

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Setelah melakukan pengolahan data dan analisis, maka diperoleh beberapa kesimpulan berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Berikut ini adalah kesimpulan dari penelitian yang didapat :

1. Faktor-faktor yang dipentingkan konsumen untuk membeli plastik adalah sebagai berikut :

- Kerapihan hasil produk
- Hasil cetak sesuai pesanan
- Variasi ketebalan plastik yang ditawarkan banyak
- Variasi rancangan plastik yang ditawarkan banyak
- Hasil pengemasan plastik rapih
- Jaminan pengembalian hasil produk yang cacat diganti dengan produk yang baik
- Harga produk sesuai dengan kualitas plastik
- Harga yang ditawarkan bersaing dengan kompetitor
- Besarnya diskon yang diberikan
- Ketepatan promosi disampaikan dengan yang ditawarkan
- Lokasi supplier mudah ditemukan
- Akses menuju lokasi supplier mudah
- Alamat supplier jelas
- Keramahan tenaga sales
- Kerapihan tenaga sales
- Pengetahuan sales terhadap produk yang ditawarkan
- Ketepatan waktu bertemu dengan tenaga sales
- Kekokohan mobil pengiriman barang
- Kualitas merk mobil yang digunakan tenaga sales
- Kemudahan menghubungi tenaga sales
- Lamanya proses negosiasi harga
- Lamanya proses negosiasi spesifikasi produk

- Lamanya proses pembuatan sample awal
 - Lamanya proses dari sample disetujui sampai barang jadi
 - Frekuensi perusahaan menghubungi konsumen
2. Positioning Plastik Mitra Sejati saat ini dan memberikan usulan baru untuk perusahaan.

Positioning dirancang dengan melihat target pasar, atribut kepuasan. Target pasar yang dimaksud dilihat dari simpulan targeting dan segmentasi menurut kotler keller dengan melihat Initiators, Deciders, dan Influencers yaitu bagian PPIC produksi dan Buyers yaitu marketing atau pembelian.

Positioning digunakan untuk menunjukkan keunggulan atau ciri khas dari produk. Positioning ini diperoleh dari hasil targeting yaitu menargetkan bagian PPIC produksi, marketing, dan pembelian dari simpulan segmentasi dan strategi sebelumnya. Lalu hasil uji hipotesis juga diolah dan disimpulkan bahwa Mitra Sejati merupakan perusahaan jasa sablon plastik yang memiliki keunggulan yaitu harga murah dan kualitas yang baik. Lalu dari hasil wawancara dengan pemilik Mitra Sejati didapatkan usulan berupa slogan dari bahasa sunda yang merupakan lokasi Mitra Sejati, yaitu "Hargana Murah Kualitas Mantab". Usulan tersebut memiliki makna bahwa Mitra Sejati memiliki harga yang murah serta plastik yang memiliki kualitas bagus dan baik untuk konsumennya. Hal ini didapat dari hasil kuesioner bahwa plastik Mitra Sejati memiliki harga yang murah serta kualitas yang baik

3. Usulan yang sebaiknya diterapkan oleh perusahaan saat ini untuk menghadapi pasar yang ada :

- Hasil cetak sesuai pesanan.

Hasil cetak sablon dan plastik harus sesuai dengan pesanan, karena apa yang konsumen butuhkan harus dipenuhi. Maka dari itu beberapa hal yang harus diperhatikan dalam hal ini adalah sebagai berikut :

- Data 1

Segmentasi yang berpengaruh terhadap strategi produk dan kepuasan pelanggan yaitu ; Initiators adalah orang yang memiliki tugas untuk

