

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, maka pada tahap akhir penelitian ini penulis menarik beberapa kesimpulan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel bauran promosi yang dianggap penting oleh konsumen untuk pemberitahuan informasi produk oleh *dealer* motor, yaitu :
 - Keterkinian Informasi tentang produk di PT. Antar Putra Motor (design, warna, variasi tipe Kendaraan)
 - Kemenarikan kata - kata yang digunakan di brosur
 - Kemenarikan kata - kata yang digunakan di radio
 - Kemenarikan kata - kata yang digunakan di majalah
 - Kemenarikan kata - kata yang digunakan di spanduk
 - Kemenarikan kata - kata yang digunakan di surat kabar / koran
 - Kemenarikan kata - kata yang digunakan di pamflet
 - Kemenarikan *sound effect* / efek suara pada rekaman (Radio)
 - Kemenarikan *sound effect* / efek suara saat live dari penyiar (Radio)
 - Kemenarikan model iklan
 - Kemenarikan gambar atau ilustrasi (media cetak)
 - Kekontrasan warna yang digunakan (media cetak)
 - Kejelasan informasi berupa pembayaran Kendaraan beserta cicilannya
 - Kejelasan informasi tentang spesifikasi Kendaraan
 - Kemenarikan hadiah dari pembelian produk di PT. Antar Putra Motor
 - Kemenarikan pajangan dan demonstrasi di tempat penjualan
 - Keekonomisan penawaran paKet harga (ditambah dengan pemberian macam - macam merchandise)
 - Kemenarikan iklan di internet dengan memperlihatkan blog atau halaman web langsung dan media sosial dari PT. Antar Putra Motor
 - Kelengkapan informasi layanan internet, seperti produk baru, *call center*, jadwal event-event atau acara, dll.

- Kemenarikan dalam menampilkan produk melalui media internet
 - Kemenarikan pemberian diskon oleh PT. Antar Putra Motor setiap penjualan
 - *Cash back* dengan jumlah besar pada pertengahan tahun dan akhir tahun
 - Kemudahan untuk menghubungi call center
 - Kesempatan yang diberikan oleh PT. Antar Putra Motor untuk melakukan kunjungan Ke PT. Antar Putra Motor
 - Frekuensi aktivitas layanan publik, seperti menyumbangkan hasil penjualan tiap unit produk untuk pihak tertentu (seperti panti asuhan, anak jalanan, dll.)
 - Kejelasan informasi yang disampaikan oleh sales
 - Ketepatan / waktu tempo Kendaraan sampai di tangan konsumen
 - Frekuensi acara / event yang disponsori oleh perusahaan (seperti konser musik / kontes musik, kegiatan olah raga, kegiatan pameran, dll.)
 - Variansi jenis motor yang boleh dicoba
 - Kemenarikan para SPG (Sales Promotion Girl)
 - Frekuensi konferensi pers di pameran untuk perkenalan produk baru
 - Kemampuan SPG (Sales Promotion Girl) untuk menjelaskan produk
 - Jaminan pelayanan yang diberikan oleh PT. Antar Putra Motor setelah pembelian
2. Tingkat kepuasan konsumen di PT. Antar Putra Motor, yaitu :
- Atribut yang dinilai memuaskan bagi konsumen PT. Antar Putra Motor, yaitu :
 - Variabel 21: Kemenarikan pemberian diskon oleh PT. Antar Putra Motor setiap penjualan
 - Variabel 22: *Cash back* dengan jumlah besar pada pertengahan tahun dan akhir tahun.
 - Variabel 33: Kemampuan SPG (Sales Promotion Girl) untuk menjelaskan produk.

- Atribut yang dinilai tidak memuaskan bagi konsumen PT. Antar Putra Motor, yaitu :
 - Variabel 4 : Kemenarikan kata - kata yang digunakan di majalah
 - Variabel 12 : Kekontrasan warna yang digunakan (media cetak)
 - Variabel 25: Kesempatan yang diberikan oleh PT. Antar Putra Motor untuk melakukan kunjungan ke PT. Antar Putra Motor.

- 3. Variabel bauran promosi yang harus diperbaiki dan ditingkatkan oleh PT. Antar Putra Motor, yaitu :
 - Untuk bauran promosi periklanan:
 - Atribut 4 : Kemenarikan kata - kata yang digunakan di majalah
 - Atribut 12 : Kekontrasan warna yang digunakan (media cetak)
 - Untuk bauran promosi promosi penjualan :
 - Atribut 21: Kemenarikan pemberian diskon oleh PT. Antar Putra Motor setiap penjualan
 - Atribut 22 : Cash back dengan jumlah besar pada pertengahan tahun dan akhir tahun.
 - Untuk bauran promosi humas / publisitas :
 - Atribut 25 : Kesempatan yang diberikan oleh PT. Antar Putra Motor untuk melakukan kunjungan Ke PT. Antar Putra Motor.
 - Untuk bauran promosi penjualan langsung:
 - Atribut 33 : Kemampuan SPG (Sales Promotion Girl) untuk menjelaskan produk.

