

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai hubungan promosi dan volume penjualan pada KUD Sarwa Mukti, maka dapat diambil kesimpulan adalah sebagai berikut:

1. Promosi pada KUD Sarwa Mukti mendapatkan kriteria “Cukup Baik”, hal tersebut dikarenakan fungsi dari promosi seperti memberikan informasi (*informing*), membujuk (*persuading*), mengingatkan (*reminding*), menambah nilai (*adding value*), dan mendamping (*assisting*) masih dirasa kurang oleh anggota karena anggota masih belum merasakan fungsi dari promosi tersebut pada unit usaha Waserda, seperti kurangnya mendorong anggota untuk bertransaksi di unit usaha waserda, kurangnya memberikan manfaat dari produk yang dijual kepada anggota, kurangnya memberikan informasi tentang produk apa saja yang telah disediakan dan diperlukan oleh anggota pada unit usaha Waserda, kurangnya pemahaman secara jelas kepada anggota tentang kelebihan dari produk yang dijual di unit usaha Waserda sehingga anggota lebih memilih membeli di toserba dibandingkan di koperasi dan kurangnya meningkatkan pelayanan sikap ramah dari karyawan koperasi kepada anggota di unit usaha Waseda.
2. Volume penjualan pada KUD Sarwa Mukti mendapatkan kriteria “Cukup Baik”, dikarenakan koperasi kurang meningkatkan volume penjualan untuk meningkatkan kuantitas keragaman produk pada unit usaha Waserda, koperasi

kurang meningkatkan perolehan laba tertentu dari banyaknya produk yang terjual untuk meningkatkan volume penjualan unit usaha Waserda, kurangnya promosi dalam meningkatkan pertumbuhan penjualan sehingga koperasi tidak mempunyai ke-khasan produk sendiri, kurangnya kebutuhan dan keinginan anggota sehingga anggota lebih memilih untuk membeli di toserba atau warung terdekat dibandingkan di unit usaha Waserda.

3. Adanya hubungan yang positif antara variabel promosi terhadap variabel volume penjualan. Penelitian yang telah dilakukan membuktikan hubungan yang signifikan.