menentukan kualitas dari produk apakah sesuai dengan kebutuhannya atau tidak. Hasil kuesioner segmentasi, targeting yang dihasilkan bahwa PPIC produksi yang memiliki kewenangan untuk menentukan kualitas plastik sehingga Mitra Sejati dapat melakukan kontak dengan pihak PPIC produksi konsumen agar mengetahui kebutuhan yang diinginkan konsumen. Approvers adalah bagian dalam perusahaan yang menentukan harga. Hasil kuesioner segmentasi, targeting yang dihasilkan bahwa marketing yang menentukan harga yang dibutuhkan konsumen, sehingga negosiasi harga dapat melakukannya ke bagian marketing konsumen hingga sesuai. Influencers adalah orang diperusahaan yang memiliki kewenangan untuk mempengaruhi pembelian. Hal ini penting untuk mengetahui apakah konsumen jadi membeli produk atau tidak. Sales marketing Mitra Sejati perlu untuk menarik hati konsumen bagian tersebut dan hasil kuesioner segmentasi, targeting yang dihasilkan bahwa PPIC produksi yang memiliki kewenangan untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Gatekeepers adalah orang yang memiliki kewenangan untuk membatalkan pembelian. Mitra Sejati harus dapat meyakinkan bagian tersebut bahwa produk yang ditawarkan Mitra Sejati sesuai dengan pesanan dan memiliki kualitas yang baik. Performance review adalah kegiatan membandingkan supplier yang ada. Konsumen akan mempertimbangkan kembali membeli produk ke Mitra Sejati jika produk tersebut tidak sesuai dengan pesanan sehingga akan mencari kembali supplier yang dimiliki konsumennya. Dari hasil kuesioner segmentasi, targeting yang dihasilkan adalah konsumen akan datang langsung ke supplier untuk melihat cara kerja supplier dan keadaan lapangan supplier dan menggunakan data masa lalu yang dimiliki konsumen mengenai suppliernya. Segmentasi ukuran besar kecilnya konsumen juga menjadi strategi produk yang perlu diterapkan. Dengan melihat jumlah omset yang dihasilkan, konsumen yang membeli untuk kebutuhan rutin memiliki nilai omset yang lebih besar dibandingkan dengan konsumen yang membeli karena harga lebih murah. Konsumen yang membeli untuk kebutuhan rutin

memiliki nilai onset Rp 26.160.000,- dan konsumen yang membeli karena harga lebih murah memiliki nilai omset Rp 13.260.000,-

- Data 2

Strategi positioning yang diterapkan berdasarkan initiators, deciders, dan influencers yang merupakan bagian PPIC produksi dan buyers yang merupakan marketing atau pembelian. Initiators yang menentukan kualitas plastik, deciders yang menentukan spesifikasi plastik, dan influencers yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah PPIC produksi. Buyers yang menentukan persyaratan dan pemasok plastik adalah marketing dan pembelian. Usulan dapat diberikan dengan melakukan kontak dengan bagian-bagian tersebut menurut bagiannya masing-masing.

- Data 3

Hasil ketidakpuasan menurut uji hipotesis dan hasilnya adalah 3.40 untuk performansi dan 3.70 untuk kepentingan. Setelah dihitung hasilnya -2.090 dan kurang dari batas nilai Z yaitu -1.645. hasil tersebut menunjukkan tolak H_0 dan tidak puas sehingga perbaikan perlu dilakukan dengan signifikan ditambah atribut ini berada pada kuadran 1 dan prioritas pertama.

• Variasi ketebalan palstik yang ditawarkan banyak.

Variasi ketebalan plastik juga perlu diperhatikan, semakin banyak variasinya maka semakin besar juga konsumen yang memesan plastik dan sablon plastik ke Mitra Sejati. Mitra Sejati tidak memiliki mesin pembuatan plastik karena membutuhkan investasi modal yang besar. Maka strategi yang dapat diterapkan dengan menambah koneksi dengan pihak pabrik yang memiliki variasi mesin lebih beragam sehingga variasi ketebalan plastik lebih bervariasi.

• Kerapihan tenaga sales.

Kerapihan tenaga sales perlu diperhatikan karena dengan penampilan yang menarik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang akan ditawarkan tenaga sales. Dengan menggunakan kemeja

yang rapih atau pakaian berkerah maka tingkat kerapihan tenaga sales dapat ditingkatkan.

- Kerapihan hasil produk

Hasil produk yang dihasilkan harus rapih, namun setiap konsumen memiliki kriteria kerapihan yang berbeda-beda. Quality control yang ditingkatkan dapat mengurangi hasil produk yang kurang rapih, dengan memeriksa kelayakan produk untuk dikirim ke konsumen. Kinerja tenaga produksi juga perlu ditingkatkan ketelitian dan kerapihannya agar hasil produksi tidak banyak yang diperbaiki.

- Kualitas merk mobil yang digunakan tenaga sales.

Kualitas kendaraan yang digunakan tenaga sales mencerminkan kinerja tenaga sales dalam mencari konsumen dan peringkat perusahaan itu sendiri. Maka perbaikan kualitas dari mobil yang digunakan tenaga sales perlu dilakukan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengganti suku cadang kendaraan yang lama dengan yang baru, pengecatan bodi mobil yang lecet dan rusak, servis berkala mobil yang rutin, dan hal lainnya.

- Promosi dengan hasil yang diberikan sesuai.

Setiap promosi yang diberikan supplier harus sesuai dengan apa yang akan didapatkan oleh konsumen, selain untuk menarik minat konsumen terhadap produk yang dijual, hal ini juga berpengaruh kepada kinerja perusahaan dalam menepati janji untuk menambah tingkat kepuasan dan kepercayaan konsumen.

