

BAB 6

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. Hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih jasa *laundry* adalah:

- Kebersihan hasil pencucian
- Kerapihan hasil setrika
- Ketahanan pelembut pakaian
- Ketahanan wangi pakaian
- Kerapihan penyusunan baju saat pembungkusan
- Kualitas hasil *laundry* (tidak luntur, tidak sobek)
- Keragaman jenis layanan (cuci kiloan, cuci express, dry clean)
- Pelayanan pencucian berbagai jenis produk (boneka, tas, sepatu, dll)
- Pelayanan khusus untuk member (potongan harga, fasilitas tambahan)
- Keterjangkauan harga layanan *laundry*
- Kesesuaian harga dengan kualitas *laundry* yang diberikan
- Kemudahan menjangkau tempat *laundry*
- Kedekatan tempat *laundry* dengan jalan raya sehingga mudah dilihat
- Potongan harga untuk paket-paket tertentu
- Promosi melalui media cetak (selebaran/ brosur)
- Promosi melalui media sosial (whatsapp, line, BBM, dll)
- Kemenarikan tampilan dalam media promosi
- Frekuensi dalam melakukan promosi
- Ketepatan layanan kasir dalam menghitung pembayaran
- Keakuratan dalam proses penghitungan jumlah baju

- Ketepatan hasil cucian (tidak tertukar)
- Kecepatan dalam proses pembayaran
- Kemudahan dalam proses pembayaran (tunai, debit, flazz,dll)
- Keakuratan dalam penimbangan cucian
- Kejujuran jasa *laundry* (barang yang tertinggal: uang, baju, dll)
- Kelengkapan jumlah pakaian pada saat pengembalian
- Ketepatan waktu hasil cucian sesuai waktu yang telah dijanjikan
- Kemudahan penanganan keluhan garansi terhadap kualitas cucian (cuci ulang)
- Kemudahan penanganan keluhan garansi terhadap setiap baju yang rusak atau hilang
- Kecepatan layanan pengambilan baju yang akan dicuci
- Kecepatan layanan pengiriman baju yang sudah dicuci
- Keramahan karyawan bagian kasir dalam melayani konsumen
- Kerapihan penampilan karyawan *laundry*
- Ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen
- Ketanggapan karyawan dalam merespon keluhan konsumen
- Kejelasan karyawan dalam menjelaskan berbagai layanan yang tersedia
- Kerapihan penataan baju di rak took
- Kebersihan tempat *laundry*
- Kemenarikan tempat *laundry*
- Keamanan tempat parkir
- Kenyamanan tempat menunggu
- Kemenarikan papan nama *laundry* (*eye catching*)

2. Keunggulan dan kelemahan dari *Laundry* Tata dibandingkan dengan pesaing adalah

Variabel Keunggulan *Laundry* Tata

- Kualitas hasil *laundry* (tidak luntur, tidak sobek)

- Keragaman jenis layanan (cuci kiloan, cuci express, dry clean)
- Pelayanan pencucian berbagai jenis produk (boneka, tas, sepatu, dll)
- Promosi melalui media cetak (selebaran/ brosur)
- Ketepatan layanan kasir dalam menghitung pembayaran
- Kejujuran jasa *laundry* (barang yang tertinggal: uang, baju, dll)
- Kelengkapan jumlah pakaian pada saat pengembalian
- Keramahan karyawan bagian kasir dalam melayani konsumen
- Kerapihan penampilan karyawan *laundry*
- Ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen
- Kemenarikan tempat *laundry*
- Kemenarikan papan nama *laundry* (*eye catching*)

Variabel Kelemahan *Laundry* Tata

- Kebersihan hasil pencucian
- Kerapihan hasil setrika
- Ketahanan pelembut pakaian
- Ketahanan wangi pakaian
- Kerapihan penyusunan baju saat pembungkusan
- Keterjangkauan harga layanan *laundry*
- Kesesuaian harga dengan kualitas *laundry* yang diberikan
- Kemudahan menjangkau tempat *laundry*
- Frekuensi dalam melakukan promosi
- Kecepatan dalam proses pembayaran
- Kemudahan dalam proses pembayaran (tunai, debit, flazz, dll)
- Kemudahan penanganan keluhan garansi terhadap setiap baju yang rusak atau hilang
- Ketanggapan karyawan dalam merespon keluhan konsumen
- Kebersihan tempat *laundry*
- Keamanan tempat parkir

