

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Simpulan

Penelitian ini mengkaji pengaruh antara variable produk, harga dan partisipasi terhadap loyalitas dengan keterikatan sebagai variable intervening. Ketujuh hipotesis dalam penelitian ini, lima hipotesis diterima dan dua hipotesis ditolak, hal ini dapat memberikan pemahaman secara luas mengenai hubungan semua variable tersebut. Kesimpulan dalam penelitian ini menjawab semua pertanyaan penelitian.

1. Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterikatan.
2. Harga berpengaruh tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterikatan
3. Partisipasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterikatan
4. Keterikatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas
5. Keterikatan dapat memediasi pengaruh antara produk terhadap loyalitas
6. Keterikatan tidak dapat memediasi pengaruh antara harga terhadap loyalitas
7. Keterikatan dapat memediasi pengaruh antara partisipasi terhadap loyalitas

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Temuan ini berkontribusi pada literatur *marketing mix* (produk, harga), keterikatan, partisipasi dan loyalitas

- a. Penelitian sebelumnya telah menguji secara terpisah hubungan antara produk, harga, partisipasi, keterikatan, loyalitas dalam literatur. Namun, penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut dengan menyelidiki bagaimana keterikatan berperan sebagai mediasi antara produk, harga, partisipasi dan keterikatan terutama dalam konteks lembaga keuangan non-Bank yakni Koperasi Simpan Pinjam.
- b. Penelitian ini mengonfirmasi Teori Marketing Mix yang diperkenalkan oleh Jerome McCarthy pada tahun 1960, yang menjelaskan bahwa terdapat empat elemen utama yang dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Dalam konteks ini, konsep marketing mix diperluas dengan menambahkan partisipasi sebagai salah satu elemen yang dapat membangun keterikatan (*attachment*) pelanggan. Keterikatan memediasi hubungan antara elemen marketing mix dan loyalitas pelanggan, menciptakan efek jangka panjang terhadap keputusan pelanggan. Dalam konteks koperasi simpan pinjam, *marketing mix* dapat diaplikasikan untuk memahami bagaimana keterikatan berperan memediasi antara produk, harga, partisipasi terhadap loyalitas.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini memiliki sejumlah implikasi praktis bagi koperasi simpan pinjam berkaitan dengan peningkatan loyalitas anggota koperasi.

a. Berdasarkan simpulan penelitian maka dapat dirumuskan bagi Koperasi Simpan Pinjam dalam meningkatkan loyalitas anggota yakni dengan meningkatkan produk/layanan KSP melalui :

- 1) Tabungan koperasi yang sesuai dengan kebutuhan anggota, produk yang lebih beragam, dan variasi produk yang bisa disesuaikan atau *customize* sesuai dengan keinginan anggota
- 2) Pinjaman koperasi yang sesuai dengan kebutuhan anggota, produk yang lebih beragam, dan variasi produk pinjaman yang bisa disesuaikan atau *customize* sesuai dengan keinginan anggota
- 3) Meningkatkan Transaksi yang cepat dan mudah dengan menggunakan aplikasi digital agar proses transaksi bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun 1x24 jam, memperbanyak mitra layanan agar transaksi bisa dilakukan diberbagai mitra yang tersebar.
- 4) Meningkatkan layanan yang berorientasi pada pelanggan dengan meningkatkan kapasitas staff secara lebih ramah, pendekatan personal, dan menjadi *problem solver* dari permasalahan yang dihadapi oleh anggota
- 5) Meningkatkan kecepatan pengajuan pinjaman dengan mudah dengan mengintegrasikan pada teknologi digital/aplikasi sehingga anggota bisa melakukan

pengajuan 1x24 jam, penilaian resiko yang fisien, *pre approval system*, menyediakan layanan prioritas serta menerapkan proses verifikasi terpadu.

6) Meningkatkan penarikan tabungan yang diproses dengan cepat dengan cara digitalisasi dan otomatisasi, menerapkan system validasi data otomatis, proses persetujuan cepat, rekening bank yang terintegrasi serta transaksi *real-time*

7) Meningkatkan pencairan pinjaman diproses dengan cepat dengan cara prosedur persetujuan yang disederhanakan, system penilaian resiko kredit otomatis, digitalisasi proses persetujuan dan memperpanjang jam layanan.