- Data 1

Segmentasi yang berpengaruh terhadap strategi publikasi. Ukuran besar kecilnya konsumen berpengaruh kepada promosi karena konsumen yang memiliki nilai omset yang besar dapat diberikan promosi yang besar. Konsumen yang memiliki nilai omset yang kecil dapat diberikan promosi

yang sesuai dengan nilai yang konsumen berikan. Namun untuk semua promosi harus dapat diberikan dengan tepat sesuai dengan perjanjian. Segmentasi yang sesuai dengan strategi promosi lainnya adalah approvers yaitu bagian yang menentukan harga plastik. maka promosi dapat melakukan pemberian diskon yang sesuai dengan harga yang dibayarkan konsumen. segmentasi lainnya adalah supplier selection yaitu harapan dari pembelian jumlah besar. Dari hasil kuesioner didapat bahwa konsumen lebih menginginkan diskon harga dari kegiatan pembelian. Segmentasi lainnya adalah supplier search yaitu kegiatan mencari supplier, dan dapat dilakukan dengan media online dan tawaran dari marketing supplier. Maka Mitra Sejati dapat menawarkan promosinya melalui hal tersebut.

- Data 2

Positioning yang diberikan berdasarkan targeting yang didapat adalah untuk mencari supplier dapat dilakukan dengan promosi di media sosial atau melakukan tawaran ke marketing konsumen. Dari hasil targeting juga didapat bahwa konsumen lebih menginginkan diskon dari kegiatan pembelian. Mitra Sejati dapat menerapkan diskon untuk minimal pembelian sehingga konsumen dapat membeli dengan jumlah besar agar harganya lebih murah. Publikasi dengan memperhatikan ukuran besar kecilnya konsumen dapat dibedakan berdasarkan omset yang didapat dari masing-masing hasil targeting yaitu untuk kebutuhan rutin dan harga lebih murah.

- Data 3

Dari hasil ketidakpuasan menurut uji hipotesis hasilnya adalah 3.40 untuk performansi dan 3.83 untuk tingkat kepentingan. Setelah dihitung hasilnya -2.426 untuk nilai Z hitung dan berada dibawah Z tabel sehingga hasilnya tolak H_0 dan tidak puas. Maka perbaikan yang signifikan perlu dilakukan karena berdasarkan metode IPA berada pada kuadran 2 dan prioritas ketiga untuk perbaikan performansi dari atribut tersebut.

- Harga yang ditawarkan bersaing dengan kompetitor.

Setiap harga yang ditawarkan perusahaan harus bersaing dengan kompetitor agar konsumen dapat memilih supplier sesuai kebutuhannya. Konsumen akan mencari harga yang lebih murah namun harga murah tidak menjamin kualitas produk sesuai dengan harapan konsumen.

- Data 1

Harga yang ditawarkan harus bersaing dengan kompetitor, namun persaingan tidak hanya dari harga tapi produk yang dihasilkan juga harus bersaing dengan kompetitor. Segmentasi approvers yaitu yang menentukan harga plastik harus diperhatikan untuk menarik hati bagian tersebut dengan diskon harga dan negosiasi harga yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Initiators juga berpengaruh dalam menentukan kualitas plastik, karena semakin baik kualitas plastik harga yang harus dibayarkan konsumen juga tinggi. Dari hal tersebut negosiasi harga perlu ditingkatkan kesepakatannya agar harga saling menguntungkan kedua pihak.

- Data 2

Positioning yang dapat diberikan untuk mendapatkan harga yang bersaing dengan kompetitor dengan menargetkan penjualan ke bagian marketing berdasarkan hasil kuesioner segmentasi. Hasilnya bagian marketing konsumen yang menentukan harga plastik sehingga negosiasi lebih baik dilakukan kepada bagian tersebut. Lalu hasil kuesioner segmentasi didapat hasil targeting bahwa bagian yang menentukan kualitas plastik adalah bagian PPIC produksi. Hal ini menunjukkan bahwa Mitra Sejati dapat menawarkan plastik dengan harga yang sesuai dengan kebutuhan konsumen kepada bagian tersebut.

