

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah melakukan pengolahan data melalui metode pengolahan data *Segmentation, Targeting, dan Positioning, Importance Performance Analysis (IPA)*, Uji Hipotesis, dan Matriks SWOT, maka penulis akan menguraikan kesimpulan dan saran yang dapat ditarik berdasarkan analisis dan usulan serta menjawab rumusan masalah yang sudah dibuat.

6.1 Kesimpulan

1. Faktor-faktor apa saja yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih dan membeli Bandeng Karnivora

❖ *Product* (Produk):

Kelengkapan macam jenis isi daging Bandeng Karnivora, Ketahanan produk di dalam kulkas (tetap segar), Kemenarikan produk Bandeng Karnivora (penampilan produk), Kemenarikan desain dari packaging atau kemasan Bandeng Karnivora, Kesesuaian rasa dari Bandeng Karnivora, Kenikmatan cita rasa dari Bandeng Karnivora, Kelengkapan macam jenis sambal pada Bandeng Karnivora, Kelengkapan level kepedasan sambal pada Bandeng Karnivora, Ketahanan sambal di dalam kulkas (tetap segar), Kebersihan atau ke higienisan pada produk yang ditawarkan, Keamanan pada produk yang ditawarkan (tidak rusak).

❖ *Price* (Harga):

Penawaran harga Bandeng Karnivora yang dapat bersaing dengan kompetitor, Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas Bandeng Karnivora (Rasa), dan Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas Bandeng Karnivora (Porsi).

❖ *Place* (Tempat):

Kemudahan mengakses menuju lokasi Bandeng Karnivora (kendaraan umum atau pribadi), Kestrategisan lokasi penjualan Bandeng Karnivora (dekat dengan jalan raya), dan Kecukupan lahan parkir.

❖ *Promotion* (Promosi):

Frekuensi promosi Bandeng Karnivora menggunakan media sosial (WhatsApp, Facebook, dan Instagram), dan Kemenarikan promosi Bandeng Karnivora menggunakan media sosial (WhatsApp, Facebook, dan Instagram).

2. Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Bandeng Karnivora

❖ Beberapa variabel yang memuaskan konsumen: Ketahanan produk di dalam kulkas (tetap segar), Kemenarikan produk Bandeng Karnivora (penampilan produk), Kesesuaian rasa dari Bandeng Karnivora, Kenikmatan cita rasa dari Bandeng Karnivora, Ketahanan sambal di dalam kulkas (tetap segar), Kebersihan atau ke higienisan pada produk yang ditawarkan, Keamanan pada produk yang ditawarkan (tidak rusak), dan Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas Bandeng Karnivora (Rasa).

❖ Berikut merupakan beberapa variabel yang tidak memuaskan konsumen: Kelengkapan macam jenis isi daging Bandeng Karnivora, Kemenarikan desain dari packaging atau kemasan Bandeng Karnivora, Kelengkapan macam jenis sambal pada Bandeng Karnivora, Kelengkapan level kepedasan sambal pada Bandeng Karnivora, Penawaran harga Bandeng Karnivora yang dapat bersaing dengan kompetitor, Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas Bandeng Karnivora (Porsi), Kemudahan mengakses menuju lokasi Bandeng Karnivora

(kendaraan umum atau pribadi), Kestrategisan lokasi penjualan Bandeng Karnivora (dekat dengan jalan raya), Kecukupan lahan parkir, Frekuensi promosi Bandeng Karnivora menggunakan media sosial (WhatsApp, Facebook, dan Instagram), dan Kemenarikan promosi Bandeng Karnivora menggunakan media sosial (WhatsApp, Facebook, dan Instagram).

