

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen *onlineshop*

- Variasi jenis produk yang ditawarkan (Dress, rok, sweater, baju atasan)
- Variasi model produk yang ditawarkan
- Variasi warna yang ditawarkan
- Kelengkapan ukuran
- Kerapihan jahitan
- Kerapihan plastik pengemasan untuk mengirim produk
- Detail foto produk yang jelas (tampak depan, belakang)
- Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk
- Harga yang bersaing dengan onlineshop yang lain
- Kejelasan daftar harga yang ditawarkan
- Kemenarikan program diskon yang diberikan kepada konsumen setiap hari Raya
- Kemenarikan program diskon yang diberikan setiap bulan
- Kemudahan Pembayaran
- Tampilan iklan yang menarik di sosial media
- Keramahan pegawai dalam melayani konsumen
- Kecepatan respon pegawai kepada konsumen
- Pengetahuan pegawai tentang produk
- Pegawai yang meyakinkan konsumen untuk berbelanja di CDCmodels
- Ketepatan pengiriman produk kepada konsumen
- Info tentang produk terbaru yang dikeluarkan
- Kecepatan pengembalian uang jika barang ternyata habis
- Jaminan atau masa garansi terhadap produk

- Kejelasan akan keberadaan produk yang telah dibeli konsumen
- Kemudahan mencari info tentang toko online
- Kejelasan info tentang sisa baju yang tersedia
- Kejelasan info tentang barang yang sedang kosong atau habis
- Keluasan jangkauan penjualan toko online (nasional, internasional)
- Tampilan media sosial yang menarik

2. *Segmentation, Targeting, Possitioning (STP)*

- ***Segmentation***

Berdasarkan hasil segmentasi yang ada, didapatkan konsumen yang menjadi target pasar yaitu kalangan remaja hingga dewasa yang berusia dari <18 tahun – 47 tahun, sering menggunakan media sosial, mempunyai beberapa aplikasi media sosial seperti instagram, menyukai model pakaian yang *fashionable* dengan harga yang terjangkau, konsumen yang menyukai baju atasan, sweater, jaket, dress dan sering membeli 2 kali pakaian dalam 1 bulan dengan kisaran harga < Rp 100.000 – Rp 150.000.

- ***Targeting***

Target pasar antara lain :

- Konsumen wanita, namun tidak menutup kemungkinan jika target pasar juga adalah pria.
- Berusia 19 tahun – 47 tahun
- Mengetahui CDCmodels dari media sosial
- Model pakaian dengan *fashion* terkini
- Lebih mengutamakan model/*desain* dan harga dalam membeli pakaian
- Semua jenis pakaian (Baju atasan, Jaket, Sweater, Dress)
- Membeli pakaian sebanyak 2 kali dalam 1 bulan
- Pakaian dengan kisaran kurang dari Rp 100.000 yaitu (Rp 45.000) dan Rp 100.000 – Rp 150.000
- Memberikan informasi yang jelas tentang pakaian

- ***Positioning***

Berdasarkan data segmentasi, maka *Onlineshop* CDCmodels dapat memposisikan diri untuk melayani konsumen dari kalangan umur <18 tahun – 47 tahun dengan target kalangan wanita dan dapat memberikan produk sesuai dengan *fashion* terkini.

Selain itu juga sebaiknya *Onlineshop* CDCmodels dapat menonjolkan kelebihanannya dibandingkan *Onlineshop* lain. CDCmodels dapat memposisikan dirinya sebagai *Onlineshop* yang baik dari kualitas bahan dan kerapihan jahitan, unik dari variasi jenis produk, model dan warna yang ditawarkan, aman dari ketepatan pengiriman, kecepatan penukaran barang dan kecepatan pengembalian uang dan berteman. Slogan yang dapat digunakan untuk mewakili *Onlineshop* CDCmodels adalah “GUESS\$ = Good, Unique, Safe”.