- Data 3

Dari hasil ketidakpuasan menurut uji hipotesis hasilnya adalah 3.67 untuk performansi dan 3.90 untuk tingkat kepentingan. Setelah dihitung hasilnya -1.712 untuk nilai Z hitung dan berada dibawah Z tabel sehingga hasilnya tolak H_0 dan tidak puas. Maka perbaikan yang signifikan perlu dilakukan karena berdasarkan metode IPA berada pada kuadran 2 dan prioritas ketiga untuk perbaikan performansi dari atribut tersebut

- Pengetahuan sales terhadap produk yang ditawarkan

Tenaga sales harus mengetahui setiap spesifikasi produk yang dijual. Dengan membuat data produk yang mampu diproduksi, konsumen dapat memilih produk yang sesuai dengan keinginannya. Lalu tenaga sales juga harus dapat menjelaskan dengan baik hal-hal yang perlu konsumen ketahui. Pelatihan terhadap tenaga sales juga perlu dilakukan agar kinerja tenaga sales sesuai keinginan perusahaan.
- Keramahan tenaga sales

Keramahan tenaga sales menjadi menarik perhatian konsumen dengan produk yang ditawarkan. Dengan penampilan yang menarik, handal dalam penjelasan produk, ditambah tingkat keramahan dengan konsumen yang tinggi maka konsumen akan tertarik terhadap produk yang ditawarkan. Penjelasan dan pelatihan terhadap tenaga sales perlu ditingkatkan agar hal tersebut dapat terpenuhi.
- Variasi rancangan plastik yang ditawarkan banyak

Variasi rancangan yang ditawarkan semakin variatif maka akan menambah minat konsumen untuk membeli produk. Dengan menambah bagian desainer, Mitra Sejati tidak perlu membuat cetakan sablon ketempat lain yang tidak jelas kualitasnya. Kemampuan desainer pun harus selalu ditambah agar variasi rancangan plastik dapat bertambah. Lalu Mitra Sejati juga dapat menambah koneksi supplier plastik agar variasi bentuk plastik diperbanyak.
- Kekokohan mobil pengiriman barang

Mobil pengiriman barang merupakan peralatan penunjang pengiriman yang penting. Kekokohan mobil pengiriman harus dalam keadaan baik, karena mempengaruhi keadaan produk yang dikirim. Dengan ketepatan servis berkala mobil, maka kekokohan mobil dapat terjaga.

- Hasil pengemasan plastik rapih

Hasil pengemasan yang rapih dapat membuat konsumen percaya jika pesanan yang dipesan sesuai dan memiliki hasil yang baik. Dengan memperhatikan strategi produk pengemasan yang baik dapat diberikan dengan menggunakan alat tambahan, seperti menggunakan kardus atau plastik yang lebih tebal untuk membungkus.
- Kemudahan menghubungi tenaga sales

Akses yang mudah untuk menghubungi tenaga sales perlu diterapkan untuk menjaga kepercayaan konsumen. Kesetiaan konsumen dapat ditingkatkan dengan memberi kemudahan untuk menghubungi tenaga sales. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memberi nomor telepon yang jelas dan alamat yang jelas serta ketepatan pengiriman dan pembayaran sesuai dengan perjanjian.
- Jaminan pengembalian hasil produk cacat diganti dengan produk yang baik

Penggantian produk yang cacat dapat menambah kepercayaan konsumen. Hal ini dapat diterapkan dengan memberikan perjanjian dengan konsumen ketika terjadi kecacatan produk untuk dapat ditukar atau dikembalikan atau diperbaiki. Perjanjian tersebut lebih baik dilakukan pada awal negosiasi produk dan harga. Namun untuk mencegah terjadinya kecurangan, perlu adanya pemeriksaan kembali oleh pihak Mitra Sejati akan produk yang cacat. Selain dapat ditemukan permasalahan apa yang membuat produk cacat, kebenaran akan komplek konsumen juga dapat terbukti.
- Lamanya proses negosiasi spesifikasi produk

Proses negosiasi harga dapat mempengaruhi jalanya proses produksi. Jika negosiasi yang terlalu lama, proses produksi dapat mundur terlalu lama. karena harga yang ditentukan untuk memproduksi plastik harus disesuaikan dengan modal usaha dan tenaga kerja yang dibutuhkan.

Sedangkan konsumen menginginkan harga yang murah, hal ini yang membuat proses negosiasi harga lama. Hal ini juga dapat diatasi dengan membuat perbandingan harga dengan pesaing Mitra Sejati, sehingga dapat membuat patokan harga yang sesuai.

- Lokasi supplier mudah ditemukan

Lokasi supplier harus mudah ditemukan, sehingga proses negosiasi dapat lebih mudah dan transaksi dapat berjalan dengan baik. Hal ini dapat dibantu dengan kelengkapan alamat supplier dan patokan lokasi supplier. Lokasi yang mudah ditemukan juga dapat membuat strategi promosi berjalan lebih baik.