- Kedekatan tempat *laundry* dengan jalan raya sehingga mudah dilihat
 - Keakuratan dalam proses penghitungan jumlah baju
 - Ketepatan hasil cucian (tidak tertukar)
 - Keakuratan dalam penimbangan cucian
 - Ketepatan waktu hasil cucian sesuai waktu yang telah dijanjikan
 - Kemudahan penanganan keluhan garansi terhadap kualitas cucian (cuci ulang)
 - Kejelasan karyawan dalam menjelaskan berbagai layanan yang tersedia
 - Kerapihan penataan baju di rak took
 - Kenyamanan tempat menunggu
3. Tingkat kepuasan konsumen terhadap *Laundry* Tata dirasa belum memuaskan. Dibawah ini merupakan variabel yang menurut konsumen belum puas.
- Kebersihan hasil pencucian
 - Kerapihan hasil setrika
 - Ketahanan pelembut pakaian
 - Ketahanan wangi pakaian
 - Kerapihan penyusunan baju saat pembungkusan
 - Kualitas hasil *laundry* (tidak luntur, tidak sobek)
 - Keragaman jenis layanan (cuci kiloan, cuci express, dry clean)
 - Pelayanan pencucian berbagai jenis produk (boneka, tas, sepatu, dll)
 - Pelayanan khusus untuk member (potongan harga, fasilitas tambahan)
 - Keterjangkauan harga layanan *laundry*
 - Kesesuaian harga dengan kualitas *laundry* yang diberikan
 - Kemudahan menjangkau tempat *laundry*
 - Kedekatan tempat *laundry* dengan jalan raya sehingga mudah dilihat
 - Potongan harga untuk paket-paket tertentu

- Promosi melalui media cetak (selebaran/ brosur)
- Promosi melalui media sosial (whatsapp, line, BBM, dll)
- Kemerikatan tampilan dalam media promosi
- Frekuensi dalam melakukan promosi
- Ketepatan layanan kasir dalam menghitung pembayaran
- Keakuratan dalam proses penghitungan jumlah baju
- Ketepatan hasil cucian (tidak tertukar)
- Kecepatan dalam proses pembayaran
- Kemudahan dalam proses pembayaran (tunai, debit, flazz, dll)
- Keakuratan dalam penimbangan cucian
- Kejujuran jasa *laundry* (barang yang tertinggal: uang, baju, dll)
- Kelengkapan jumlah pakaian pada saat pengembalian
- Ketepatan waktu hasil cucian sesuai waktu yang telah dijanjikan
- Kemudahan penanganan keluhan garansi terhadap kualitas cucian (cuci ulang)
- Kemudahan penanganan keluhan garansi terhadap setiap baju yang rusak atau hilang
- Kecepatan layanan pengambilan baju yang akan dicuci
- Kecepatan layanan pengiriman baju yang sudah dicuci
- Keramahan karyawan bagian kasir dalam melayani konsumen
- Kerapihan penampilan karyawan *laundry*
- Ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen
- Ketanggapan karyawan dalam merespon keluhan konsumen
- Kejelasan karyawan dalam menjelaskan berbagai layanan yang tersedia
- Kerapihan penataan baju di rak took
- Kebersihan tempat *laundry*
- Kemerikatan tempat *laundry*
- Keamanan tempat parkir
- Kenyamanan tempat menunggu

- Kemenarikan papan nama *laundry* (*eye catching*)

4. Kinerja layanan jasa *laundry* dibandingkan dengan tingkat kepentingannya.

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarakan kinerja layanan *Laundry* Tata yang dinilai baik oleh para responden adalah sebagai berikut:

