

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 pemasaran yang dianggap penting oleh konsumen untuk pemberitahuan informasi produk oleh *dealer* motor, yaitu :

- Jumlah jenis motor.
- Jumlah *stock* motor yang tersedia.
- Tingkat kerendahan angka kilometer pada motor.
- kelengkapan surat-surat kendaraan.
- informasi tentang bekas kecelakaan, terkena banjir / kecacatan motor yang dijual (sejarah motor).
- *service record* motor yang dijual.
- kondisi *body* motor.
- harga jual sesuai dengan kualitas motor.
- harga lebih murah dibanding dealer lain.
- harga motor bekas tidak fix, harga bisa di negosiasi.
- harga jual motor bersaing (apa bila ingin dijual lagi).
- lokasi dealer mudah ditemukan.
- lokasi dealer strategis.
- kemenarikan dealer.
- promosi menggunakan media sosial dan internet.
- promosi menggunakan media cetak.
- Penggunaan SPG motor (*sales promotion girl*).
- Ketepatan informasi tentang jam operasional dan kontak yang dapat dihubungi.
- potongan harga dari dealer (diskon).
- penampilan karyawan yang rapih.
- keramahan karyawan terhadap konsumen.
- kemampuan promosi karyawan.
- kecepatan dan ketepatan dalam melayani konsumen.
- pengetahuan karyawan motor yang dijual.

- kecepatan dalam mersepon pemesanan dan pembelian.
- Kecepatan motor bisa diambil dari dealer.
- kecepatan proses balik nama.
- kemudahah proses balik nama.
- kemudahan pemesanan.
- kemudahan pembayaran.
- interior dealer yang baik dan menarik.
- penataan display motor yang menarik.
- kebersihan showroom.
- kenyamanan kursi dan meja (untuk melakukan transaksi).

2. Tingkat kinerja PT. Antar Putra Motor, yaitu :

Variabel yang memiliki kinerja dibawah rata-rata, yaitu

- Penggunaan SPG motor.
- Pengetahuan karyawan terhadap motor yang dijual.
- Penataan *display* motor yang menarik.
- Kecepatan motor bisa diambil dari dealer.

Adapun variabel yang memiliki kinerja diatas rata-rata, yaitu:

- Tingkat kerendahan angka kilometer pada motor.
- Kebersihan *showroom*.
- Harga lebih murah dibanding dealer lain.
- Lokasi dealer strategis.
- Kecepatan dalam merespon pembelian dan pemesanan.
- Kecepatan proses balik nama.
- Kemudahan proses balik nama.
- Interior dealer yang baik dan menarik.

3. Tingkat kepuasan konsumen di PT. Antar Putra Motor Cimareme, yaitu :

Variabel yang mendapat hasil memuaskan, yaitu:

- Harga lebih murah dibandingkan dealer lain.
- Lokasi dealer strategis
- Kecepatan dalam merespon pemesanan dan pembelian.
- Kecepatan motor bisa diambil dari dealer.

- Kecepatan proses balik nama.
- Kemudahan proses balik nama.
- Interior dealer yang baik dan menarik.
- Kebersihan *showroom*.

Adapun variabel yang mendapat hasil tidak memuaskan, yaitu :

- Kerendahan angka kilometer pada motor.
- Penggunaan SPG (*sales promotion girl*).
- Pengetahuan karyawan terhadap motor yang dijual.
- Penataan *display* motor yang menarik.

4. *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh PT.

Antar Putra Motor Cimareme, yaitu :

- *Segmentation*

Segmentation berdasarkan :

- Demografis yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan dan penghasilan.
- Psikografis yaitu penggunaan media informasi

- *Targeting*

Targeting untuk PT. Antar Putra Motor, yaitu :

- Laki-laki
- Usia 31 - 50 tahun
- Pekerjaan pegawai swasta.
- Pendidikan Diploma atau Sarjana.
- Uang saku untuk pelajar Rp 1,5 juta sampai Rp. 3 juta.
- Penghasilan untuk para pekerja Rp. 2,8 juta sampai Rp. 5 juta.
- Merk yang digunakan terbanyak adalah Yamaha
- Motivasi membeli motor adalah pekerjaan.
- Jenis motor yang diinginkan adalah motor matic
- Cara pembayaran Tunai
- Kartu debit yang sering digunakan adalah kartu debit BCA
- Kartu kredit yang sering digunakan kartu kredit MEGA
- 1 juta < uang muka < 3 juta (apabila melakukan kredit)
- Melakukan cicilan 1 juta < cicilan < 3 juta
- Media yang digunakan untuk mendapatkan informasi adalah Media sosial.

- Media cetak yang disukai adalah spanduk.
- Media elektronik yang disukai adalah televisi.
- Media sosial yang digunakan *Whatsapp*.
- Lokasi atau acara yang dikunjungi adalah acara komunitas motor.

- *Positioning*

Positioning adalah suatu upaya untuk menciptakan kesan atau *image* suatu produk yang mudah diingat oleh konsumen, dalam penelitian ini produk yang ditawarkan adalah motor bekas. Maka, *positioning* yang efektif adalah suatu upaya yang berfokus untuk mudah diingat konsumen yang didasarkan pada persepsi dan preferensi konsumen untuk membeli motor bekas. Dalam menciptakan suatu persepsi membeli motor maka penulis mengusulkan untuk menggunakan slogan atau *tagline* perusahaan yang mana belum dimiliki oleh perusahaan saat ini.

Maka dari itu penulis memilih 1 *tagline* yang penulis anggap yang terbaik yaitu Antar Putra Motor Jual Beli Motor Bekas, penulis memilih *tagline* ini dikarenakan perusahaan memang belum memiliki *tagline* saat ini dan penulis menanggapi *tagline* yang dipilih dapat menjangkau target konsumen sesuai dengan *targetting* yang sudah dilakukan pada bab ini.