3. *Segmentation, targeting, dan positioning* yang tepat untuk Bandeng Karnivora

Berdasarkan hasil rekapitulasi kuesioner sebanyak 110 responden, berikut *Targeting* yang efektif untuk Bandeng Karnivora:

- ✓ Konsumen yang berada di wilayah Bandung Utara (Kecamatan: Sukasari, Cidadap, Coblong, Cibeunying Kaler, Bandung Wetan, Sumur Bandung, Cibeunying Kidul, dan Sukajadi)(63.57%).
- ✓ Konsumen yang berpenghasilan Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000 (56%).
- ✓ Harga produk dengan rentang harga antara Rp 25.000 sampai Rp 27.000 (66%).
- ✓ Media promosi melalui media cetak yaitu brosur (25%), media sosial yaitu Instagram (27%), melalui web atau blog yaitu Zomato (blog)(19%), dan melalui teman atau orang terdekat lewat media sosial (17%).
- ✓ Alasan membeli produk Bandeng Karnivora adalah unik karena isinya dicampur dengan daging lain (68%).

Dapat disimpulkan bahwa konsumen menginginkan produk Bandeng Karnivora yang dicampur dengan daging sapi (unik), terjangkau dan bermutu, kemasan yang menarik, produk kaya akan gizi, praktis serta sehat. Berdasarkan keinginan konsumen, maka diberikan usulan slogan atau *tagline* yang cocok yaitu “*Produknya Unik, Banyak Manfaatnya dan Sehat Itu Tidak Selalu Mahal*”.

- ✓ *Produknya Unik* artinya dicampur dengan daging sapi.

- ✓ *Banyak Manfaatnya dan Sehat* artinya Bandeng Karnivora menghargai keputusan konsumen untuk mencoba dengan memberikan produk yang bermutu dan kaya akan gizi, praktis dan sehat sehingga harapan dan ekspektasi konsumen terpenuhi.
- ✓ *Itu Tidak Selalu Mahal* artinya Bandeng Karnivora memberikan nilai terbaik untuk setiap usia dan kalangan tanpa mengurangi kualitas.

4. *Strength dan weakness serta opportunity dan threat perusahaan*

- ❖ Berikut merupakan beberapa faktor *strength* pada Bandeng Karnivora: Ketahanan produk di dalam kulkas (tetap segar), Kemenarikan produk Bandeng Karnivora (penampilan produk), Kesesuaian rasa dari Bandeng Karnivora, Kenikmatan cita rasa dari Bandeng Karnivora, Ketahanan sambal di dalam kulkas (tetap segar), Kebersihan atau ke higienisan pada produk yang ditawarkan, Keamanan pada produk yang ditawarkan (tidak rusak), dan Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas Bandeng Karnivora (Rasa).
- ❖ Berikut merupakan beberapa faktor *weakness* pada Bandeng Karnivora: Ketahanan produk di dalam kulkas (tetap segar), Kemenarikan produk Bandeng Karnivora (penampilan produk), Kesesuaian rasa dari Bandeng Karnivora, Kenikmatan cita rasa dari Bandeng Karnivora, Ketahanan sambal di dalam kulkas (tetap segar), Kebersihan atau ke higienisan pada produk yang ditawarkan, Keamanan pada produk yang ditawarkan (tidak rusak), Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas Bandeng Karnivora (Porsi), dan Penawaran harga Bandeng Karnivora yang dapat bersaing dengan kompetitor.
- ❖ Berikut merupakan beberapa faktor *opportunity* pada Bandeng Karnivora: Pesaing pengganti produk, Posisi Pesaing, Pesaing dengan produk sama, Pangsa Pasar, Pemasok Potensial,

Kapasitas produksi, Jumlah Penyalur, Penyalur, Pengembangan produk, Stabilitas keuangan dan sumber modal, Kebijakan harga produk, Impor bahan baku, Konsumen loyal, Kelengkapan pembayaran, Pola permintaan, Toko, Lokasi usaha atau Toko, Lokasi penjualan lainnya, Pengaruh reseller, Ketersediaan spareparts dan kemudahan pemeliharaan mesin atau peralatan, Teknologi yang dimiliki penyalur, Dampak perekonomian di sekitar, Dukungan dan Perizinan, Gaya hidup hemat di masyarakat, Gaya hidup di masyarakat yang update di media sosial, Penggunaan internet, Mitra bisnis atau investor luar, Pasar internasional, dan MEA.