8) Meningkatkan informasi yang mencukupi terkait variasi produk dengan cara membangun website yang komprehensif, mencetak brosur dan materi promo serta menyediakan sesi informasi dan edukasi

9) Meningkatkan ketrampilan staf koperasi terhadap permintaan pelanggan dengan melakukan pelatihan layanan berbasis pelanggan, menerapkan system penghargaan dan insentif, memberlakukan SOP, menyediakan layanan multi channel, serta mengolah informasi *feedback* yang diterima oleh koperasi

b. Berdasarkan simpulan penelitian maka dapat dirumuskan bagi Koperasi Simpan Pinjam dalam meningkatkan loyalitas anggota yakni dengan meningkatkan Harga yang diberlakukan KSP melalui :

1) Menerapkan suku bunga tabungan dan pinjaman dan biaya administrasi yang cukup kompetitif dengan competitor dengan cara melakukan efisiensi operasional, promosi keanggotaan. Serta inovasi produk keuangan dan benchmarking dengan competitor.

2) Menyediakan informasi mudah diakses oleh anggota melalui website resmi, brosur maupun social media lainnya sehingga tidak ada biaya yang tersembunyi yang tidak di informasikan kepada anggota.

c. Berdasarkan simpulan penelitian maka dapat dirumuskan bagi Koperasi Simpan Pinjam dalam meningkatkan loyalitas anggota yakni dengan meningkatkan partisipasi yang diberlakukan KSP melalui :

1) Meningkatkan partisipasi permodalan dalam bentuk simpanan wajib dan meningkatkan partisipasi menggunakan produk dengan cara meningkatkan edukasi berkelanjutan dan sosialisasi, memberikan insentif atas partisipasi dalam bentuk loyalty program serta diversifikasi instrument deviden yang kompetitif

- 2) Meningkatkan partisipasi kehadiran anggota RAT melalui membangun pentingnya kehadiran RAT, memberikan insentif bagi yang hadir, diselenggarakan secara hybrid secara *online* dan *offline*, menyelenggarakan RAT secara efisien
- 3) KSP perlu meningkatkan kemampuan anggota dalam membaca dan menyimak RAT dengan cara memberikan edukasi bagaimana membaca laporan secara baik dan benar, menyajikan hasil laporan RAT dalam bentuk infografis yang mudah dipahami serta mudah diakses
- 4) Dalam meningkatkan loyalitas KSP juga perlu memberikan ruang bagi anggota memberikan aspirasi secara terbuka dengan memberikan kesempatan yang luas kepada anggota, serta meningkatkan aktivitas pada program program yang diselenggarakan oleh KSP baik dalam perayaan hari raya maupun kegiatan hari koperasi dan lainnya
- 5) KSP perlu menyelenggarakan berbagai program kegiatan sebagai ruang berkumpul diantara anggota dalam meningkatkan loyalitas dan rasa kepemilikan yang tinggi seperti kegiatan hari koperasi, hari keagamaan, dan hari besar lainnya.

- 6) Dalam rangka menyerap aspirasi dari anggota, KSP perlu memfasilitasi berbagai sarana dan ruang bagi anggota memberikan kritik dan saran

C. Keterbatasan Penelitian dan Rekomendasi

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, meskipun data dikumpulkan dari berbagai Koperasi Simpan Pinjam di Indonesia, keberagaman kondisi sosial, ekonomi, dan budaya antar wilayah mungkin belum sepenuhnya terwakili. Hal ini dapat memengaruhi generalisasi hasil penelitian untuk seluruh populasi koperasi di Indonesia.

Kedua, metode pengumpulan data melalui kuesioner berbasis digital, seperti Google Form, cenderung lebih mudah diakses oleh anggota koperasi yang memiliki keterampilan teknologi yang baik. Akibatnya, responden dari kelompok yang kurang familiar dengan teknologi digital berpotensi kurang terwakili, sehingga data yang terkumpul mungkin tidak mencerminkan keberagaman populasi secara menyeluruh.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan strategi yang lebih inklusif dalam pengumpulan data, seperti memadukan metode digital dan langsung, serta menyempurnakan instrumen pengukuran untuk memastikan hasil penelitian yang lebih representatif dan akurat.