- 4. *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh PT. Antar Putra Motor, yaitu :
 - *Segmentation*
 - Segmentation* berdasarkan :
 - Demografis yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan dan penghasilan.
 - Psikografis yaitu proses perolehan informasi
 - *Targeting*
 - Targeting* untuk PT. Antar Putra Motor, yaitu :
 - Pria dan wanita

- Usia 30-40 tahun
- Pekerjaan bercocok tanam dan wiraswasta
- Pendidikan SD, SMP, & SMA
- Uang saku untuk pelajar \leq Rp 1,5 juta
- Penghasilan untuk para pekerja \leq 6 juta
- Merk yang digunakan terbanyak Yamaha
- Motivasi membeli kendaraan pekerjaan (bertani, pergi ke kantor, pergi sekolah, dll) & penunjang aktivitas (mengantar anak, berbelanja kebutuhan sehari-hari, dll)
- Jenis motor yang diinginkan standar / motor bebek
- Cara pembayaran Tunai
- Kartu debit yang sering digunakan BCA & MANDIRI
- Kartu kredit yang sering digunakan BCA
- 1 juta < uang muka \leq 2 juta (apabila melakukan kredit)
- Melakukan cicilan \leq 1 juta
- Media yang digunakan untuk mendapatkan informasi *sales* & media cetak
- Media cetak yang disukai brosur
- Majalah yang sering dibaca lainnya (tabloid galura) & cupumanik
- Koran yang sering dibaca galura & sipatuhanan
- Media sosial yang digunakan *facebook* & *twitter*
- Radio yang sering didengarkan RRI dan Elshinta
- Acara radio yang didengarkan acara sunda dan berita
- Waktu mendengarkan radio Pk. 10.00 – Pk. 18.00
- Lokasi atau acara yang dikunjungi Graha Siliwangi dan CFD

- *Positioning*

Positioning merupakan suatu upaya untuk menciptakan kesan serta *image* suatu produk yang mudah diingat oleh konsumen. Dengan demikian, *positioning* yang efektif adalah suatu cara / upaya yang berfokus untuk mudah diingat konsumen yang didasarkan pada persepsi dan preferensi konsumen dengan cara melayani pelanggan dengan baik, dengan ditunjang kemampuan karyawan yang handal, profesional, kreatif, inovatif, aktif, berdedikasi tinggi, dan memberikan

kontribusi dalam mencapai visi dan misi dari perusahaan sehingga dapat mendukung perusahaan ke arah yang lebih baik dan maju.

PT. Antar Putra Motor memposisikan dirinya sebagai sebuah *dealer* motor Yamaha yang dapat dipercaya untuk mengerti kebutuhan masyarakat dalam menjalani dan menunjang aktivitas kehidupan sehari – hari dengan cara melakukan pendekatan dengan calon konsumen dengan memberikan informasi dan edukasi mengenai produk Yamaha. Diharapkan hal tersebut dapat melampaui ekspektasi *dealer* motor untuk kepercayaan konsumen dalam memilih kendaraan bermotor. Oleh karena itu, PT. Antar Putra Motor dapat mempertahankan *positioning* yang sudah dilakukan saat ini.

5. Usulan strategi promosi yang dapat diberikan kepada PT. Antar Putra Motor agar dapat meningkatkan tingkat penjualannya, yaitu :
 - Berdasarkan STP menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai media cetak berupa brosur sebesar 41% maka perusahaan harus melakukan penelitian kembali bagaimana memilih warna yang tepat untuk pencantuman pada media cetak khususnya brosur agar para konsumen tertarik dengan warna yang kontras.
 - Kekontrasan warna dibutuhkan juga bahan kertas yang memiliki kualitas baik sehingga perusahaan harus mencari kertas yang baik agar warna tertonjol dengan baik.
 - Pada media cetak yang akan di umumkan pada publik jangan terlalu menaruh ragam warna, karena akan membingungkan konsumen sehingga berdampak kurang perhatian terhadap media tersebut.
 - Kita mengetahui majalah – majalah memiliki daya tarik sendiri untuk membuat pembaca atau konsumen untuk melihat kemenarikan kata – kata, seperti poin – poin pentingnya. Apabila terlalu banyak tulisan pembaca akan merasa tidak tertarik.
 - Lebih memperhatikan kata – kata unik, lucu atau yang tidak biasa dilihat dan gambar agar konsumen lebih tertarik dengan produk Yamaha. Ditambah lagi konsumen menyenangi majalah yang berbahasa Sunda seperti majalah Galura dan Cupumanik sehingga perusahaan bisa membuat cover majalah mengenai *headline* produk Yamaha.

