

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada unit warung Koperasi Keluarga Balai Besar Keramik mengenai pengaruh bauran eceran terhadap transaksi anggota dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Penilaian terhadap pelaksanaan bauran eceran Koperasi Keluarga Balai Besar Keramik **baik**, dengan nilai rata rata pencapaian sebesar 221.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara bauran eceran terhadap transaksi pembelian anggota, dilakukan dengan menggunakan analisis uji *Spearman rank correlation*. Dengan hasil Nilai korelasi antara variabel X dan variabel Y sebesar 0,74. Dari hasil tersebut, variabel Y dipengaruhi oleh variabel X sebesar 54,8% dan sisanya 45,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Berdasarkan kriteria tersebut, terdapat pengaruh yang **cukup** antara bauran eceran dengan transaksi pembelian anggota.
3. Dari hasil penilaian skoring mengenai pentingnya bauran eceranya itu **penting** dengan total skor 216,9
4. Dalam upaya meningkatkan transaksi anggota koperasi dapat melakukan berbagai cara yaitu memperbaiki bauran eceran yang dinilai anggota kurang baik.

5.2 Saran

1. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Pada kegunaan pengembangan ilmu pengetahuan diharapkan pada seluruh pembaca, maupun peneliti dan pengembangan ilmu manejemen terutama pada ilmu manejemen bisnis sebagai referensi atau menjadi gagasan untuk melakukan penelitian dengan topik yang sama namun berbeda metode.

2. Aspek Guna Laksana

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis dapat memberikan saran-saran yang diharapkan dapat membantu unit warung Koperasi KBBK, terutama dalam meningkatkan transaksi anggota :

1. Perlu adanya penetapan harga yang berbeda antara anggota dan non anggota.
2. Menyediakan persediaan produk yang cukup dan kualitas yang baik agar permintaan konsumen/anggota dapat terpenuhi.
3. Perlu adanya penataan produk yang memungkinkan konsumen/anggota dapat dengan mudah memilih barang yang mereka inginkan.
4. Perlu adanya pencatatan transaksi pembelian konsumen/anggota yang jelas pada setiap transaksi.
5. Dalam operasional unit warung sebaiknya memiliki aturan yang harus dilaksanakan oleh karyawan unit warung untuk melayani pelanggan (anggota) dengan baik.

6. Pengurus atau manajer harus mempromosikan unit warung dengan menggunakan media social. Contoh: Instagram, Whatsapp.
7. Tenaga kerja harus diberikan skill bagaimana mengelola warung dan pengetahuan produk.



IKOPIN