

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1. Kesimpulan**

Berdasarkan pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan tujuan penelitian, antara lain:

1. Berikut adalah faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih TIKI Dustira sebagai jasa pengiriman barang :
  - Kesesuaian kualitas pelayanan pada TIKI Dustira dengan apa yang ditawarkan kepada konsumen
  - Kemudahan klaim/adanya garansi jika terjadi kerusakan barang yang disebabkan oleh kesalahan TIKI Dustira
  - Jaminan pengiriman barang yang dikirim TIKI Dustira sampai ke tujuan yang benar
  - Garansi untuk barang yang tertukar
  - Kewajaran tarif dibandingkan dengan pesaing
  - Ketepatan karyawan TIKI Dustira dalam menyetik nama dan alamat pengirim
  - Kejelasan syarat dan ketentuan untuk mendapatkan potongan harga
  - Kelengkapan layanan pembayaran debit/kredit/cash
  - Kualitas penerangan di ruang tunggu
  - Kelancaran sirkulasi udara dalam TIKI Dustira
  - Kerapihan pengemasan ulang barang yang akan dikirim
  - Kecepatan dan ketepatan waktu yang dijanjikan TIKI Dustira dalam melakukan pengiriman barang
  - Kestrategisan letak lokasi TIKI Dustira (dekat dengan jalan raya)
  - Keramahan karyawan TIKI Dustira dalam melayani konsumen

- Kemenarikan diskon yang ditawarkan TIKI Dustira
  - Kesempatan untuk mendapatkan potongan harga jika sering mengirim barang di TIKI Dustira
  - Kemenarikan promosi yang diberikan di media sosial (facebook, instagram)
  - Frekuensi promosi melalui media sosial
  - Frekuensi promosi melalui media cetak (brosur, koran)
  - Kecukupan jam operasional TIKI Dustira
  - Kecepatan dalam mengemas barang yang akan dikirim
  - Kebersihan gerai TIKI Dustira yang selalu terjaga
  - Kualitas fasilitas penunjang (kursi tunggu yang nyaman)
  - Kemudahan transportasi umum menuju ke TIKI Dustira
2. Berikut ini adalah variabel yang dirasa sudah baik kinerjanya oleh konsumen, yaitu:
- Kesesuaian kualitas pelayanan pada TIKI Dustira dengan apa yang ditawarkan kepada konsumen
  - Kemudahan klaim/adanya garansi jika terjadi kerusakan barang yang disebabkan oleh kesalahan TIKI Dustira
  - Jaminan pengiriman barang yang dikirim TIKI Dustira sampai ke tujuan yang benar
  - Garansi untuk barang yang tertukar
  - Kewajaran tarif dibandingkan dengan pesaing
  - Ketepatan karyawan TIKI Dustira dalam mengetik nama dan alamat pengirim
  - Kelengkapan layanan pembayaran debit/kredit/cash
  - Kualitas penerangan di ruang tunggu
  - Kelancaran sirkulasi udara dalam TIKI Dustira
  - Keragaman tipe pengiriman (*express/regular*)
  - Kesesuaian harga yang dibayar sesuai dengan tipe pengiriman
  - Kemudahan transportasi umum menuju TIKI Dustira

- Kemudahan menemukan lokasi TIKI Dustira
  - Kesopanan karyawan dalam membantu konsumen
  - Ketepatan penentuan harga sesuai tujuan, berat dan lama pengiriman
  - Kemudahan dalam mengecek nomor resi
  - Kesesuaian antrian terhadap urutan pelayanan
3. Berikut ini adalah variabel yang dirasa memuaskan oleh konsumen, yaitu:
- Keragaman tipe pengiriman (express/regular)
  - Kejelasan harga pengiriman ke masing-masing daerah
  - Kesesuaian harga yang dibayar sesuai dengan tipe pengiriman (express/regular)
  - Kemudahan transportasi umum menuju ke TIKI Dustira
  - Kemampuan komunikasi karyawan TIKI Dustira memberikan penjelasan mengenai tipe pengiriman barang
  - Kesopanan karyawan dalam membantu konsumen
  - Ketepatan penentuan harga sesuai tujuan, berat dan lama pengiriman
  - Kelengkapan layanan pembayaran debit/kredit/cash
  - Kemudahan dalam mengecek nomor resi
  - Kesesuaian nomor antrian terhadap urutan pelayanan
  - Kecukupan kursi di ruang tunggu
  - Kesejukan temperatur dalam TIKI

Berikut ini adalah variabel yang dirasa belum memuaskan oleh konsumen, yaitu:

- Kesesuaian kualitas pelayanan pada TIKI Dustira dengan apa yang ditawarkan kepada konsumen
- Kerapihan pengemasan ulang barang yang akan dikirim

- Kemudahan klaim/adanya garansi jika terjadi kerusakan barang yang disebabkan oleh kesalahan TIKI Dustira
- Jaminan pengiriman barang yang dikirim TIKI Dustira sampai ke tujuan yang benar
- Kecepatan dan ketepatan waktu yang dijanjikan TIKI Dustira dalam melakukan pengiriman barang
- Garansi untuk barang yang tertukar
- Kewajaran tarif dibandingkan dengan pesaing
- Kestrategisan letak lokasi TIKI Dustira (dekat dengan jalan raya)
- Ketanggapan karyawan TIKI menerima keluhan konsumen
- Ketepatan karyawan TIKI Dustira dalam menetik nama dan alamat pengirim
- Keramahan karyawan TIKI Dustira dalam melayani konsumen
- Kerapihan karyawan TIKI Dustira dalam berpakaian
- Kemenarikan diskon yang ditawarkan TIKI Dustira
- Kesempatan untuk mendapatkan potongan harga jika sering mengirim barang di TIKI Dustira
- Kemenarikan promosi yang diberikan di media sosial (facebook, instagram)
- Frekuensi promosi melalui media sosial
- Frekuensi promosi melalui media cetak (brosur, koran)
- Kejelasan syarat dan ketentuan untuk mendapatkan potongan harga
- Kecepatan waktu pelayanan dalam menimbang barang dan menginput data pengiriman
- Kecukupan jam operasional TIKI Dustira
- Kecepatan dalam mengepas barang yang akan dikirim
- Kebersihan gerai TIKI Dustira yang selalu terjaga
- Kualitas fasilitas penunjang (kursi tunggu yang nyaman)