- Kerapihan penyusunan baju saat pembungkusan
- Keragaman jenis layanan (cuci kiloan, cuci express, dry clean)
- Kinerja layanan *Laundry* Tata yang dinilai tidak baik oleh para responden adalah sebagai berikut:
 - Kebersihan hasil pencucian
 - Kerapihan hasil setrika
 - Kualitas hasil *laundry* (tidak luntur, tidak sobek)
 - Pelayanan pencucian berbagai jenis produk (boneka, tas, sepatu, dll)
 - Keterjangkauan harga layanan *laundry*
 - Kesesuaian harga dengan kualitas *laundry* yang diberikan
 - Kemudahan menjangkau tempat *laundry*
 - Kejujuran jasa *laundry* (barang yang tertinggal: uang, baju, dll)
 - Kelengkapan jumlah pakaian pada saat pengembalian
 - Ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen
 - Ketanggapan karyawan dalam merespon keluhan konsumen
 - Ketahanan pelembut pakaian
 - Keakuratan dalam proses penghitungan jumlah baju
 - Ketepatan hasil cucian (tidak tertukar)
 - Kemudahan dalam proses pembayaran (tunai, debit, flazz,dll)
 - Keakuratan dalam penimbangan cucian
 - Kemudahan penanganan keluhan garansi terhadap kualitas cucian (cuci ulang)
 - Kemudahan penanganan keluhan garansi terhadap setiap baju yang rusak atau hilang

- Keramahan karyawan bagian kasir dalam melayani konsumen
 - Ketahanan wangi pakaian
 - Kedekatan tempat *laundry* dengan jalan raya sehingga mudah dilihat
 - Promosi melalui media cetak (selebaran/ brosur)
 - Kemenarikan tampilan dalam media promosi
 - Frekuensi dalam melakukan promosi
 - Ketepatan waktu hasil cucian sesuai waktu yang telah dijanjikan
 - Kejelasan karyawan dalam menjelaskan berbagai layanan yang tersedia
 - Kerapihan penataan baju di rak took
 - Kebersihan tempat *laundry*
 - Keamanan tempat parkir
 - Ketepatan layanan kasir dalam menghitung pembayaran
 - Kecepatan dalam proses pembayaran
 - Kerapihan penampilan karyawan *laundry*
 - Kemenarikan tempat *laundr*
 - Kenyamanan tempat menunggu
 - Kemenarikan papan nama *laundry* (*eye catching*)
5. Berikut ini adalah *segmentation*, *targeting* dan *positioning* yang dilakukan dan diusulkan di *Laundry Tata*.
- *Segmentation*

Segmentasi dibagi menjadi empat bagian yaitu demografis, psikografis, dan perilaku. Pada segmentasi demografis: Usia, pekerjaan, uang saku dan pendapatan per bulan. Pada segmentasi Psikografis: keberasalan informasi mengenai *Laundry Tata*. Pada perilaku: jenis jasa *laundry* yang sering digunakan, jenis barang yang sering pelanggan *laundry*, *budget* yang dikeluarkan satu kali menggunakan jasa *laundry*, frekuensi menggunakan jasa *laundry* per bulan, dan keadaan menggunakan jasa *laundry*.

- *Targeting*

Targeting dari *Laundry* Tata yaitu :

- Usia : 19 – 23 tahun
 - Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa
 - Tempat tinggal di Bandung : Kos-kosan dan rumah
 - Uang saku perbulan : Rp. 1.000.000,00 s/d < Rp. 2.000.000,00 dan
Rp. 2.000.000,00 s/d < Rp. 3.000.000,00
 - Pendapatan perbulan : Rp. 2.750.000,00 s/d < Rp.5.000.000,00
 - Biaya yang dikeluarkan dalam sekali *melaundry* : Rp. 10.000 - Rp.
20.000 dan Rp. 21.000 - Rp. 30.000
 - Frekuensi menggunakan jasa *laundry* : 1x/bulan, 2x/bulan dan
4x/bulan
 - Kepemilikan barang yang dicuci : Pribadi
 - Jenis barang yang *dilaundry* : Pakaian dan *bed cover*
 - Jenis jasa yang digunakan : kiloan dan *express*
 - Cara memperoleh informasi : Teman dan keluarga
 - Media social yang sering digunakan : Line
 - Kondisi dalam pemakaian jasa *laundry* : Sehari-hari, saat cucian
menumpuk, dan kebutuhan mendesak
- *Positioning*