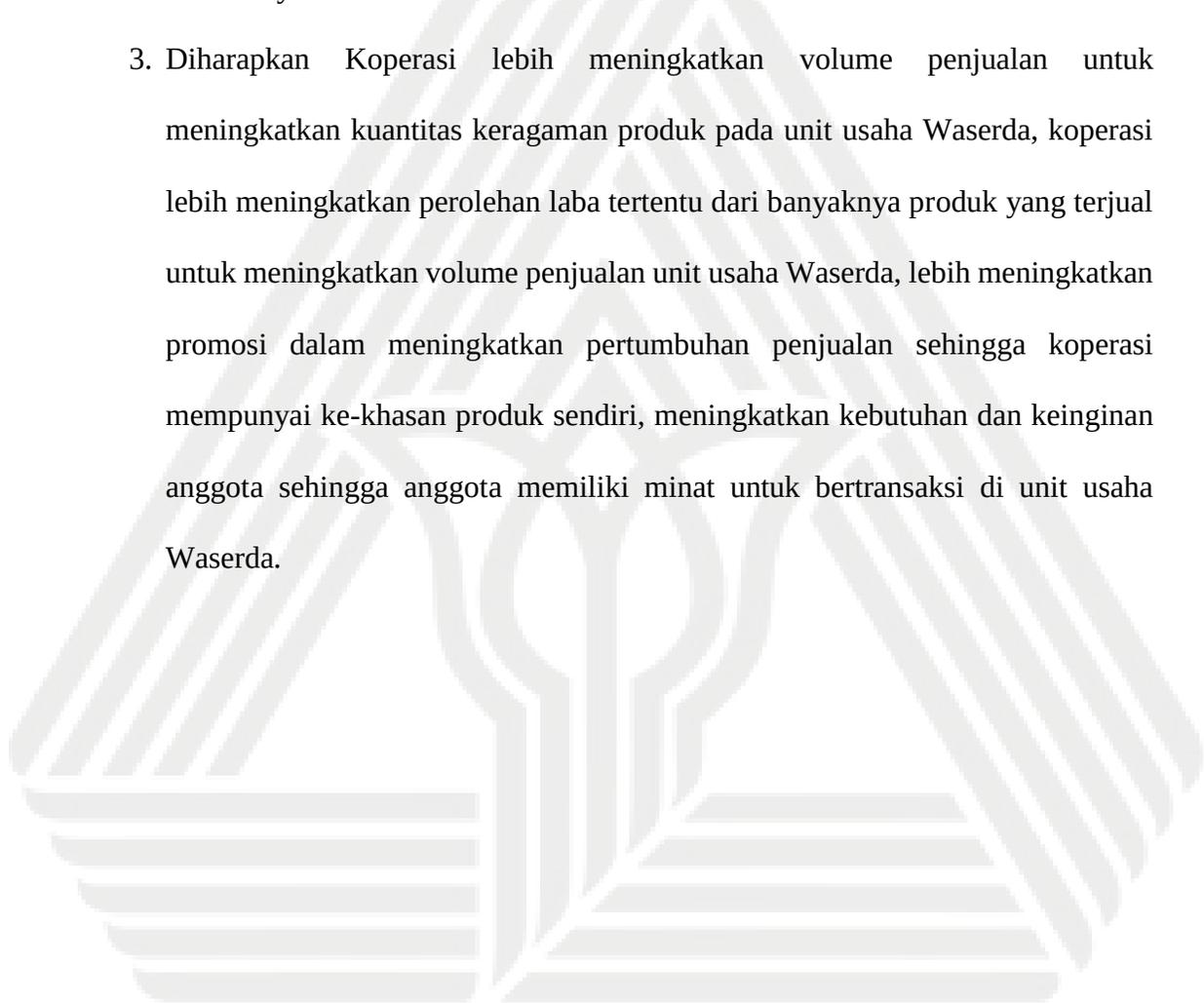
## **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan, maka penulis memberikan saran yang sekitarnya dapat menjadi bahan pertimbangan mengenai promosi terhadap volume penjualan. Adapun saran-saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan ilmu pengetahuan khususnya yang terkait dengan promosi dan volume penjualan. Serta dapat menjadi dasar bahan pengujian untuk penelitian lebih lanjut dan lebih mendalam tentang permasalahan yang terkait.
2. Diharapkan koperasi lebih mendorong anggotanya untuk bertransaksi di unit usaha waserda, lebih memberikan manfaat dari produk yang dijual kepada anggota, lebih memberikan informasi tentang produk apa saja yang telah disediakan dan diperlukan oleh anggota pada unit usaha Waserda, memberikan pemahaman secara jelas kepada anggota tentang kelebihan dari produk yang dijual di unit usaha Waserda sehingga anggota memiliki minat untuk

bertransaksi dikoperasi dan meningkatkan pelayanan dengan sikap ramah dari karyawan koperasi kepada anggota di unit usaha Waseda sehingga anggota dapat merasa nyaman untuk bertransaksi di unit usaha Waserda.

3. Diharapkan Koperasi lebih meningkatkan volume penjualan untuk meningkatkan kuantitas keragaman produk pada unit usaha Waserda, koperasi lebih meningkatkan perolehan laba tertentu dari banyaknya produk yang terjual untuk meningkatkan volume penjualan unit usaha Waserda, lebih meningkatkan promosi dalam meningkatkan pertumbuhan penjualan sehingga koperasi mempunyai ke-khasan produk sendiri, meningkatkan kebutuhan dan keinginan anggota sehingga anggota memiliki minat untuk bertransaksi di unit usaha Waserda.



IKOPIN