

## BAB 6

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan pengunjung dalam memilih toko pakaian muslim wanita berdasarkan tingkat kepentingannya adalah:

- Model pakaian muslim wanita mengikuti *trend fashion*
- Variasi motif pakaian muslim wanita yang ditawarkan
- Variasi warna pakaian muslim wanita yang ditawarkan
- Warna pakaian muslim wanita yang tidak mudah pudar
- Ketahanan serat kain pakaian muslim wanita yang tidak mudah sobek
- Keserasian paduan warna pada pakaian muslim
- Bahan pakaian muslim tidak kasar (lembut)
- Kerapihan jahitan pada pakaian muslim wanita
- Kenyamanan pakaian muslim wanita saat dipakai (bahannya tidak panas)
- Kelengkapan ukuran pakaian muslim wanita (S, M, L, XL)
- Pembuatan pakaian muslim wanita dapat dipesan sesuai keinginan pembeli
- Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang dijual
- Kejelasan mengenai harga pakaian muslim wanita (label)
- Harga produk mampu bersaing dengan toko pakaian muslim wanita sejenis
- Lokasi toko di dalam *mall* mudah dilihat pengunjung
- Kejelasan papan nama
- Kemenarikan papan nama
- Kemenarikan iklan melalui media sosial
- Banyaknya promo-promo spesial pada *event* tertentu
- Adanya potongan harga untuk pembelian diatas kuantitas tertentu

- Kemenarikan promosi melalui media sosial
- Rutinitas *update* promo di media sosial (instagram, line, BBM, Facebook)
- Frekuensi diskon pada *event* tertentu
- Keramahan pegawai dalam melayani pengunjung
- Kerapihan pegawai dalam berpakaian seragam
- Kecepatan pegawai dalam melayani permintaan produk pakaian muslim wanita yang diinginkan pengunjung
- Ketanggapan pegawai toko dalam melayani pengunjung
- Keterbukaan pihak toko dalam melayani saran dan kritik dari pengunjung
- Ketepatan pegawai toko dalam melayani pengunjung
- Kemampuan pegawai untuk memberi saran kepada pengunjung
- Pengetahuan yang dimiliki para pegawai tentang jenis-jenis produk pakaian muslim wanita
- Variasi proses pembayaran (*credit card, cash, debit, dll*)
- Kemudahan pengembalian produk apabila produk yang dibeli rusak
- Adanya bukti pembayaran dan perhitungan yang jelas (Nota)
- Kesesuaian harga pada label dengan yang harus dibayar dikasir
- Kebersihan ruangan di dalam toko
- Dekorasi toko pada *event* tertentu
- Kemenarikan desain *interior* toko
- Kerapihan penataan produk pakaian muslim wanita yang dijual
- Keamanan tempat *fitting room* di dalam toko
- Kenyamanan tempat *fitting room* di dalam toko
- Kenyamanan kursi bagi pengunjung ketika sedang menunggu
- Suasana lagu (musik) di toko nyaman
- Pencahayaan ruangan toko yang memadai
- Sirkulasi udara di dalam toko baik
- Luas gang antar pajangan pakaian muslim wanita
- Kejelasan keterangan untuk penempatan produk

- Kemenarikan produk yang dipajang pada patung peraga (manekin)
2. Persepsi pengunjung *mall* yang akan membeli pakaian muslim wanita terhadap persaingan toko *Nindy Shop* dengan toko *Liez Hijab* sebagai pesaing utamanya pada peta posisi berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi pengunjung dalam membeli pakaian muslim wanita adalah sebagai berikut:
- Keunggulan Toko *Nindy Shop*:
    - Model pakaian muslim wanita mengikuti *trend fashion*
    - Variasi motif pakaian muslim wanita yang ditawarkan
    - Ketahanan serat kain pakaian muslim wanita yang tidak mudah sobek
    - Keserasian paduan warna pada pakaian muslim
    - Bahan pakaian muslim tidak kasar (lembut)
    - Kerapihan jahitan pada pakaian muslim wanita
    - Kenyamanan pakaian muslim wanita saat dipakai (bahannya tidak panas)
    - Kelengkapan ukuran pakaian muslim wanita (S, M, L, XL)
    - Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang dijual
    - Lokasi toko di dalam *mall* mudah dilihat pengunjung
    - Adanya potongan harga untuk pembelian diatas kuantitas tertentu
    - Keramahan pegawai dalam melayani pengunjung
    - Ketanggapan pegawai toko dalam melayani pengunjung
    - Keterbukaan pihak toko dalam melayani saran dan kritik dari pengunjung
    - Ketepatan pegawai toko dalam melayani pengunjung
    - Kemampuan pegawai untuk memberi saran kepada pengunjung
    - Variasi proses pembayaran (*credit card, cash, debit, dll*)
    - Kemudahan pengembalian produk apabila produk yang dibeli rusak
    - Kemenarikan desain *interior* toko
    - Keamanan tempat *fitting room* di dalam toko
    - Kenyamanan tempat *fitting room* di dalam toko
    - Pencahayaan ruangan toko yang memadai