- ❖ Berikut merupakan beberapa faktor *threat* pada Bandeng Karnivora: Harga pesaing, Kehadiran pesaing di lingkungan sekitar, pasar atau supermarket, dan media sosial, Jumlah Pemasok Potensial, Ketersediaan bahan baku di pasar, Fluktuasi harga bahan baku, Pembeli potensial, Produk olahan konsumen, Teknologi yang dimiliki Bandeng Karnivora, Ketersediaan mesin atau peralatan, Teknologi pesaing, Kondisi Perkonomian, dan Kebijakan Pemerintah mengenai membuka usaha.

5. Strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan agar dapat meningkatkan penjualan

1. Usulan Strategi untuk Skala Prioritas Perbaikan No.1 (Variabel 1: Kelengkapan Macam Jenis Isi Daging Bandeng Karnivora)

- ✓ Menciptakan menu varian isi daging yang beragam selain daging sapi, seperti daging ayam atau menggunakan sayuran seperti jamur dan wortel yang rendah kalori kaya akan manfaat dan gizi.
- ✓ Adapun kecenderungan minat konsumen berusia 20-29 th seperti menambahkan isi keju *mozzarella*, campuran sengan

spicy chicken, spicy barbeque, dan spicy bulgogi.

2. Usulan Strategi untuk Skala Prioritas Perbaikan No.2 (Variabel 4: Kemenarikan Desain dari packaging atau Kemasan Bandeng Karnivora)

- ✓ Mengembangkan desain produk yang lebih modern, informatif dan menggunakan perpaduan warna.
- ✓ Memanfaatkan pemasok yang dapat membuat kemasan tersebut dengan biaya terjangkau sehingga harga satuan produk yang dipatok tidak terlalu mahal (masih dalam rentang Rp 25.000-Rp 27.000).
- ✓ Kombinasi kemasan lama dengan kemasan baru no. 4 adalah penggunaan ilustrasi dari gambar ikan menjadi daging sapi.
- ✓ Perpaduan ini alangkah lebih baik lagi jika di dalamnya menggunakan teknik vakum, maka produk bebas dari bakteri dan jamur, bau dan kedap air.

3. Usulan Strategi untuk Skala Prioritas Perbaikan No.3 (Variabel 15: Kemudahan Mengakses Menuju Lokasi Bandeng Karnivora (Kendaraan Umum atau Pribadi))

- ✓ Bekerja sama dengan pihak toko oleh-oleh, *supermarket* atau koperasi yang berada di wilayah Bandung Utara.
- ✓ Keuntungannya adalah produk cepat dikenal (*brand awareness*), lokasi mudah diakses, dan keuntungan dapat meningkat. Perusahaan juga dapat memanfaatkan sosial media untuk mempromosikan produknya ketika produk *launching* di *supermarket*, koperasi atau toko oleh-oleh agar masyarakat dapat mudah membeli di manapun dan kapan pun sebab ada dimana-mana.

4. Usulan Strategi untuk Skala Prioritas Perbaikan No.4 (Variabel 16: Kestrategisan Lokasi Penjualan Bandeng Karnivora (Dekat dengan Jalan Raya))

- ✓ Bekerja sama dengan pihak toko oleh-oleh, *supermarket* atau

koperasi yang berada di wilayah Bandung Utara. Usulan ini sama halnya dibuat dengan variabel no. 15, sebab kestrategisan dan mudah diakses berhubungan erat.

5. Usulan Strategi untuk Skala Prioritas Perbaikan No.5 (Variabel 19: Kemenarikan Promosi Bandeng Karnivora Menggunakan Media Sosial (Whatsapp, Facebook, dan Instagram))

