perbaikan kualitas produk. Selain itu, komunikasi digital mendukung transparansi dan keterbukaan informasi mengenai produk, kualitas, harga, dan ketersediaan, sehingga memperkuat kepercayaan konsumen terhadap koperasi. Hal ini sekaligus memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan setia, baik dari kalangan individu maupun mitra usaha seperti cafe, serta memberi peluang untuk menjangkau konsumen umum secara lebih luas.

3. Transformasi komunikasi digital pada Koperasi Buana Walatra Sejahtera dalam memasarkan produk kopi dilakukan sebagai bentuk adaptasi terhadap perkembangan zaman dan kebutuhan meningkatkan daya saing. Perubahan ini terlihat dari pergeseran saluran pemasaran yang semula hanya mengandalkan cara konvensional, seperti pemasok cafe, pameran, dan *word of mouth*, sekarang dapat memanfaatkan platform digital melalui *e-commerce* (PaDi UMKM dan Shopee) serta media sosial (Instagram). Transformasi ini membawa dampak positif berupa peningkatan *brand awareness*, perluasan jangkauan pasar, peningkatan visibilitas produk *speciality coffee*, serta terbukanya ruang interaksi dua arah dengan konsumen. Namun, penelitian ini juga menemukan adanya kendala utama berupa keterbatasan sumber daya manusia yang belum fokus dan

konsisten dalam mengelola pemasaran digital. Hal ini berdampak pada rendahnya intensitas interaksi dengan konsumen, belum optimalnya pembuatan konten, serta terbatasnya peningkatan transaksi penjualan di platform digital.

Maka dari itu, meskipun transformasi komunikasi digital telah memberikan manfaat bagi koperasi, keberhasilannya masih memerlukan dukungan pengelolaan yang lebih profesional dan berkesinambungan agar dapat sepenuhnya mengoptimalkan peluang pemasaran digital di era persaingan industri kopi yang semakin kompetitif.

4. Upaya manajerial yang perlu dilakukan Koperasi Buana Walatra Sejahtera untuk meningkatkan kapasitas dan kompetensi sumber daya manusia baik melalui rekrutmen tenaga yang berkompeten di bidang digital marketing maupun pelatihan internal yang berkesinambungan. Selain itu, koperasi perlu menetapkan pembagian tugas yang jelas, jadwal konten yang konsisten, serta mekanisme evaluasi berbasis data agar dapat berjalan lebih efektif. Interaksi dua arah dengan konsumen melalui ulasan, testimoni, maupun komentar juga harus dikelola secara responsif untuk meningkatkan kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas konsumen. Dengan penerapan upaya manajerial tersebut secara terstruktur dan berkelanjutan, Koperasi Buana Walatra Sejahtera berpotensi memaksimalkan transformasi komunikasi digital sebagai pemasaran yang efektif. Hal ini tidak hanya akan memperkuat citra merek dan meningkatkan daya saing koperasi di pasar digital, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan usaha serta peningkatan kesejahteraan ekonomi anggota.

## 5.2 Saran-Saran

Berdasarkan penelitian yang telah yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat diajukan saran-saran berikut:

### **5.1.1 Saran Teoritis**

Disarankan pada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai Strategi Komunikasi Digital dalam upaya meningkatkan pemasaran agar diketahui perkembangan transformasi yang dilakukan menggunakan platform digital. Kemudian dalam penelitian lebih mendalam pada sasaran wawancara dan melakukan deskripsi dengan telaah studi kepustakaan yang baru dan relevan.

### **5.1.2 Saran Praktis**

Berdasarkan hasil penelitian dan telah berkesimpulan. Peneliti berupaya memberikan saran yang bisa dipertimbangkan berhubungan dengan variable yang peneliti bahas bermaksud memberikan masukan praktis untuk Koperasi Buana Walatra Sejahtera dalam proses keberlangsungan koperasi kedepannya.

1. Sebaiknya Koperasi Buana Walatra Sejahtera dapat memperhatikan perencanaan yang matang guna apabila ada hal yang harus segera dilaksanakan agar dapat berjalan sesuai dengan target dan kemampuan yang ada. Selain itu, perluasan segmen konsumen dapat dilakukan melalui diversifikasi produk serta promosi yang lebih aktif kepada pasar umum, sehingga tidak hanya bergantung pada pelanggan tetap.
2. Sebaiknya Koperasi Buana Walatra Sejahtera menyegearkan untuk melaksanakan RAT dan tidak menunda supaya koperasi mendapatkan nilai sehat

sebagai badan hukum koperasi meskipun koperasi bisa terbilang baru namun kewajibannya tetap harus dijalankan dan dilaksanakan.

3. Sebaiknya Koperasi Buana Walatra Sejahtera merekrut pengurus yang ahli di bidang pemasaran khususnya yang ahli mengelola platform digital, alangkah lebih baiknya pengurus koperasi fokus terhadap perkembangan koperasi agar koperasi tumbuh berkelanjutan. Hal ini penting dilakukan untuk meningkatkan interaksi, menjaga kepercayaan konsumen, sekaligus memperkuat citra positif koperasi di pasar digital.
4. Sebaiknya Koperasi Buana Walatra Sejahtera melakukan penguatan manajemen, terkhusus pada merekrut pengurus atau pegawai sehingga Koperasi Buana Walatra Sejahtera akan mendapatkan pengurus atau pegawai yang berkualitas dan dapat membantu melakukan publisitas produk secara optimal dan dapat mengikuti perkembangan zaman.

**IKOPIN**  
*University*



**IKOPIN**  
University