

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. *Segmentation, Targetting* dan *Positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh Chelsea Futsal, yaitu :

➤ *Segmentation*

- Usia

Usia yang bermain di Chelsea Futsal adalah berusia 20-24 tahun sebesar 55%, 16-19 tahun sebesar 22%, >25 tahun sebesar 17%, 13-15 tahun sebesar 6% dan <12 tahun sebesar 0%.

- Pekerjaan

Pekerjaan responden yang bermain di Chelsea Futsal adalah Pelajar/mahasiswa sebesar 39%, Karyawan Swasta sebesar 29%, Wiraswasta dan Pegawai Negeri sebesar 16%.

- Domisili

Domisili responden yang bermain futsal di Chelsea Futsal adalah Bandung Barat sebesar 54%, Bandung Selatan sebesar 16%, Bandung Timur sebesar 13%, Bandung Utara sebesar 9% dan Bandung Tengah sebesar 8%.

- Penghasilan (yang sudah bekerja)

Penghasilan responden yang bermain di Chelsea Futsal adalah 2,5 Juta < penghasilan ≤ 5 Juta sebesar 40%, ≤ 2,5 Juta sebesar 25%, 5 Juta < penghasilan ≤ 10 Juta sebesar 22%, 10 Juta < penghasilan ≤ 15 Juta sebesar 8% dan ≥ 15 Juta sebesar 5%.

- **Uang Saku Pelajar/Mahasiswa**
Uang saku responden yang bermain di Chelsea Futsal adalah 1 Juta < penghasilan \leq 2 Juta sebesar 35%, 2 Juta < penghasilan \leq 4 Juta sebesar 23%, \leq 1 Juta sebesar 21%, 4 Juta < penghasilan \leq 6 Juta sebesar 16% dan \geq 6 Juta sebesar 5%.
- **Media Sosial Yang Sering Digunakan**
Media sosial yang sering digunakan konsumen adalah yang *Instagram* sebesar 36%, *Line* sebesar 22%, *Path* sebesar 16%, *Facebook* sebesar 8%, *Twitter* sebesar 11% dan lainnya (BBM dan Whatsapp) sebesar 7%.
- **Frekuensi Bermain Futsal /Bulan**
Frekuensi konsumen bermain futsal /bulan adalah 3 kali /bulan sebesar 41%, 2 kali /bulan sebesar 22%, 4 kali /bulan sebesar 15%, 1 kali /bulan sebesar 14%, 5 kali /bulan sebesar 8% dan lainnya sebesar 0%.
- **Waktu Bermain Futsal**
Waktu konsumen biasanya bermain futsal adalah malam (pukul 18:00-22:00 WIB) sebesar 39%, sore (pukul 15:00-18:00 WIB) sebesar 32%, siang (pukul 11:00-15:00 WIB) sebesar 15%, pagi (pukul 08:00-11:00 WIB) sebesar 14%. Adapun konsumen yang bermain futsal baik di pagi hari maupun siang hari, biasanya bermain futsal pada akhir pekan.
- **Status di Chelsea Futsal**
Kebanyakan konsumen yang bermain futsal di Chelsea Futsal adalah pelanggan biasa (*non-member*), yaitu sebesar 65% dan sedangkan sisanya yaitu 35% merupakan pelanggan tetap (*member*) di Chelsea Futsal.

➤ *Targetting*

Berdasarkan hasil kuesioner penelitian tentang profil konsumen maka diperoleh hasil dengan persentase jawaban

terbanyak dan dapat dijadikan sebagai *targetting* Chelsea Futsal, yaitu sebagai berikut :

Tabel 6.1
Rangkuman hasil *Segmentation*

No	Jenis Segmentasi	<i>Targetting</i>
1	Usia	20-24 tahun
2	Pekerjaan	Pelajar/mahasiswa
3	Domisili	Bandung Barat
4	Uang saku	1 < penghasilan ≤ 2 juta
5	Media sosial yang sering digunakan	<i>Instagram</i>
6	Frekuensi bermain futsal /bulan	Tiga kali /bulan
7	Waktu biasanya bermain	Malam (pukul 18.00 – 22.00 WIB)

➤ *Positioning*

Berdasarkan dari hasil penilaian konsumen diatas maka Chelsea Futsal dapat memposisikan diri sebagai salah satu tempat futsal yang memiliki keramahan karyawan dalam melayani konsumen, cepat dalam melayani keinginan konsumen, kesopanan karyawan dalam melayani konsumen serta keamanan tempat futsal yang terjamin. *Image* yang dapat ditanamkan Chelsea Futsal kepada konsumen adalah “**Layanan baik dengan harga ekonomis**”. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan Chelsea Futsal sudah baik.

2. Hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih tempat futsal sebagai tempat bermain, yaitu :
 - Kualitas lantai lapangan futsal
 - Standar ukuran lapangan futsal
 - Kualitas jaring gawang
 - Kualitas pembatas lapangan
 - Kesesuaian harga dengan kualitas lapangan
 - Kekompetitifan harga yang ditawarkan dengan lapangan futsal lain
 - Kemudahan menemukan tempat futsal
 - Kemudahan lokasi futsal dicapai dengan kendaraan (mobil dan motor)

- Frekuensi promosi melalui media sosial (*Twitter, Instagram, Line* dan *Website*)
- Besarnya potongan harga yang ditawarkan untuk kalangan tertentu (mahasiswa dan pelajar)
- Besarnya potongan harga yang ditawarkan untuk pelanggan tetap
- Manfaat penggunaan kartu *member* untuk melakukan pemesanan/pembayaran lapangan futsal
- Sirkulasi udara di dalam ruangan
- Kecukupan area parkir
- Keberagaman jenis minuman ringan (*soft drink*)
- Kualitas bola pengganti yang tersedia (bila menggunakan)
- Kebersihan di dalam lapangan
- Kualitas bola yang digunakan (bila menggunakan)
- Kebersihan ruang ganti pemain
- Tanda/garis untuk pembatas lapangan
- Keamanan tempat parkir
- Kebersihan area tempat futsal
- Kebersihan tempat duduk penonton
- Kemenarikan desain ruangan tempat futsal
- Kecukupan jumlah loker untuk menyimpan barang
- Kecukupan kunci loker untuk menyimpan barang
- Kebersihan tempat istirahat pemain
- Kualitas penerangan lapangan
- Keamanan tempat futsal
- Kebersihan toilet
- Kejelasan tulisan papan nama dan ukuran papan nama yang besar
- Keramahan karyawan dalam melayani konsumen/pelanggan
- Kemudahan konsumen untuk menghubungi karyawan
- Kesopanan karyawan dalam melayani konsumen/pelanggan
- Kecepatan karyawan dalam melayani konsumen

- Ketanggapan karyawan dalam menanggapi keluhan konsumen/pelanggan
 - Kemudahan dalam melakukan pemesanan lapangan
 - Ketepatan dalam menghitung waktu penyewaan
 - Alternatif cara pembayaran dalam pemesanan lapangan (tunai, debit atau kartu kredit)
 - Kejelasan nota bukti penyewaan
3. Kinerja pelayanan Chelsea Futsal saat ini, yaitu :
- Berdasarkan hasil dari uji hipotesis ada 21 atribut dari 34 atribut yang menyatakan puas dengan kinerja Chelsea Futsal saat ini.
4. Posisi Chelsea Futsal saat ini di bandingkan dengan pesaing, yaitu :
- Berdasarkan hasil *Correspondence Analysis* Chelsea Futsal hanya unggul 14 atribut dari 34 atribut dibandingkan dengan pesaingnya Futsal 76 yang unggul 20 atribut dari 34 atribut. Hal ini menunjukkan Chelsea Futsal masih dibawah pesaingnya atau dengan kata lain pesaingnya masih unggul dibandingkan Chelsea Futsal.
5. Tingkat kepuasan konsumen di Chelsea Futsal, yaitu :
- Atribut yang dinilai memuaskan bagi konsumen Chelsea Futsal, yaitu :
 - Atribut 4 : Kualitas jaring pembatas lapangan
 - Atribut 6 : Kekompetitifan harga yang ditawarkan dengan lapangan futsal lain
 - Atribut 7 : Kemudahan menemukan tempat futsal
 - Atribut 8 : Kemudahan lokasi futsal dicapai dengan kendaraan (mobil dan motor)
 - Atribut 10 : Besarnya potongan harga yang ditawarkan untuk kalangan tertentu (mahasiswa dan pelajar)
 - Atribut 11 : Besarnya potongan harga yang ditawarkan untuk pelanggan tetap

