

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### **5.1 Kesimpulan**

Yomart sebagai minimarket yang cukup memimpin di daerah Sumber, kini sudah beusia empat tahun, tapi kini tergolong dalam kategori toko sakit. Hal ini disebabkan oleh kehadiran supermarket yang belum berusia satu tahun, di daerah tersebut. Secara umum Yomart mengalami penurunan omzet diakibatkan karena penurunan konsumen yang datang berbelanja. Dari hasil wawancara didapati bahwa dari segi harga Yomart tidak memiliki kendala yang cukup berarti dan dari segi kelengkapan barang pun minimarket Yomart tergolong lengkap.

Jadi kendala utama yang tidak dapat ditiru minimarket adalah pengalaman berbelanja sambil berjalan jalan, maka untuk mengupayakan agar Yomart pun dapat memberi pengalaman berbelanja yang unik dan menarik bagi konsumen adalah dengan menciptakan suasana dan nuansa yang menarik pula.

Atmosphere toko dapat diupayakan agar dapat mengstimulus konsumen secara emosi dan psikologis merasa nyaman dan meninggalkan toko rasa senang, selain itu keterampilan SDM dipertahankan, semakin ramah maka konsumen semakin betah dan nyaman.

Prinsipnya memberi kenangan dan kesan yang mendalam kepada konsumen, ketika mereka datang berkunjung ke Yomart.

Jadi pada akhirnya, untuk menandingi supermarket, sangat sulit bagi minimarket Yomart, tetapi Yomart pun tidak bisa tinggal diam membiarkan toko terus dalam keadaan sakit, maka Yang perlu diupayakan adalah memberikan *Shooping Experience*.

## **5.2 Implikasi Manejerial**

Langkah praktis yang dapat ditempuh oleh manajemen adalah dengan :

1. Penataan cahaya yang membuat konsumen tidak pusing karena terlalu terang atau menjadi terlihat kotor karena pencahayaan terlalu redup
2. Aroma toko agar diperhatikan, toko yang wangi akan membuat konsumen betah dan puas karena toko wangi pada umumnya toko ini bersih juga.
3. Memberi alunan music, baik instrumental maupun lagu dengan vocal, pemilihan lagu yang diminati di daerah tersebut juga lagu yang sedang hits pada saat itu, membuat konsumen menikmati pula lagu yang didengarkan akan membuat konsumen merasa terhibur. Jika memungkinkan pada sore hari diputar music di halaman toko dengan sound sytem yang memadai, hal ini akan membuat konsumen merasa seolah sedang atau aka nada suatu acara di Yomart
4. Kualitas SDM, hal ini akan terlihat dari keramahan dan kesigapan karyawan dalam melayani konsumen. Hal ini membuat konsumen tidak bingung atau susah mencari barang, karyawan yang informative pun membuat seolah olah tidak ada jarak antara penjual dan pembeli, terjadi percakapan yang meninggalkan kesan baik.

5. Membuka stand kecil di halaman toko, membuat Yomart terlihat sering mengadakan diskon atau pesta buah, stand kecil di depan toko setiap sore hari diimbangi dengan iringan music cukup membuat pola pikir masyarakat terpengaruh untuk berpikir bahwa Yomart sering diskon.
6. Tetap melakukan promosi dan paket bundling sesuai arahan dari pusat
7. Tetap mempertahankan harga yang seperti sekarang serta kualitas pelayanan seperti yang sudah dilakukan. Pada dasarnya tidak banyak yang perlu diperbaiki, hanya masalah menarik pelanggan melalui suasana berbelanja yang baru, yaitu dengan penarik perhatian secara kasat mata dan psikologis.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian dibatasi pada pencarian data hanya bagi satu cabang toko, selain itu pula wawancara hanya dilakukan untuk mencari data mengenai Yomart, kedepannya bisa juga untuk mencari data dari para pesaing. Sehingga dengan demikian penelitian mendalam dapat diupayakan lebih baik lagi. Selain itu pertanyaan yang dipakai penulis secara umum tidak reliable, dikarenakan pertanyaan disusun secara pribadi oleh penulis.

### **5.4 Saran Untuk Penelitian Mendatang**

Pada penelitian selanjutnya diharapkan responden dapat sesuai jumlah sampel dalam populasi yang dituju. Sehingga data yang didapat lebih mewakili harapan responden yang merupakan target pasar. Juga agar pertanyaan dalam wawancara dipilih secara baik agar reliable, maka pertanyaan dapat didapat melalui sumber sumber ilmiah.