- Frekuensi perusahaan menghubungi konsumen

Setiap proses pemesanan perusahaan harus menghubungi konsumen agar konsumen merasa nyaman dan kejelasan proses produksi produk yang berjalan. Hal ini dapat membuat konsumen merasa diperhatikan dan diprioritaskan.

- Lamanya proses dari sample disetujui sampai barang jadi

Proses dari sample hingga barang jadi membutuhkan waktu yang lama, karena selain cuaca yang dapat mempengaruhi proses produksi hal lainnya pun dapat mempengaruhi proses produksi. Maka diperlukan perbaikan tempat kerja agar lebih baik dan efektif. Karena suhu dan cuaca sangat berpengaruh pada waktu pengeringan. Usulan pun diberikan dengan membuat ruang kerja dilapisi oleh seng, hal ini diberikan agar suhu ruangan menjadi lebih tinggi dan proses pengeringan lebih cepat dan stabil.

- Alamat supplier jelas

Alamat supplier harus jelas, karena untuk keamanan dalam transaksi jika terjadi penipuan dan hal lainnya. Strategi kepuasan konsumen dan kesetiaan konsumen diterapkan dengan mencantumkan alamat asli dari lokasi

supplier, kejelasan akan alamat tersebut, serta nomor telepon yang dapat dihubungi.

- Akses menuju lokasi supplier mudah

Akses untuk menuju lokasi supplier harus mudah. Mitra Sejati terletak di jalan sempit sehingga akses menuju lokasi supplier cukup sulit ditambah letaknya yang berada di kota. Maka penunjuk jalan dan patokan yang dapat menjadi arahan menuju lokasi harus jelas dan tepat. Strategi promosi juga dapat diberikan dengan lebih baik agar dapat menambah jumlah konsumen.

- Harga produk sesuai dengan kualitas plastik

Kualitas plastik yang dihasilkan menentukan harga plastik yang ditawarkan, semakin baik hasilnya maka harganya pun semakin tinggi. Mitra Sejati harus memperhatikan strategi kepuasan konsumen dengan meningkatkan kinerja bagian quality control perusahaan untuk menjaga hasil produksi sehingga hasil produksi dapat diamati dengan baik dan hasilnya memuaskan.

- Lamanya proses negosiasi harga

Negosiasi harga juga membutuhkan waktu yang lama, karena harga yang ditentukan untuk memproduksi plastik harus disesuaikan dengan modal usaha dan tenaga kerja yang dibutuhkan. Sedangkan konsumen menginginkan harga yang murah, hal ini yang membuat proses negosiasi harga lama. Hal ini juga dapat diatasi dengan membuat perbandingan harga dengan pesaing Mitra Sejati, sehingga dapat membuat patokan harga yang sesuai.

- Besarnya diskon yang diberikan

Dalam hal ini strategi promosi yang cukup menarik consume adalah adanya diskon. Diskon yang diberikan dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk. Hal ini dikarenakan semua konsumen

ingin mendapat harga murah dan sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan. Diskon juga dapat diberikan dengan menentukan jumlah minimal untuk mendapatkan diskon sehingga saling menguntungkan kedua belah pihak.

- Lamanya proses pembuatan sample awal

Sample awal membutuhkan waktu yang cukup lama juga, karena harus disetujui oleh pihak konsumen. Jika sample awal belum diterima dan disetujui oleh konsumen maka Mitra Sejati akan membuat terus sample hingga disetujui. Dengan hal itu segmentasi general need description dapat diatasi dengan strategi problem recognition dan strategi produk. Masalah ini dapat diatasi dengan menambah pekerja yang dapat membuat gambar untuk cetakan sablon. Karena sebelumnya Mitra Sejati membuat gambar untuk sablon dengan memesan ke tempat pembuatan cetakan sablon, dan membutuhkan waktu pembuatan yang lebih lama

- Ketepatan waktu bertemu dengan tenaga sales

Ketepatan waktu bertemu dengan tenaga sales harus dilakukan, karena ketepatan waktu dapat mencerminkan tingkat kepercayaan supplier untuk dipercaya. Ini merupakan strategi kesetiaan konsumen yang dapat diterapkan. Maka jadwal bertemu dengan konsumen harus selalu diperhatikan agar dapat tepat waktu.

6.2 Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya :

1. Dalam penyebaran kuesioner, ketika konsumen berada diluar kota kuesioner dititipkan ke tenaga sales dan supir perusahaan konsumen. Hal ini menyebabkan waktu penyebaran kuesioner yang dilakukan dalam waktu sebulan masih memiliki 6 kuesioner yang belum diisi oleh konsumen. Maka untuk ke depannya disarankan kuesioner berbentuk email atau survey online.