

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

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

- 1) Media sosial Instagram Kopma BS UPI dibuat pada tanggal 27 Maret 2017 dimana *feed* atau tampilannya didesain untuk memberikan kesan rapih, sejajar serta kesan estetik dengan warna yang seragam dan akan diganti secara bertahap untuk menarik perhatian *audiens*. Memiliki konten yang disesuaikan dengan adanya kegiatan dan atau keperluan dari Kopma BS UPI dan dalam waktu mempostingnya, admin yang merupakan pengurus koperasi bagian hubungan masyarakat menyesuaikan dengan banyaknya anggota dan atau pengikut yang mengakses Instagram.
- 2) Tanggapan yang diberikan oleh anggota yang merupakan *followers* Instagram Kopma BS UPI terhadap penggunaan media sosial Instagramnya dalam unsur *context* berada pada kriteria sangat baik dan pada unsur *communication*, *collaboration* dan *connection* berada pada kriteria baik dan hal tersebut diharapkan dapat dipertahankan atau bahkan ditingkatkan.
- 3) Adanya hubungan yang cukup kuat antara penggunaan media sosial Instagram dengan partisipasi anggota sebagai pelanggan yaitu sebesar 0,479.

- 4) Upaya-upaya yang harus dilakukan dalam meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan melalui media sosial Instagramnya adalah dengan mempertahankan pencapaian yang dirasa baik kemudian menambahkan promo-promo yang menarik anggota untuk berpartisipasi dengan melakukan inovasi baru dan mengikuti perkembangan tren yang ada serta adanya komunikasi yang lebih interaktif antara koperasi dengan para anggotanya.

## 5.2. Saran-Saran

Dengan adanya kesimpulan tersebut maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI sebagai berikut:

- 1) Memberikan promosi-promosi yang merata dalam setiap unit usahanya sehingga tidak adanya ketidakadilan dalam melakukan promosi dimana koperasi hanya lebih sering memberikan promosi pada Unit Usaha BS-*Canteen* saja. Koperasi bahkan dapat memberikan promosi secara lebih dalam kepada unit usaha yang memberikan kontribusi dalam partisipasi anggota paling sedikit seperti BS-*rent and production* atau BS-*catering and cakes*.
- 2) Menyebarluaskan dan memberikan sosialisasi koperasi di UPI terlebih pada FPSD (Fakultas Pendidikan Seni dan Desain) sehingga anggota pada fakultas tersebut dapat bertambah dan Kopma BS UPI dapat membuat komisariat pada fakultas tersebut.

- 3) Dapat melakukan pelayanan koperasi yang tidak terbatas akan waktu dimana adanya media sosial dapat menjangkau anggota yang lebih luas bahkan yang sudah lulus sekalipun
- 4) Membuat dan menggunakan aplikasi yang dapat diakses oleh anggota sehingga dapat mengetahui bagaimana partisipasinya dan keuangan koperasi secara lebih detail dan menyeluruh tanpa harus datang ke koperasi
- 5) Selalu melakukan perubahan dengan menggunakan media sosial yang baru dan yang banyak digunakan oleh anggota maupun calon anggota.
- 6) Melakukan pencatatan transaksi anggota secara komputerisasi sehingga tidak terjadi antrian yang panjang dan membuat anggota malas menulis transaksinya dalam buku transaksi.
- 7) Membuat keterangan nama-nama disetiap unit usaha secara jelas sehingga untuk anggota ataupun calon anggota bahkan pengunjung UPI dapat melihatnya melalui tempat duduk dan dapat melakukan transaksi tanpa merasa kebingungan.

IKOPIN