- ✓ Perusahaan memfokuskan apa yang menjadi ketertarikan konsumen dalam hal promosi, seperti kemenarikan di mana konsumen mengumpulkan kupon sejumlah tertentu dan jika sudah memenuhi syarat, maka akan mendapatkan gratis atau diskon.
- ✓ Alternatif lainnya adalah penawaran di hari tertentu dalam sebulan sekali dapat potongan tertentu atau hari besar, hari ulang tahun Bandeng Karnivora dengan mengadakan promosi *buy 1 get 1*. Selain itu juga bisa dengan kemenarikan lainnya dengan promosi penghabisan stok akan mendapatkan potongan harga yang menarik, *cashback*, mengajak kerabat (keluarga) atau teman lainnya dengan jumlah tertentu dapat memperoleh gratis satu buah produk Bandeng Karnivora, dan mengadakan *giveaway*.
- ✓ Menggunakan media sosial seperti Instagram (*Insta Story*, *Promote* dari aplikasi bawaan *platform* tersebut), *Paid-Promote* melalui *food vlogger*) atau media sosial lainnya menggunakan Twitter, *Facebook Ads* dan Line melalui fitur yang diberikan pada setiap *platforms*.
- ✓ Konten yang diberikan tentunya *sharable content*, artinya setiap orang dapat *sharing* satu sama lain contohnya dalam Instagram dengan *tag* pada seseorang. Dengan konten ini, dapat meningkatkan konsumen, jumlah pengikut dan umpan balik.

6. Usulan Strategi untuk Skala Prioritas Perbaikan No.6 (Variabel 14: Kesesuaian Harga yang Ditawarkan dengan Kualitas Bandeng Karnivora (Porsi))

- ✓ Memanfaatkan alternatif bahan baku yang melalui pemanfaatan pemasok potensial atau cadangan.
- ✓ Membuat produk dengan bahan pengganti atau substitusi bahan baku seperti jamur, wortel dan lain-lain yang sebelumnya sudah diusulkan. Hal ini dilakukan agar dapat memperkaya rasa, meningkatkan mutu, harga yang terjangkau, dan berkualitas.

7. Usulan Strategi untuk Skala Prioritas Perbaikan No.7 (Variabel 7: Kelengkapan Macam Jenis Sambal pada Bandeng Karnivora)

- ✓ Mengembangkan varian sambal yang sesuai dengan preferensi umur yang saat ini digandrungi oleh masyarakat di usia tersebut, seperti sambal bawang, sambal bajak, sambal terasi, sambal matah, sambal ijo, sambal lampung, dan sambal balado.

8. Usulan Strategi untuk Skala Prioritas Perbaikan No.8 (Variabel 18: Frekuensi Promosi Bandeng Karnivora Menggunakan Media Sosial (Whatsapp, Facebook, dan Instagram))

- ✓ Meningkatkan frekuensi promosi yang dibarengi dengan kemenarikan-kemenarikan promosi yang telah dibuat sebelumnya seperti pada gambar 5.25. Perusahaan dapat menentukan frekuensi promosi melalui pola permintaan (antusias konsumen) disaat promosi diberikan sebelumnya.
- ✓ Perusahaan dapat memanfaatkan tools seperti Facebook Audience Insights (Facebook Ads) atau Instagram Audience Insights (Promote).

**9. Usulan Strategi untuk Skala Prioritas Perbaikan No.9
(Variabel 8: Kelengkapan Level Kepedasan Sambal pada
Bandeng Karnivora)**

- ✓ Mengembangkan kelengkapan tingkat kepedasan sambal tertentu dengan beberapa tingkatan dan menggunakan penamaan tingkatan yang unik dan mudah diingat oleh konsumen, seperti level 1 “suka”, level 2 “baper”, level 3 “secinta itu”.

**10. Usulan Strategi untuk Skala Prioritas Perbaikan No.10
(Variabel 17: Kecukupan Lahan Parkir)**

- ✓ Meningkatkan lahan kecukupan parkir ketika konsumen hendak membeli produk dengan mencari lahan parkir alternatif seperti meminjam lapangan.
- ✓ Alternatif lainnya dengan bekerja sama dengan pihak toko oleh-oleh, *supermarket* atau koperasi. Usulan ini sama halnya dibuat dengan variabel no. 15 dan 16, sebab kestrategisan, mudah diakses dan kecukupan lahan parkir berhubungan erat.

**11. Usulan Strategi untuk Skala Prioritas Perbaikan No.11
(Variabel 13: Kesesuaian Harga yang Ditawarkan dengan
Kualitas Bandeng Karnivora (Rasa))**

- ✓ Mempertahankan dan mengembangkan varian rasa, tidak hanya *original* tetapi bisa ditambahkan seperti *spicy* (*original, chicken, barbeque, dan bulgogi*).