5. Usulan strategi pemasaran yang dapat diberikan kepada PT. Antar Putra Motor Cimareme agar dapat meningkatkan tingkat penjualannya, yaitu :
 - perusahaan Memilih SPG profesional yang dapat menarik perhatian konsumen, dikarenakan 65% konsumen berjenis kelamin laki-laki.
 - SPG yang dipilih harus mencerminkan citra yang baik bagi perusahaan dari tutur kata, pelayanan, dan penampilan yang membangkitkan image positif bagi perusahaan.
 - memilih SPG dengan kemampuan menjual yang baik, dalam hal ini setidaknya SPG fasih memasarkan produk berdasarkan pengetahuan tentang motor yang akan dijual dan berikut cara pembayaran yang disediakan perusahaan.
 - Memilih SPG yang komunikatif dan aktif.

- Menggunakan SPG pada tempat yang tepat, dari hasil analisis segmentasi diketahui bahwa konsumen menyukai acara komunitas motor, maka dari itu penulis mengusulkan agar perusahaan menggunakan SPG untuk melakukan pemasaran pada saat acara komunitas motor dilangsungkan.
- Membuat display yang menceritakan tentang produk yang dijual, dalam hal ini maka penulis mengusulkan untuk membuat sebuah kertas atau kartu yang ditempatkan pada setiap motor nya yang berisikan informasi tentang motor tersebut.
- Membuat *lay out* penataan yang baik dan rapih dan menciptakan kesan nyaman untuk konsumen agar konsumen dapat menikmati suasana pada saat memperhatikan display yang dipajang.
- Menempatkan motor terbaik pada posisi terbaik, menempatkan motor-motor terbaik agar mudah dilihat dan dikenali oleh mata sehingga dapat lebih menarik konsumen.
- Melakukan *training* yang diperuntukan bagi pegawai baru.
- Selalu melakukan pembaruan mengenai data-data yang dibutuhkan dalam menjual motor.
- Membuat suatu bentuk media interaktif pemasaran berupa 1 halaman kertas yang berisi tentang spesifikasi motor dan harga atau pun hal serupa namun dalam bentuk file (menggunakan gadget) yang dioperasikan aoleh pegawai. Dengan ini dilakukannya hal ini maka akan membantu dan meningkatkan pengetahuan karyawan terhadap motor yang dijual.
- Memperbaiki terus menerus sistem transaksi, dalam hal ini adalah perihal surat-ruat kendaraan dan kecepatan proses pembayaran, karena meskipun konsumen sebenarnya dinyatakan puas, namun variabel 27 masih termasuk ke dalam kuadaran III IPA yang berarti kinerja masih perlu ditingkatkan.
- Menyediakan tenaga kerja yang ahli dalam seluk beluk motor bekas, sehingga dapat dilakukan pengecekan keaslian angka kilometer
- Melakukan seleksi yang baik terhadap motor bekas yang akan dibeli oleh perusahaan dan dijual lagi
- Mempertahankan kinerja saat ini dan bahkan meningkatkan kinerja.

- Selalu memantau kebersihan *showroom*, dalam hal ini meliputi semua aspek yaitu toilet, kursi tunggu dan keseluruhan *showroom*.
- Menggunakan jadwal piket kebersihan yang diisi oleh staff kebersihan yang berisikan jam pembersihan dan atribut-atribut apa saja yang dibersihkan,
- Memperhatikan keselarasan data-data berupa *stock* motor, berkas-berkas yang diperlukan saat transaksi, ataupun kecepataan koordinasi dengan pihak leasing.
- Dalam melakukan balik nama, dibutuhkan biaya pajak berupa BBN KB (biaya balik nama kendaraan bermotor), PKB (pajak kendaraan bermotor), SWDKLJJ (sumbangan wajib dana kecelakaan lalu-lintas jalan), biaya administrasi STNK, biaya administrasi TNKB (tanda nomor kendaraan bermotor) dan biaya-biaya diluar pajak, yang mana dibutuhkan relasi dari dealer dan kelengkapan surat-surat kendaraan bermotor. Namun kinerja yang baik sudah dilakukan oleh perusahaan sehingga hal-hal diatas dapat ditangani dengan baik dan membantu konsumen dalam proses balik nama.
- Perusahaan mempertahankan lokasi dealer nya yang sekarang yaitu di jalan cimareme no.163 karena Lokasi yang sekarang dianggap sudah strategis dan membuat konsumen puas.
- Perusahaan mempertahankan harga jual yang sudah bersaing dengan dealer lain.
- Selalu memperhatikan kualitas motor yang dijual dan memberikan harga yang sesuai untuk konsumen
- Memberi apresiasi berupa souvenir seperti sticker, lap motor, sabun motor dan sebagai nya kepada konsumen yang membeli motor agar lebih memuaskan konnsumen dan memberikan citra yang baik dan professional dari perusahaan
- Melakukan perawatan interior dealer yang sudah baik saat ini, ataupun melakukan perubahan yang sesuai dengan identitas perusahaan dari desain, warna, dan tata letak yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap interior dealer.

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 :

- Memperhatikan variabel yang masih dirasakan belum puas oleh konsumen
- Menjalankan semua usulan yang diberikan penulis agar tujuan penelitian ini tercapai yaitu meningkatnya penjualan.
- Melakukan peninjauan terhadap komunitas motor yang ada di wilayah tersebut karena sangat berguna untuk menjangkau pendekatan konsumen dengan media grup *whatsapp*.