Positioning dari *Laundry* Tata yaitu :

Saat ini *Laundry* Tata belum pernah melakukan *positioning*. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan dari pemilik *Laundry* Tata mengenai hal-hal yang berhubungan dengan manajemen maupun strategi pemasaran yang sebenarnya penting dalam menjalankan suatu bisnis atau perusahaan.

Berdasarkan target pasar dari *Laundry* Tata adalah mahasiswa, selain itu dengan melihat keunggulan-keunggulan variabel dibandingkan dengan pesaingnya yaitu *Laundry* Michi dan Superhero yaitu keramahan karyawan bagian kasir dalam melayani konsumen,

ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen, kejujuran jasa *laundry* serta kualitas hasil *Laundry* Tata, maka slogan yang dapat dipakai untuk *Laundry* Tata adalah “*Laundry* Tata, Ramah dan Terpercaya”. Diharapkan dengan memberikan slogan ini dapat memberi dampak dan kesan positif bagi *Laundry* Tata dan menarik konsumen agar menggunakan jasa *Laundry* Tata.

6. Upaya dan strategi pemasaran yang dapat diusulkan kepada *Laundry* Tata adalah sebagai berikut :

- Ketika menerima pakaian yang akan dicuci dari konsumen, karyawan memberikan *label tag* terhadap cucian yang akan dicucikan sehingga kesalahan dapat dihindarkan.
- Mempermudah penanganan keluhan garansi terhadap kualitas cucian dengan memberi pertanggungjawaban atas keluhan konsumen apabila terbukti kesalahan pihak *Laundry* Tata, kemudian menentukan jangka waktu sampai kapan keluhan dapat ditangani sehingga konsumen akan memperoleh kejelasan akan keluhannya.
- Menempelkan bukti pembayaran pada kantung cucian pemiliknya setelah melakukan pengemasan dan disarankan untuk tidak membuka kantung cucian sebelum cucian tersebut akan dicuci.
- Menata cucian berdasarkan tanggal pengambilan / tanggal selesainya cucian seperti yang tertulis di bukti pembayaran.
- Memberikan pelatihan secara *off the job* serta pengetahuan yang lebih jelas dan detail kepada karyawannya sehingga karyawannya mampu menjelaskan berbagai layanan yang dimiliki *Laundry* Tata.
- Menentukan lamanya cucian selesai disetrika dan di-*pack* sesuai dengan kapasitas mesin cuci yang ada dan juga mempertimbangkan banyaknya cuciaan yang sedang ditangani oleh *Laundry* Tata.
- Membuat papan nama *Laundry* Tata yang lebih besar dan meletakan pada posisi yang tidak terhalang oleh benda yang lain.

- Memilih media yang cocok untuk menyebarkan informasi agar informasi yang diberikan dengan cepat sampai kepada konsumen, dan harus memperhatikan kemenarikan tampilan dalam media promosi.
- Menyediakan beberapa kursi agar konsumen dapat menggunakannya saat pengambilan cucian yang sudah selesai di *laundry* ataupun saat penyerahan cucian.

6.2 Saran

Adapun saran yang diajukan untuk mengembangkan penelitian ini adalah

- Sebaiknya *Laundry* Tata melakukan perbaikan sesuai dengan usulan yang telah diberikan
- Sebaiknya *Laundry* Tata menerapkan usulan variabel-variabel yang saat ini belum diterapkan di *Laundry* Tata
- Sebaiknya pada penelitian selanjutnya melihat loyalitas dari konsumen terhadap *Laundry* Tata.
- Sebaiknya pada penelitian selanjutnya memperhatikan *brand equity* dari jasa *laundry* tersebut.