

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1. Kesimpulan**

Dari penelitian yang telah dilakukan untuk menentukan strategi PT Y diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Mengacu kepada persentase hasil pelayanan perusahaan, terdapat beberapa hal yang harus diperbaiki perusahaan, diantaranya:
  - Kemenarikan promosi (35.6% puas)
  - Potongan harga pada event tertentu (44.4% puas)
  - Besar potongan harga untuk konsumen tetap (48.9% puas)
  - Interior menarik (42.2% puas)
  - Kebersihan ruang tunggu (37.8% puas)
  - Kesejukan ruang tunggu (48.9% puas)
2. Faktor yang menjadi kelebihan perusahaan berdasarkan uji hipotesis adalah:
  - Kerapihan kemasan paket yang diterima
  - Keutuhan paket yang diterima (aman dari kerusakan)
  - Kelengkapan paket yang diterima (aman dari kehilangan)
  - Ketepatan waktu pengiriman
  - Variasi metode pengiriman (kapal, pesawat)
  - Kesesuaian harga dengan metode pengiriman (kapal, pesawat)
  - Harga pengiriman paket dapat bersaing dengan kompetitor
  - Kemudahan menjangkau kantor
  - Kejelasan petunjuk menuju kantor
  - Ketanggapan *customer service* saat melayani konsumen

Faktor yang menjadi kelemahan perusahaan berdasarkan uji hipotesis adalah:

- Kewajaran harga yang diberikan dengan kecepatan pengiriman
- Frekuensi promosi melalui media sosial
- Kemenarikan promosi yang dilakukan di media sosial
- Besar potongan harga pada event tertentu
- Besar potongan harga untuk pengiriman dalam jumlah tertentu
- Besar potongan harga untuk konsumen tetap
- Kejelasan promosi media sosial yang dilakukan perusahaan
- Kesesuaian janji promosi yang dilakukan dengan kualitas yang diberikan perusahaan
- Kecepatan janji promosi yang dilakukan dengan kualitas yang diberikan perusahaan
- Kecepatan *customer service* saat melayani konsumen
- Kerapihan *customer service* saat melayani konsumen
- Pengetahuan *customer service* saat melayani konsumen
- Kecepatan pengiriman paket
- Ketepatan pengukuran berat paket yang dikirim
- Kejelasan bukti pengiriman paket (kuitansi, kode barang)
- Variasi metode pembayaran (*cash, debit*)
- Ketepatan pengiriman (tujuan pengiriman, barang yang dikirim)
- Kebersihan kantor
- Interior kantor menarik
- Kebersihan ruang tunggu
- Kesejukan ruang tunggu

Faktor yang menjadi peluang perusahaan berdasarkan hasil wawancara adalah:

- Kelemahan pesaing (dalam hal kecepatan pengiriman)
- Kecepatan pengiriman dengan pesawat
- Ketepatan pengiriman paket
- Konsumen baru
- Harga alat bantu pemindahan paket

Faktor yang menjadi ancaman perusahaan berdasarkan hasil wawancara adalah:

- Kekuatan pesaing (harga lebih murah)
  - Strategi pesaing
  - Kompetitor baru
  - Cuaca buruk
  - Waktu bongkar muat di dermaga
3. Berdasarkan hasil dari dari matriks IFE (*internal factor evaluation*) nilai dari total keseluruhan matriks IFE sebesar 2.631 dan total matriks EFE (*eksternal factor evaluation*) keseluruhan sebesar 2.963 yang. Sehingga berdasarkan dari hasil matriks IE (Internal Eksternal) didapatkan kesimpulan jika berada pada kuadran 5, dimana penetrasi pasar dan pengembangan produk adalah dua strategi yang dapat diterapkan perusahaan. Adapun beberapa strategi yang dapat diterapkan perusahaan mengacu kepada hasil matriks SWOT adalah
- Pengembangan kualitas untuk pengiriman dengan metode pengiriman pesawat
  - Meningkatkan kualitas pelayanan untuk peningkatan loyalitas konsumen, dan kepuasan baik konsumen lama ataupun baru

- Pengembangan dengan menambah frekuensi promosi melalui media sosial untuk konsumen lama ataupun baru
  - Memberikan promosi khusus untuk konsumen baru dengan desain iklan yang menarik.
  - Melakukan pelatihan untuk meningkatkan kualitas pelayanan *customer service* saat melayani konsumen
  - Bekerja sama dengan pihak eksternal, yaitu penyedia jasa pengiriman melalui jalur udara agar mendapatkan kualitas dan harga yang lebih murah.
  - Mengasuransikan paket yang dikirimkan untuk menghindari kemungkinan cuaca buruk, dan menghindari keterlambatan pengiriman.
  - Memberikan promosi dalam bentuk potongan harga seperti (pengurangan biaya kirim untuk pengiriman dengan jumlah diatas 10 paket, berat tertentu, dan sebagainya
  - Mengutamakan kualitas pelayanan untuk peningkatan loyalitas konsumen, dan kepuasan konsumen
  - Memperbaiki kualitas kebersihan kantor dan ruang tunggu, dan merubah interior kantor saat ini
4. Usulan *positioning* yang diberikan adalah slogan “Melayani Pengiriman Mesin dan Suku Cadang yang Aman dan Terjangkau”, dimana pada slogan tersebut mengacu kepada hasil *targeting* dan uji hipotesis.
5. Untuk meningkatkan pendapatan perusahaan, dapat dilakukan beberapa hal di antaranya:
- ✚ Strategi promosi:
    - Membuat promosi lebih menarik untuk konsumen tetap
    - Menambah frekuensi promosi yang dilakukan perusahaan melalui media sosial

- Memberikan promosi untuk konsumen baru dengan desain yang menarik
- Memberikan potongan harga sesuai dengan kapasitas dari perusahaan.

✚ Strategi perbaikan kualitas pengiriman:

- Memperbaiki kualitas sistem pelacakan paket.
- Mengasuransikan paket yang dikirimkan untuk menghindari kemungkinan cuaca buruk atau hal lain yang dapat menghambat proses pengiriman.
- Melakukan kerja sama dengan pihak eksternal, dalam hal ini penyedia jasa pengiriman melalui jalur udara agar mendapat harga yang lebih murah.

## 6.2. Saran

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan:

1. Sebagian besar penilaian dalam penelitian ini diberikan oleh direktur perusahaan, sehingga penilaian yang diberikan bersifat subjektif menurut persepsi narasumber. Oleh karena itu penelitian sebaiknya dilakukan melalui diskusi dengan beberapa orang manajer perusahaan atau staff perusahaan yang melayani bagian pengiriman, penyimpanan, ataupun bagian marketing.
2. Penelitian dilakukan saat kondisi perusahaan tidak stabil atau sedang mengalami penurunan pengiriman selama periode empat bulan terakhir terhitung dari bulan maret. Jika sewaktu waktu terdapat perubahan kondisi pasar signifikan maka faktor dalam matriks IFE, dan EFE, pembobotan, *rating*, dan penilaian faktor ketertarikan terhadap strategi dalam matriks QSPM dalam penelitian ini dapat berubah.

3. Adapun usulan untuk penelitian selanjutnya agar membahas mengenai persaingan antar perusahaan dan loyalitas konsumen pengguna jasa ekspedisi.