- Atribut 12 : Manfaat penggunaan kartu *member* untuk melakukan pemesanan/pembayaran lapangan futsal
- Atribut 15 : Keberagaman jenis minuman ringan (*soft drink*)
- Atribut 17 : Kebersihan di dalam lapangan
- Atribut 19 : Kebersihan ruang ganti pemain
- Atribut 21 : Keamanan tempat parkir
- Atribut 23 : Kebersihan tempat duduk penonton
- Atribut 28 : Kualitas penerangan lapangan
- Atribut 30 : Kebersihan toilet
- Atribut 31 : Kejelasan tulisan papan nama dan ukuran papan nama yang besar
- Atribut 34 : Kemudahan konsumen untuk menghubungi karyawan
- Atribut 35 : Kesopanan karyawan dalam melayani konsumen/pelanggan
- Atribut 36 : Kecepatan karyawan dalam melayani konsumen
- Atribut 37 : Kemudahan dalam melakukan pemesanan lapangan
- Atribut 39 : Alternatif cara pembayaran dalam pemesanan lapangan (tunai, debit atau kartu kredit)
- Atribut 40 : Kejelasan nota bukti penyewaan
- Atribut yang dinilai tidak memuaskan bagi konsumen Chelsea Futsal, yaitu :
 - Nomor urut 1 atribut 1 : Kualitas lantai lapangan futsal
 - Nomor urut 2 atribut 2 : Standar ukuran lapangan futsal
 - Nomor urut 3 atribut 3 : Kualitas jaring gawang
 - Nomor urut 5 atribut 5 : Kesesuaian harga dengan kualitas lapangan
 - Nomor urut 9 atribut 9 : Frekuensi promosi melalui media sosial (*Twitter, Instagram, Line dan Website*)
 - Nomor urut 13 atribut 13 : Sirkulasi udara di dalam ruangan
 - Nomor urut 14 atribut 14 : Kecukupan area parkir

- Nomor urut 16 atribut 16 : Kualitas bola pengganti yang tersedia (bila menggunakan)
 - Nomor urut 18 atribut 18 : Kualitas bola yang digunakan (bila menggunakan)
 - Nomor urut 20 atribut 20 : Tanda/garis untuk pembatas lapangan
 - Nomor urut 27 atribut 23 :Kebersihan tempat duduk penonton
 - Nomor urut 25 atribut 29 : Keamanan tempat futsal
 - Nomor urut 28 atribut 32 : Keramahan karyawan dalam melayani konsumen
 - Nomor urut 32 atribut 37 : Kemudahan dalam melakukan pemesanan lapangan
6. Usulan strategi pemasaran yang dapat diberikan kepada Chelsea Futsal agar dapat meningkatkan tingkat penyewaan lapangan futsal, yaitu :
- Chelsea Futsal membeli bola dengan kualitas yang bagus (baik untuk bola yang utama maupun bola pengganti). Bola yang sudah selesai digunakan sebaiknya disimpan dikeranjang penyimpanan bola. Apabila bola diletakkan dilantai, hal itu akan mempengaruhi kelembaban bola karena kelembaban pada lantai bisa berubah-ubah yang mengakibatkan kulit bola mudah terkelupas. Jika kulit bola terkelupas maka berat bola pun akan berkurang.
 - Chelsea Futsal sebaiknya memberikan pelatihan kepada karyawan agar sigap dalam menerima telepon dari konsumen dan karyawan sebaiknya memberikan beberapa ID (Identitas Digital) media sosial yang dia gunakan agar konsumen mudah untuk menghubungi karyawan tersebut.
 - Chelsea Futsal sebaiknya mengganti semua kaca (pada gambar 5.27 dan 5.28 yang dilingkari) dengan menggunakan jaring kawat agar sirkulasi udara didalam ruangan lebih baik.