3. Tingkat kepentingan dan kinerja CDCmodels dari hasil penelitian adalah :

- Pada kuadran I, kinerja *Onlineshop* CDCmodels mengenai atribut yang terdapat pada kuadran I ini dibawah rata-rata, namun tingkat kepentingan konsumen akan atribut tersebut diatas rata-rata. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran I adalah :
 - Kelengkapan ukuran
 - Detail foto produk yang jelas (tampak depan, belakang)
 - Info tentang produk terbaru yang dikeluarkan
 - Jaminan atau masa garansi terhadap produk
- Pada kuadran II kinerja *Onlineshop* CDCmodels mengenai atribut yang terdapat pada kuadran ini diatas rata-rata, begitupun halnya dengan tingkat kepentingan konsumen. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran II adalah :
 - Kerapihan jahitan
 - Kualitas bahan

- Harga yang bersaing dengan *Onlineshop* yang lain
- Kejelasan daftar harga yang ditawarkan
- Kemudahan Pembayaran
- Keramahan pegawai dalam melayani konsumen
- Kecepatan respon pegawai kepada konsumen
- Pegawai yang meyakinkan konsumen untuk berbelanja di CDCmodels
- Ketepatan pengiriman produk kepada konsumen
- Kecepatan Penukaran produk jika ada yang cacat (Jika tidak pernah jangan di ceklis)
- Kejelasan info tentang sisa baju yang tersedia
- Kejelasan info tentang produk yang sedang kosong atau habis
- Keluasan jangkauan penjualan toko online (nasional, internasional)
- Pada kuadran tiga, kinerja *Onlineshop* CDCmodels mengenai atribut yang terdapat pada kuadran III ini dibawah rata-rata, dan tingkat kepentingan konsumen akan atribut ini dibawah rata-rata. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran III adalah :
 - Kemenarikan program diskon yang diberikan setiap bulan
 - Tampilan iklan yang menarik di sosial media
 - Kejelasan akan keberadaan produk yang telah dibeli konsumen
 - Kemudahan mencari info tentang toko online
- Pada kuadran empat kinerja *Onlineshop* CDCmodels mengenai atribut yang terdapat pada kuadran IV ini diatas rata-rata, namun tingkat kepentingan konsumen ini dibawah rata-rata. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran IV adalah :
 - Variasi jenis produk yang ditawarkan (Dress, rok, sweater, baju atasan)
 - Variasi model produk yang ditawarkan
 - Variasi warna yang ditawarkan
 - Kerapihan plastik pengemasan untuk mengirim produk
 - Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk

- Kemeranian program diskon yang diberikan kepada konsumen setiap hari raya
- Pengetahuan pegawai tentang produk
- Kecepatan pengembalian uang jika produk ternyata habis (Jika tidak pernah jangan di ceklis)
- Tampilan media sosial yang menarik

4. Kelemahan dan kelebihan CDCmodels dibandingkan dengan *onlineshop* lain yaitu :

❖ Kelebihan

- Variasi jenis produk yang ditawarkan (Dress, rok, sweater, baju atasan)
- Variasi model produk yang ditawarkan
- Variasi warna yang ditawarkan
- Kerapihan jahitan
- Kualitas bahan
- Kerapihan plastik pengemasan untuk mengirim produk
- Harga yang bersaing dengan *onlineshop* yang lain
- Kejelasan daftar harga yang ditawarkan
- Kemudahan Pembayaran
- Keramahan pegawai dalam melayani konsumen
- Pengetahuan pegawai tentang produk
- Pegawai yang meyakinkan konsumen untuk berbelanja di CDCmodels
- Ketepatan pengiriman produk kepada konsumen
- Kecepatan Penukaran barang jika ada yang cacat
- Kecepatan pengembalian uang jika barang ternyata habis (Jika tidak pernah jangan di ceklis)
- Kejelasan info tentang barang yang sedang kosong atau habis
- Tampilan media sosial yang menarik

❖ Kelemahan

- Kelengkapan ukuran
Hanya mempunyai 1 ukuran (all size) setiap model produknya
- Detail foto produk yang jelas (tampak depan, belakang)
Hanya mempunyai foto produk seadanya (hanya mempunyai foto produk dari yang sudah ada)
- Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk
Terkadang produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan harga
- Kemenarikan program diskon yang diberikan kepada konsumen setiap hari raya
Hanya memberikan diskon sedikit 10%
- Kemenarikan program diskon yang diberikan setiap bulan
Tidak ada program diskon setiap bulannya, kecuali diskon akan diberikan hanya untuk produk yang lama
- Tampilan iklan yang menarik di sosial media
Hanya memberikan foto dan video saat pengiriman
- Kecepatan respon pegawai kepada konsumen
Hanya mempunyai 2 admin (Line dan BBM)
- Info tentang produk terbaru yang dikeluarkan
Hanya *update* di instagram saja
- Jaminan atau masa garansi terhadap produk
Sistem pemeriksaan pada produk yang akan dikirim kurang baik dan hanya memberi waktu masa garansi 3 hari setelah barang diterima
- Kejelasan akan keberadaan produk yang telah dibeli konsumen
Tidak pernah *update* tentang keberadaan produk, hanya memberikan nomor resi jika diminta oleh konsumen
- Kemudahan mencari info tentang toko online
Media penjualan hanya dapat dicari di intagram
- Kejelasan info tentang sisa baju yang tersedia
Tidak memiliki halaman yang menunjukkan ketersediaan *stock*

