

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Pelaksanaan penerapan Citra Toko yang dilakukan oleh Unit Perdagangan Koperasi Pegawai Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat “Dewi Sri” ini belum berjalan dengan baik dikarenakan belum maksimalnya pelaksanaan pembentukan Citra Toko yang seharusnya sesuai dengan apa yang diinginkan Anggota pada Unit Perdagangan Koperasi ini.
2. Pelaksanaan terhadap Citra Toko pada Unit Perdagangan Koperasi Pegawai Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat “Dewi Sri” adalah Baik, dan Kepentingan anggota terhadap Citra Toko pada Unit Perdagangan Koperasi ini penting atau dapat dikatakan bahwa Anggota menganggap citra toko koperasi ini sudah baik, akan tetapi ingin lebih baik lagi. Bila dikaitkan dengan Citra Toko Unit Perdagangan, berdasarkan pernyataan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa Citra Toko Unit Perdagangan Koperasi Pegawai Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat “Dewi Sri” ini Baik oleh Anggota.
3. Dengan Pasar Potensial sebesar 69,71 % dari jumlah keseluruhan Jumlah Anggota Koperasi didapati Total Potensi Pasar Koperasi Pegawai Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat “Dewi Sri” dalam 1 Bulan adalah Rp. 360.325.980,00. Dengan begini Koperasi harus lebih bisa

lagi menyediakan Produk yang dibutuhkan oleh Anggota dalam 1 Bulan tiap tahunnya sehingga kebutuhan dari Anggota terpenuhi dan selalu tercapainya Potensi Pasar dalam 1 Bulan atau melebihi dari potensi pasar yang ada.

4. Untuk meningkatkan transaksi Anggota pada Unit Perdagangan Koperasi Pegawai Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat “Dewi Sri” melalui Citra Toko, perlu adanya perbaikan dalam pengelolaan Unit Perdagangan sehingga Citra Toko pada Unit Perdagangan Koperasi ini agar kesan dalam pengalaman berbelanja Anggota menjadi lebih baik dengan cara :
 - a. Berikan layanan terbaik, karena Bagaimanapun juga, pelanggan atau anggota adalah raja. Karyawan dan pengurus perlu memanjakan pelanggan dengan fasilitas dan layanan kelas satu. Dimulai dari saat pelanggan memasuki area Toko Koperasi hingga Anggota selesai berbelanja hingga keluar dari pintu.
 - b. Potong rantai pasokan dan distribusi, Perantara atau intermediasi pasti menciptakan biaya. Makin panjang rantai, makin besar pulang ongkos yang muncul. Potonglah rantai pasokan dan distribusi anda semaksimal mungkin. Bila memungkinkan, dapatkan pasokan langsung dari produsen. Lakukan sendiri distribusi tanpa melalui agen atau distributor.
 - c. Penyebaran informasi mengenai promosi yang sedang berlaku hendaknya dilakukan secara lebih intens dengan metode yang lebih efektif salah satunya menggunakan *social media*.

- d. Iklan dalam bentuk wujud nyata seperti *Banner*, atau Sosial Media juga penting agar Masyarakat Umum atau Non Anggota juga mengetahui Informasi apa yang sedang terjadi pada Unit Perdagangan Koperasi.
- e. Menjual Produk Merek terkenal yang produk tersebut adalah Produk-produk yang berkualitas serta diinginkan oleh Anggota.
- f. diberikan pembatas yang jelas Parkir khusus untuk yang berbelanja di Unit Perdagangan Koperasi ini sebagai pembeda juga antara parkir untuk Koperasi dan Kantor Kedinasan.
- g. Penghias ruangan sebaiknya disesuaikan kembali dengan kebutuhan dan keadaan koperasi saat ini seperti menggunakan konsep minimalis dan modern.

5.2.Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran sebagai masukan untuk Unit Perdagangan Koperasi Pegawai Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat “Dewi Sri” yaitu :

1. Bekerjasama dengan kantin umum yang lokasinya bersebalahan dengan Koperasi Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat “Dewi Sri” untuk men-*supply* barang-barangnya dari Unit Perdagangan Koperasi Pegawai Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat “Dewi Sri” dan ketika Anggota bertransaksi di kantin tersebut, pencatatan terhadap transaksi Anggota masih dilakukan walaupun transaksi tersebut tidak dilakukan secara langsung di Unit Unit Perdagangan Koperasi

ini. Dengan cara tersebut, tentunya akan lebih memudahkan anggota untuk terus bertransaksi.

2. Membedakan harga yang diberikan kepada Anggota dan non anggota, dimana harga yang diberikan kepada Anggota lebih murah dibanding non Anggota.
3. Lebih meningkatkan penyebaran informasi mengenai program-program atau promosi-promosi yang sedang digelar oleh Unit Perdagangan Koperasi Pegawai Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat “Dewi Sri”
4. Memberikan harga yang lebih murah kepada Anggota seperti memberikan potongan harga kepada anggota maupun harga yang jauh lebih murah dibanding dengan pesaing sehingga baik anggota lebih tertarik untuk berbelanja dengan cara Potong rantai pasokan dan distribusi. Atau jika hal tersebut belum memungkinkan untuk dilakukan dapat dilakukan lusi pembulatan pada harga produk yang dijual, Orang menilai tinggi-rendahnya harga dari angka pertama paling kiri.
 - a. Rp 99.000 akan dianggap 90 ribuan. Rp 100.000 akan dianggap 100 ribuan. Sementara dari 90 ke 100 meski hanya beda 10, dianggap lompatan tinggi dari puluhan ke ratusan.
 - b. Efek angka pertama. Rp 1.900 bisa memberi dampak besar dibanding Rp 2.000. Tapi Rp 1.800 akan dianggap sama dengan Rp 1.900 karena digit pertama tidak berubah. Namun Rp 1.500 akan dianggap lebih

mahal dibanding Rp 1.400. Karena Rp 500 adalah satuan bulat mata uang rupiah yang menimbulkan ilusi pembulatan.

- c. Konsumen suka dan merasa puas bila ada uang kembalian.
 - d. Menurut penelitian, angka 9 adalah angka yang atraktif bagi konsumen.
5. Penyebaran informasi mengenai promosi yang sedang berlaku hendaknya dilakukan secara lebih intens dengan metode yang lebih efektif salah satunya menggunakan sosial media. Atau memberikan link website mengenai promosi produk yang ada kepada whatsapp masing-masing Anggota dengan begitu Anggota akan lebih giat memeriksa Informasi Promosi Produk yang ada pada Koperasi.
 6. Karena promosi dan Pemberian Informasi dilakukan hanya kepada Anggota melalui *website* dan Aplikasi, Iklan dalam bentuk wujud nyata seperti *Banner*, atau Sosial Media juga penting agar Masyarakat Umum atau Non Anggota juga mengetahui Informasi apa yang sedang terjadi pada Unit Perdagangan Koperasi.
 7. Produk Merek-merek terkenal harus benar merupakan produk yang memang benar berkualitas dan yang diinginkan oleh Anggota. Karena Anggota lebih mengutamakan Fungsi dan Kualitas Produk yang dijual, jika Merek Terkenal tetapi Fungsi dan Kualitas Produk yang diberikan tidak sesuai keinginan Anggota maka Anggota juga malas untuk berbelanja dan bertransaksi ke Koperasi.
 8. Keberuntungan Unit Perdagangan Koperasi ini adalah berada di lahan parkir utama Kantor Dinas Tanaman, Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa