

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN

5.1 Kesimpulan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kekuatan hubungan antara peranan tenaga penjualan terhadap pemesanan ulang pada Cipaganti Rental Car.
2. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh dari faktor peranan tenaga penjualan pada pemesanan ulang di Cipaganti Rental Car. .

Berdasarkan hasil analisa diatas, maka dapat ditarik pemikiran sebagai berikut :

- Dalam usahanya untuk mencapai peningkatan jumlah pemesanan ulang, maka Cipaganti Rental Car menggunakan banyak cara lainnya setelah penggunaan sales force.
- Dari hasil observasi, Cipaganti Rental Car menggunakan strategi bisnis unit dengan differensiasi. Maka pada kenyataannya, dalam hal penentuan harga pun bisa dikatakan Cipaganti Rental Car memiliki harga sewa yang lebih mahal dibandingkan persewaan mobil lain.
- Dalam hal berpromosi-pun Cipaganti Rental Car memiliki suatu kesan kekhususan. Seperti perkataan yang dikutip dari pimpinan persewaan mobil terkemuka di Bandung lainnya, yang menyatakan bahwa iklan

(billboard & iklan media) Cipaganti Rental Car bagus untuk menarik konsumen retail.

Maka dari tujuan penelitian yang telah tertulis pada bab awal penelitian ini, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai jawaban dari tujuan penelitian tersebut, bahwa

- I. Peranan tenaga penjual pada Cipaganti Rental Car adalah efektif.
- II. Besar peranan tenaga penjual (sales force) terhadap keputusan pemesanan ulang pada Cipaganti Rental Car adalah 1.54 %.

Jadi secara singkat, penelitian ini menghasilkan kesimpulan khusus, bahwa sales force Cipaganti Rental Car, efektif dalam hal mendorong konsumen untuk melakukan pemesanan ulang diluar permintaan pribadi mereka, meskipun 1.54 %.

5.2 Saran-Saran

Begitu besar nama Cipaganti Rental Car di mata masyarakat Jawa Barat, selain didukung oleh lama berdirinya perusahaan, juga didukung oleh ke-eksklusif-an pelayanannya. Maka demi kemajuan Cipaganti Rental Car, dan didasarkandari beberapa kesimpulan di atas, penulis ingin mengajukan beberapa saran untuk Cipaganti Rental Car.

- Agar mamiliki suatu gebrakan-gebrakan / inovasi-inovasi produk persewaan mobil yang berbeda dari yang lain. Karena dari observasi yang penulis lakukan, program-program marketing di Cipaganti Rental Car terlalu monoton dan sebagian besar dapat ditebak oleh pesaing-

pesaingnya. Padahal teori-teori Kotler tidak sedikit memberikan taktik untuk bersaing, misalnya dengan front attack, dll.

- Harga sewa Cipaganti Rental Car memang lebih mahal dibandingkan persewaan mobil lainnya, apalagi untuk penggunaan dalam jangka waktu dekat / singkat. Dari pengamatan yang penulis lakukan, sepertinya Cipaganti Rental Car memiliki semboyan “lebih lama, lebih murah” (dari mata konsumen), atau dengan kata lain “makin lama, makin bagus” (dari mata perusahaan). Menurut saya, hal ini bisa dikatakan sebagai “penghargaan” bagi konsumen yang menyewanya lebih lama. Tapi sepertinya masih belum ada penghargaan bagi konsumen yang paling sering melakukan pemesanan ulang / berdasarkan kuantitas peminjaman. Karena bisa saja hal yang sering dianggap sepele ini justru bisa menjadi pemicu untuk melakukan pemesanan ulang.
- Sejauh yang penulis ketahui Cipaganti Rental Car tidak hanya menawarkan pasar ritel, tapi juga untuk pasar pabrikan / industri. Tapi dari beberapa iklan yang ditampilkan, malah terkesan bahwa Cipaganti Rental Car hanya menawarkan persewaan ritel. Tentu saja hal ini perlu diperhatikan, karena dengan sesaat saja Cipaganti Rental Car bisa kehilangan segmen pasar yang dituju. Maka dari itu, penulis menyarankan agar format iklan billboard dan iklan media untuk diformat ulang dan diberi suatu kesan bahwa tidak hanya ritel tapi juga pabrikan, misalnya dengan slogan “sedikit boleh..banyak juga boleh!”. Dan sangatlah

diharapkan agar promosi tersebut bisa mengubah cara pandang masyarakat akan kesanggupan Cipaganti Rental Car dalam melayani konsumen.

Tentu saja penulis sangat menghargai jasa Cipaganti Rental Car untuk masyarakat luas, juga untuk pribadi penulis dimana telah sangat memberikan peranan besar atas tersusunnya penulisan penelitian ini. Maka dari beberapa saran yang penulis sampaikan, diharapkan dengan sangat agar menjadi berguna untuk kesuksesan Cipaganti Rental Car kelak.