- Bekerja sama dengan majalah tertentu dengan mendesain halaman majalah sekreatif mungkin seperti contoh majalah yang sudah disinggung sebelumnya.
- Untuk menyiapkan pegawai untuk permasalahan kunjungan yang dengan maksud untuk melakukan penelitian, magang dan kegiatan acara edukasi bahkan kegiatan untuk melakukan promosi sehingga waktu lebih teratur dan lebih terjadwal. Agar tidak mengganggu pekerja lain saat mengerjakan tugasnya.
- Mengkondisikan kembali alur kedatangan tamu, apabila sewaktu – waktu ada kedatangan media dan pelajar dalam melakukan tugasnya, sudah terkoordinir dengan baik sehingga ada pegawai khusus untuk melakukan pekerjaan ini untuk mengaur kontra flow di perusahaan.
- Dikarenakan pekerja terbanyak dari profil konsumen adalah bertani, dimana masa panen adalah 4 bulan setelah penanaman maka perusahaan sebaiknya memberikan tanggal pasti untuk melakukan *cash back* sehingga calon konsumen mengetahui kapan jatuh temponya promosi tersebut.
- Mencatumkan promosi ini di media cetak, media internet dan media lainnya agar informasi ini bisa tersebar secara merata.
- Memberitahukan informasi ini sudah jauh hari jangan mendadak karena akan percuma walaupun sudah disebar di seluruh media yang dimiliki PT. Antar Putra Motor.
- Berdasarkan STP mengenai lokasi atau acara yang sering dikunjungi seperti Graha Siliwangi dan CFD. Bisa juga dilakukan penyebaran informasi ini dimana para calon konsumen sedang berdatangan.
- Menawarkan diskon-diskon yang lebih menarik untuk motor yang tersedia. Dilihat dari analisis STP yaitu cara pembayaran secara tunai, debit dan kredit. Dikarenakan pembayaran secara tunai dan debit lebih banyak persentasenya, perusahaan bisa lebih memberikan pelakuan khusus kepada konsumen pembayaran tunai dan debit dengan diskon lebih besar seperti pemotongan harga satu juta dan apabila menggunakan bank tertentu mendapatkan potongan harga. Ini bertujuan agar motor yang dijual akan lebih banyak daripada dengan menggunakan diskon.

- Bekerjasama dengan bank atau instansi lain mengenai pembayaran untuk melakukan negosiasi untuk memberikan diskon dalam melakukan pembayaran secara debit.
- Menyediakan macam – macam diskon lain seperti potongan cicilan kendaraan dari perusahaan seperti cicilan bulan pertama gratis. Dengan diperlakukan seperti itu, konsumen akan merasakan diuntungkan.
- Untuk lebih memperhatikan bagaimana perkembangan informasi mengenai produk baru motor Yamaha diutamakan kejelasan dan fungsinya.
- Mempersiapkan pegawai atau SPG untuk keramahan dan kemampuan dalam menjelaskan produk. Walaupun pendidikan konsumen terbanyak adalah SD, SMP dan SMA, pegawai atau SPG harus bersikap profesional sebagaimana mestinya.
- Melatih para pegawai atau SPG dalam ketanggapannya terhadap produk baru agar tidak salah penyampaian terhadap produk tersebut serta bisa mengajak konsumen untuk tertarik dengan produk yang ditawarkan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis memberikan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi PT. Antar Putra Motor untuk dapat meningkatkan tingkat penjualan dan saran untuk mengembangkan penelitian ini. Adapun saran yang diajukan adalah sebagai berikut :

- Mengutamakan atribut yang masih dirasakan belum puas oleh konsumen
- Sebaiknya dilakukan penelitian tentang kualitas dari *sales* untuk memperbaiki serta meningkatkan performansi penjualan PT. Antar Putra Motor dalam menyajikan informasi iklan promosi yang terbaik untuk konsumen.
- Dilakukan penelitian juga tentang penjualan sepeda motor yang dilakukan oleh pihak leasing di sekitar wilayah Lembang bahkan di Bandung.
- Melakukan penelitian juga terhadap tempat pelayanan servis untuk meningkatkan kepuasan kerja yang akan dirasakan oleh konsumen.
- Penyebaran konsumen harus memperhatikan juga situasi dan kondisinya, seperti penyebaran yang melihat kondisi pekerjaan yang sedang dilakukan oleh responden ketika penyebaran dilakukan di Pasar Lembang atau tempat toko lainnya dan memberikan kuesioner kepada responden ketika sedang melakukan servis motor.