- Sirkulasi udara di dalam toko baik
- Kemerarikan produk yang dipajang pada patung peraga (manekin)
- Kelemahan Toko Nindy Shop:
  - Variasi warna pakaian muslim wanita yang ditawarkan
  - Warna pakaian muslim wanita yang tidak mudah pudar
  - Kejelasan mengenai harga pakaian muslim wanita (label)
  - Harga produk mampu bersaing dengan toko pakaian muslim wanita sejenis
  - Kejelasan papan nama
  - Kemerarikan papan nama
  - Kemerarikan iklan melalui media sosial
  - Banyaknya promo-promo spesial pada *event* tertentu
  - Frekuensi diskon pada *event* tertentu
  - Kerapihan pegawai dalam berpakaian seragam
  - Kecepatan pegawai dalam melayani permintaan produk pakaian muslim wanita yang diinginkan pengunjung
  - Pengetahuan yang dimiliki para pegawai tentang jenis-jenis produk pakaian muslim wanita
  - Adanya bukti pembayaran dan perhitungan yang jelas (Nota)
  - Kesesuaian harga pada label dengan yang harus dibayar dikasir
  - Kebersihan ruangan di dalam toko
  - Dekorasi toko pada *event* tertentu
  - Kerapihan penataan produk pakaian muslim wanita yang dijual
  - Kenyamanan kursi bagi pengunjung ketika sedang menunggu
  - Suasana lagu (musik) di toko nyaman
  - Luas gang antar pajangan pakaian muslim wanita
  - Kejelasan keterangan untuk penempatan produk

3. Hal-hal yang menjadi *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat* dari toko Nindy Shop yaitu:

- Kekuatan (*strength*)
  - Model pakaian muslim wanita mengikuti *trend fashion*
  - Variasi motif pakaian muslim wanita yang ditawarkan
  - Ketahanan serat kain pakaian muslim wanita yang tidak mudah sobek
  - Keserasian paduan warna pada pakaian muslim
  - Bahan pakaian muslim tidak kasar (lembut)
  - Kerapihan jahitan pada pakaian muslim wanita
  - Kenyamanan pakaian muslim wanita saat dipakai (bahannya tidak panas)
  - Kelengkapan ukuran pakaian muslim wanita (S, M, L, XL)
  - Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang dijual
  - Lokasi toko di dalam *mall* mudah dilihat pengunjung
  - Adanya potongan harga untuk pembelian diatas kuantitas tertentu
  - Keramahan pegawai dalam melayani pengunjung
  - Ketanggapan pegawai toko dalam melayani pengunjung
  - Keterbukaan pihak toko dalam melayani saran dan kritik dari pengunjung
  - Ketepatan pegawai toko dalam melayani pengunjung
  - Kemampuan pegawai untuk memberi saran kepada pengunjung
  - Variasi proses pembayaran (*credit card, cash, debit, dll*)
  - Kemudahan pengembalian produk apabila produk yang dibeli rusak
  - Kemenarikan desain *interior* toko
  - Keamanan tempat *fitting room* di dalam toko
  - Kenyamanan tempat *fitting room* di dalam toko
  - Pencahayaan ruangan toko yang memadai
  - Sirkulasi udara di dalam toko baik
  - Kemenarikan produk yang dipajang pada patung peraga (manekin)
  
- Kelemahan (*weakness*)
  - Variasi warna pakaian muslim wanita yang ditawarkan
  - Warna pakaian muslim wanita yang tidak mudah pudar
  - Kejelasan mengenai harga pakaian muslim wanita (label)

- Harga produk mampu bersaing dengan toko pakaian muslim wanita sejenis
- Kejelasan papan nama
- Kemenarikan papan nama
- Kemenarikan iklan melalui media social
- Banyaknya promo-promo spesial pada *event* tertentu
- Frekuensi diskon pada *event* tertentu
- Kerapihan pegawai dalam berpakaian seragam
- Kecepatan pegawai dalam melayani permintaan produk pakaian muslim wanita yang diinginkan pengunjung
- Pengetahuan yang dimiliki para pegawai tentang jenis-jenis produk pakaian muslim wanita
- Adanya bukti pembayaran dan perhitungan yang jelas (Nota)
- Kesesuaian harga pada label dengan yang harus dibayar dikasir
- Kebersihan ruangan di dalam toko
- Dekorasi toko pada *event* tertentu
- Kerapihan penataan produk pakaian muslim wanita yang dijual
- Kenyamanan kursi bagi pengunjung ketika sedang menunggu
- Suasana lagu (musik) di toko nyaman
- Luas gang antar pajangan pakaian muslim wanita
- Kejelasan keterangan untuk penempatan produk
- Peluang (*opportunity*)
  - Lokasi yang strategis terletak di pusat perbelanjaan Cimahi Mall
  - Pertumbuhan penduduk dan kemampuan daya beli masyarakat
  - Gaya hidup masyarakat yang modern
  - Hubungan dengan pemasok baik
  - Pemasok dapat diandalkan
- Ancaman (*threat*)
  - Perkembangan teknologi
  - Tingkat persaingan yang ketat