- Keluasan jangkauan penjualan toko online (nasional, internasional)
Tidak menerima pengiriman sampai luar negeri

5. Usulan strategi pemasaran yang dapat diberikan kepada pihak CDCmodels agar dapat menarik minat konsumen.

Untuk meningkatkan kembali penjualan CDCmodels, maka perlu dilakukan beberapa usulan perbaikan yang dapat dipertimbangkan CDCmodels berdasarkan prioritas perbaikan dari hasil pengolahan kuesioner.

Usulan ini disusun berdasarkan prioritas perbaikan dari hasil pengolahan kuesioner yang telah dilakukan. Berikut adalah usulan yang diberikan sesuai prioritas yang telah ditetapkan :

- **Prioritas 1**

- ❖ Membuat size ukuran setiap produk pakaian
- ❖ Mencantumkan rincian ukuran size.
- ❖ Menampilkan foto yang berkualitas (warna, pencahayaan dan *contras*)
- ❖ Membuat katalog produk yang rapih dan menarik
- ❖ Menampilkan foto produk dari bagian depan, belakang dan samping
- ❖ Menampilkan detail foto mulai dari bahan, bordiran, jahitan dan sablonan.
- ❖ Memberi tahu kepada konsumen dengan cara broadcast
- ❖ *Update* mengenai produk yang baru dikeluarkan di setiap media sosial beserta keterangan harga, bahan dan ukuran.
- ❖ CDC Models menjamin proses retur bahkan refund jika kesalahan terjadi dari pihak CDC Models
- ❖ Melakukan pemeriksaan detail seperti kerapihan jahitan, bahan, sablonan dan bordiran

- ❖ Proses retur & refund berlaku berdasarkan peraturan yang sudah di buat seperti:
 - Claim produk dapat dilakukan max 1 minggu produk diterima konsumen
 - Produk cacat dapat diganti dengan produk yang baru dan seluruh biaya penukaran ditanggung oleh CDC Models.
 - Jika produk yang di pesan tidak sesuai deskripsi produk maka konsumen berhak meminta pengembalian dana (refund) hanya untuk harga produk saja tidak termasuk ongkos kirim.

- **Prioritas 2**

- ❖ Memberikan masukan untuk pegawai agar selalu mengecek handphone
- ❖ Memberikan jaringan WIFI yang baik agar proses transaksi berjalan dengan lancar
- ❖ Menambahkan admin baru.
- ❖ Membuat halaman di website tentang baju yang tersedia
- ❖ Memberikan informasi tentang pakaian yang tersedia melalui broadcast di media sosial.
- ❖ Membuat website dengan domain .com agar mudah di akses oleh semua orang di dunia
- ❖ Menerima pengiriman menggunakan jasa ekspedisi DHL, Fedex, UPS & EMS
- ❖ Memperluas jaringan reseller di instagram dengan semua pengguna instagram.

- **Prioritas 3**

- ❖ Memberikan peluang mendapatkan harga yang lebih murah dengan menjadi reseller CDCModels

- ❖ Memberi diskon khusus jika membeli produk dengan jumlah tertentu dalam satu kali transaksi.
- ❖ Membuat kerjasama dengan *Onlineshop* lain untuk saling mempromosikan
- ❖ Memasang iklan-iklan pada setiap media sosial
- ❖ Membuat slogan GSF (*Good, Safe, Friendly*) disetiap iklan agar menarik perhatian konsumen.
- ❖ Memberitahu nomor resi pengiriman beserta cara tracking melalui masing-masing jasa pengiriman yang telah dipilih, agar konsumen dapat mengetahui posisi produk yang dipesan
- ❖ Membuat sistem tentang progres pesanan dari setiap masing-masing konsumen.
- ❖ Membuat peringkat pakaian CDCmodels berada nomor 1 di google, agar pada saat konsumen mengetik pakaian (Jaket, Sweater, Dress, Baju Atasan) di google yang muncul pertama adalah CDCmodels.
- ❖ Menambahkan hastag (#) di instagram seperti #pakaianwanita, #sweater #jaket #bajutasan #dress agar konsumen dapat dengan mudah mencari info di tags instagram.
- ❖ Menggunakan semua aplikasi media sosial, agar konsumen pada saat mencari info toko online dapat mudah diketahui.