**12. Usulan Strategi untuk Skala Prioritas Perbaikan No.12
(Variabel 5: Kesesuaian Rasa dari Bandeng Karnivora)**

- ✓ Mempertahankan dan membuat standar dan nilai gizi pada bahan-bahan yang digunakan sehingga rasa dan nilai gizi yang dihasilkan akan sama.

**13. Usulan Strategi untuk Skala Prioritas Perbaikan No.13
(Variabel 9: Ketahanan Sambal di dalam Kulkas (Tetap Segar))**

- ✓ Menggunakan perpaduan bahan pada sambal agar dapat tahan lama dan menghindari bahan pengawet kimia.
- ✓ Menggunakan usulan kemasan agar produk tidak mudah rusak dan lokasi sambal berada di dalam kemasan, bukan diluar seperti pada gambar 5.22.

**14. Usulan Strategi untuk Skala Prioritas Perbaikan No.14
(Variabel 11: Keamanan pada Produk yang Ditawarkan (Tidak Rusak))**

- ✓ Membuat standar operasional pengemasan produk agar rapi dan aman dan melakukan pengecekan (*quality control*).
- ✓ Hal ini juga didukung oleh usulan kemasan dan bahan kemasan yang tidak mudah rusak, udara tidak masuk, menghindari paparan matahari, dan dapat menjaga suhu produk serta menggunakan teknik vakum.

**15. Usulan Strategi untuk Skala Prioritas Perbaikan No.15
(Variabel 2: Ketahanan Produk di dalam Kulkas (Tetap Segar))**

- ✓ Menggunakan teknologi vakum untuk menghindari kontaminasi dari bakteri dan jamur melalui udara, mempertahankan kualitas produk, dan mengurangi kerusakan fisik bandeng.
- ✓ Hal ini didukung dengan usulan kemasan.

**16. Usulan Strategi untuk Skala Prioritas Perbaikan No.16
(Variabel 3: Kemenarikan Produk Bandeng Karnivora (Penampilan Produk))**

- ✓ Menjaga produk dari kerusakan sehingga bentuk ikan tetap terjaga.

**17. Usulan Strategi untuk Skala Prioritas Perbaikan No.17
(Variabel 10: Kebersihan atau Kehigienisan pada Produk yang Ditawarkan)**

- ✓ Mempertahankan dan menjaga produk Bandeng Karnivora ini tetap aman, yaitu bahan kemasan yang tidak mudah rusak, dan mengadopsi teknologi vakum untuk menghindari bakteri dan jamur masuk melalui udara.

**18. Usulan Strategi untuk Skala Prioritas Perbaikan No.18
(Variabel 6: Kenikmatan Cita Rasa dari Bandeng Karnivora)**

- ✓ Mengembangkan varian rasa seperti *spicy* dan varian isi seperti daging ayam, wortel, jamur, atau dan lain-lain serta didukung dengan teknologi vakum dan berada pada lemari beku agar cita rasa tetap terjaga.

**19. Usulan Strategi untuk Skala Prioritas Perbaikan No.19
(Variabel 12: Penawaran Harga Bandeng Karnivora yang Dapat Bersaing dengan Kompetitor)**

- ✓ Mmembuat kebijakan baru mengenai harga yang tawar agar dapat bersaing dengan kompetitor di mana kebijakan yang dibuat, di mana harga yang ditawarkan terjangkau khususnya bagi pegawai atau pekerja serta kemungkinan mahasiswa yang berusia 20-29 th, dan harga tersebut tidak kalah saing juga dengan pesaing sejenis maupun pesaing pengganti produk.
- ✓ Hal ini bisa dilakukan dengan substitusi bahan baku, mengembangkan varian isi dan jenis sambal, dan meningkatkan mutu.

6.2 Saran

Saran yang diberikan merupakan hal yang positif untuk penelitian-penelitian selanjutnya agar dapat melakukan peningkatan penjualan pada Bandeng Karnivora, dimana saran ini ditujukan kepada:

- ✓ Penelitian selanjutnya, sebaiknya mengembangkan kuesioner penelitian STP untuk mendapatkan *targeting* dan dapat digunakan untuk *positioning*.