- Adanya perubahan selera konsumen
- Adanya produk substitusi
- Masuknya pendatang baru
- Kenaikan harga bahan baku

4. *Segmentation, targeting, dan positioning* toko Nindy Shop:

- *Segmentation*

- Segmentasi berdasarkan geografis: Lokasi tempat tinggal
- Segmentasi berdasarkan demografis: Usia pekerjaan, pendapatan, dan uang saku
- Segmentasi berdasarkan psikologis: Alasan membeli pakaian muslim wanita.
- Segmentasi berdasarkan perilaku: frekuensi membeli pakaian muslim wanita, penggunaan pakaian muslim wanita, pengetahuan keberadaan toko Nindy Shop, merek pakaian muslim wanita yang sering dibeli di toko Nindy Shop dan pengeluaran per orang

- *Targeting*

- Orang yang berusia 17-25 tahun (35%) dan 26-35 tahun (37%), pekerjaan sebagai mahasiswa (28%) dan karyawan (40%), uang saku Rp 150.000 < uang saku ≤ Rp 300.000 per bulan (53%) dan pendapatan Rp 2.500.000 < pendapatan ≤ Rp 5.000.000 per bulan (57%).
- Lokasi tempat tinggal Cimahi Selatan (37%) dan Cimahi Tengah (35%).
- Pengeluaran untuk membeli 1 buah pakaian muslim wanita perorang Rp 100.000 < Pengeluaran ≤ Rp 300.000 (48%).
- Yang paling mempengaruhi untuk membeli pakaian muslim wanita adalah model (48%).
- Frekuensi untuk membeli pakaian muslim wanita dalam 1 tahun adalah 2- 3 kali (61%).

- Merk pakaian muslim wanita yang sering dibeli di toko *Nindy Shop* adalah *Hodori* (46%).
- Pakaian muslim wanita biasa dipakai untuk keperluan pesta (49%) dan kerja (30%).
- Sumber informasi mengenai toko *Nindy Shop* didapat dari teman/saudara/keluarga (49%) dan melihat sendiri (46%).

- *Positioning*

*Positioning* dari toko *Nindy Shop* adalah dengan menetapkan slogan “Ngaku muslimah sejati? Beli produk *Nindy Shop*. Model terbaru, kualitas bagus, dijamin makin kece”.

5. Strategi yang perlu dilakukan oleh pengelola untuk dapat meningkatkan jumlah penjualan pakaian muslim wanita pada toko *Nindy Shop* adalah:

- Mencoba memproduksi pakaian muslim wanitanya sendiri.
- Mengembangkan desain *interior* dan *exterior* toko yang *modern*.
- Meningkatkan kualitas produk yang dijual dan pelayanan yang diberikan pegawai kepada pengunjung.
- Mengaplikasikan teknologi untuk penjualan secara *online* agar dapat memperluas pasar.
- Meningkatkan penataan produk yang dipajang agar terlihat *eye catching* dimata pengunjung.
- Membuat kartu anggota (*member*) agar dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung.
- Membuat promosi menarik melalui kupon agar dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung.
- Membuat dekorasi toko yang unik dan kreatif pada *event* tertentu agar dapat menarik pengunjung *mall*.
- Meningkatkan kualitas bahan baku.
- Melakukan perbaikan desain papan nama dan tata letak ruangan toko.
- Kemudahan pengunjung dalam mencari produk.
- Meningkatkan pelayanan toko.



- Meningkatkan pengawasan terhadap pemasok.

## 6.2 Saran

Adapun beberapa saran yang diajukan untuk penelitian lebih lanjut adalah sebagai berikut:

- Melakukan penelitian lebih lanjut ke tahap pengambilan keputusan dengan menggunakan matrik perencanaan strategis kuantitatif.
- Melakukan proses wawancara selain kepada pemilik toko agar penentuan skor rating pada matriks EFE lebih akurat.
- Melakukan pengembangan variabel pada matriks EFE.