- **Prioritas 4**

- Harga Yang Ditawarkan Sesuai Dengan Kualitas Produk
 - ❖ Memberikan harga produk yang tidak terlalu tinggi
 - ❖ Membuat produk dengan kualitas yang lebih baik.
- Kemenarikan program diskon yang diberikan kepada konsumen setiap hari raya

- ❖ Program diskon diberikan pada hari raya lebaran, natal & tahun baru, imlek.

- **Prioritas 5**

- ❖ Melakukan pemeriksaan pada setiap produk yang akan dikirim.
- ❖ Memilih bahan yang berkualitas untuk dijadikan produk sendiri.
- ❖ Dengan membuat produk sendiri, produk yang didapat akan lebih murah dibandingkan harga dari grosir
- ❖ Menampilkan harga disertai keterangan produk
- ❖ Menerima pembayaran menggunakan kartu kredit dan paypal.
- ❖ Memberikan *training* kepada pegawai, tentang bagaimana memberikan respon yang baik kepada konsumen
- ❖ Memberikan *training* kepada pegawai untuk bersikap lebih profesional dalam menghadapi konsumen.
- ❖ Memberikan kepastian kapan pesanan dapat dikirim dengan membuat jadwal pengiriman yang ditampilkan di website
- ❖ Dapat meyakinkan konsumen bahwa pengiriman aman sampai tujuan
- ❖ Langsung menukar dan mengirim produk yang ditukar dengan produk yang benar setelah produk yang ingin ditukar tiba di CDCmodels.
- ❖ Menghapus atau memberikan keterangan pada foto yang dipajang pada saat stok sudah habis.

- **Prioritas 6**

- ❖ Membuat model baru yang berbeda dari produk yang sudah ada
- ❖ Membuat variasi jenis produk dengan fashion terkini

- ❖ Membuat banyak pilihan model di setiap produknya
- ❖ Membuat model pakaian wanita yang *fashionable*
- ❖ Membuat model pakaian berdasarkan kalangan usia remaja sampai dewasa
- ❖ Membuat banyak variasi warna dari setiap model yang dibuat
- ❖ Agar pesenan yang dikirim aman sampai tempat tujuan, maka pengemasan tidak dilakukan dengan lakban melainkan dengan plastik *shield*.
- ❖ Memberikan *training* kepada pegawai tentang deskripsi produk yang benar.
- ❖ Segera meminta nomor rekening dan mentransfer dana yang ingin di refund oleh konsumen.
- ❖ Memilih tampilan atau template yang menarik dan mudah dalam menggunakan website.

6. Tampilan website yang baik untuk CDCmodels :

- ❖ Content
 1. Content Spesifikasi (nama, nomor telepon, alamat, e-mail, dan sebagainya)
 2. Deskripsi produk, ilustrasi, spesifikasi, instruksi pembelian, instruksi pengiriman
 3. Katalog Pakaian
 4. Testimonial
- ❖ Aspek Desain
 1. Warna (Bold atau Subtitle)
 2. Layout yang menarik atau enak dipandang
 3. Web mudah digunakan dan tidak membingungkan konsumen yang datang mengunjungi Web.
 4. Web cepat untuk digunakan (Tidak lambat)
 5. Penggunaan link yang inovatif

6.2 Saran

- Saran untuk CDCmodels
 1. Sebaiknya meningkatkan kualitas produk agar konsumen dapat puas dengan barang yang sudah dibeli.
 2. Sebaiknya CDCmodels mempertimbangkan usulan dari hasil penelitian ini untuk lebih meningkatkan minat pelanggan dalam berbelanja, sehingga penjualan CDCmodels semakin tinggi.
- Saran untuk peneliti selanjutnya
 1. Sebaiknya dilakukan penelitian yang mencakup fasilitas dan lingkungan kerja.
 2. Sebaiknya membuat SOP untuk *Quality Control*
 3. Sebaiknya melakukan *Inventory Control* guna meningkatkan pelayanan pada kelengkapan produk dan ketersediaan produk
 4. Sebaiknya dalam membandingkan onlineshop harus satu yang dijadikan target yang akan dituju untuk dibandingkan
 5. Pemberian kuesioner seharusnya secara langsung.