- Karena lahan parkir Chelsea Futsal tidak begitu luas maka sebaiknya pihak Chelsea Futsal membatasi kendaraan warga yang memarkirkan kendaraannya dengan cara hanya mengizinkan 1 mobil warga yang bisa parkir sehingga konsumen dapat memarkirkan kendaraannya.
- Chelsea Futsal sebaiknya melakukan perawatan lapangan secara rutin terutama pada cat pernis karena pudarnya cat tersebut bisa membuat lantai lapangan jadi licin. Perawatan sebaiknya dilakukan apabila cat lantai mulai pudar dan sebaiknya pihak Chelsea Futsal segera memperbaiki lantai lapangan yang sudah rusak tersebut.
- Sebaiknya pihak Chelsea Futsal melakukan promosi melalui media *instagram*.
- Chelsea Futsal sebaiknya mengganti jaring pembatas lapangan dengan jaring yang lebih baik.
- Chelsea Futsal sebaiknya Futsal meningkatkan kebersihan ruang ganti pemain dengan rutin membersihkan setiap hari agar ruangan nyaman digunakan oleh konsumen.
- Chelsea Futsal sebaiknya dapat melakukan perbaikan dengan cara memberikan pelatihan terhadap karyawan tersebut.
- Chelsea Futsal sebaiknya mengganti dengan jaring gawang yang baru atau memperbaiki jaring gawang yang rusak tersebut dengan membuat sendiri jaring dengan tali nilon.
- Chelsea Futsal sebaiknya memperbaiki lantai lapangan yang rusak.
- Chelsea Futsal sebaiknya membuat promo pada hari tertentu untuk konsumen yang datang bermain. Konsumen utama Chelsea Futsal juga kebanyakan dari mahasiswa sehingga dengan adanya promo tersebut bisa membuat mahasiswa tertarik untuk datang bermain.
- Chelsea Futsal sebaiknya perlu mengganti papan nama tersebut dengan menggunakan papan nama yang terbuat dari bahan aluminium agar tidak mudah robek.

- Chelsea Futsal sebaiknya mengganti cara pemesanan yang menggunakan kwintasi manual (tulis tangan) dengan menggunakan komputer.
- Chelsea Futsal sebaiknya memberikan potongan harga untuk mahasiswa karena konsumen/target pasar yang paling banyak bermain di Chelsea Futsal adalah mahasiswa yang berdomisili di Bandung Barat dan memiliki uang saku antara $1 < \text{Uang Saku} \leq 2$ juta dan yang sering bermain 3 kali dalam sebulan. Usulan penulis adalah hanya dengan menunjukkan KTM (Kartu Tanda Mahasiswa) mereka mendapatkan potongan harga yang disesuaikan dengan waktu penyewaan. Misalnya untuk penyewaan di pagi hari (08:00 – 11:00 WIB) mendapatkan diskon sebesar 25%, siang hari (11:00 – 15:00 WIB) mendapatkan diskon sebesar 15% dan sore hari (15:00 – 18:00 WIB) mendapatkan diskon sebesar 10% dari harga yang telah ditentukan dan pada hari tertentu (Senin – Jumat). Untuk mahasiswa yang sudah menjadi *member* diberikan keringanan yaitu “main sebanyak 5 kali untuk berikutnya hanya bayar setengah harga (untuk sekali bermain)”. Berhubung target pasarnya adalah mahasiswa yang biasa menggunakan *Instagram* dalam kesehariannya maka sebaiknya pihak Chelsea Futsal membuat akun *instagram* sebagai salah satu media untuk promosi.
- Chelsea Futsal sebaiknya menambah satu buah lemari pendinginnya agar bisa menambah keragaman jenis minuman ringan.
- Chelsea Futsal sebaiknya menggunakan debit sehingga konsumen bisa dengan mudah dengan melakukan pembayaran.
- Chelsea Futsal sebaiknya bisa meningkatkan kemudahan konsumen menghubungi karyawan dengan selalu ada pada saat konsumen membutuhkan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis memberikan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi Chelsea Futsal untuk dapat meningkatkan tingkat penyewaan lapangan futsal dan saran untuk mengembangkan penelitian ini. Adapun saran yang diajukan adalah sebagai berikut :

- Memperbanyak atribut penelitian untuk penelitian berikutnya.
- Sebaiknya dilakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen untuk penelitian berikutnya.
- Untuk penelitian berikutnya perlu adanya penelitian mengenai ketahanan lantai *parquet*.