- Kualitas penerangan di ruang tunggu
  - Kelancaran sirkulasi udara dalam TIKI Dustira
4. Tingkat loyalitas konsumen terhadap jasa TIKI dustira dapat dilihat berdasarkan hasil pengisian kuesioner terhadap 3 pertanyaan mengenai loyalitas konsumen yaitu minat untuk datang kembali ke TIKI Dustira, minat untuk datang kembali meski ada jasa pengiriman yang lain dan minat untuk merekomendasikan TIKI Dustira kepada orang lain. Secara keseluruhan, rata-rata total nilai loyalitas konsumen jasa TIKI Dustira yaitu 2,994 yang artinya loyalitas konsumen sudah mendekati tingkat loyalitas yang tinggi, namun masih perlu dilakukan usulan perbaikan untuk meningkatkan loyalitas konsumen karena nilai loyalitas konsumen masih berada di bawah 3.
5. Faktor-faktor kinerja yang mempengaruhi loyalitas konsumen, antara lain:
- Kecepatan waktu pelayanan dalam menimbang barang dan menginput data pengiriman
  - Kerapihan pengemasan ulang barang yang akan dikirim
  - Ketanggapan karyawan TIKI menerima keluhan konsumen
  - Kecukupan kursi di ruang tunggu
  - Kejelasan harga pengiriman ke masing-masing daerah
  - Kemudahan dalam mengecek nomor resi.
6. *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh TIKI Dustira, yaitu:
- Segmentation* berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, uang saku, penghasilan, domisili, informasi mengenai TIKI, frekuensi mengirim barang, tipe pengiriman, metode pembayaran dan gaya hidup.
- Targeting* untuk jasa pengiriman TIKI Dustira, yaitu konsumen yang berumur 25-55 tahun, bekerja sebagai pegawai negeri/swasta dan wirausaha dengan penghasilan Rp. 2..800.000 sampai Rp 10.000.000.

Setelah meninjau target pasar dari jasa TIKI Dustira , slogan yang diusulkan, yaitu “Hanya Satu Titipan Kilat Gerai dengan Layanan Terbaik” yang memberikan arti bahwa jasa TIKI Dustira dapat mengirim barang dengan tepat waktu dan cepat dengan kualitas pelayanan yang bagus dan terjaga.

7. Usulan strategi dalam meningkatkan loyalitas konsumen dari jasa TIKI Dustira, antara lain :

- Mengemas dahulu barang yang akan dikirim menggunakan bungkus coklat kemudian dibungkus kembali menggunakan plastic.
- Menerima keluhan konsumen dan memperbaiki apa yang dikeluhkan konsumen agar TIKI Dustira dapat lebih baik lagi.
- Diberikan pelatihan kepada karyawan agar bisa lebih cepat dalam melayani konsumen
- Untuk meningkatkan kenyamanan konsumen maka sebaiknya kursi yang diberikan lebih nyaman
- Membuat plang yang lebih besar agar orang-orang tidak terlewat.
- Mengaktifkan kembali Instagram dan membuat *facebook* dan juga sering melakukan promosi di media sosial tersebut.
- Adanya system *membercard*.
- Memberikan kemenarikan diskon, seperti gratis 1 kali ongkir karena sudah mengirim barang sering.
- Melakukan promosi dikoran
- Jam operasional yang sesuai dengan yang tercantum
- Memberikan pelatihan kepada karyawan TIKI agar kecepatan dalam megepas barang dapat lebih cepat sehingga konsumen dapat merasa puas dengan kinerja yang telah diberikan perusahaan.
- Menjaga kebersihan gerainya agar konsumen yang datang lebih nyaman.

- Menerapkan konsep 5S (senyum, salam, sapa, sopan, santun) agar konsumen dapat merasakan kenyamanan dalam mengirim barang dan memberikan nilai positif terhadap karyawan-karyawannya.
- Berhubungan baik dengan pihak yang mengantarkan barang apa yang menyebabkan barang menjadi terlambat datang.
- Menggunakan seragam TIKI
- Cara penyampaian karyawan dalam melakukan komunikasi mengenai tipe pengiriman barang diharuskan lebih baik lagi, agar konsumen dapat menilai kinerjanya baik.
- Saat konsumen mengeluh klaim atau meminta garansi jika terjadi kerusakan barang, pihak TIKI Dustira perlu menanganinya dengan cepat.
- Memberikan pelatihan kepada karyawan agar dalam mengetik nama dan alamat pengiriman sesuai, sehingga tidak terjadi kesalahan dalam mengirim barang.
- Harga yang dipatok pihak TIKI masih bisa sesuai dengan pesaing dan tidak jauh berbeda harganya
- Dipasangkan lampu di beberapa titik jangan hanya di satu titik saja dan memakai lampu LED
- Sesekali dalam 1 bulan pihak TIKI Dustira memberikan potongan harga kepada konsumen yang sering mengirim barang dalam 1 bulan lebih dari 3kali dan memberikan diskon menarik kepada *member card*.
- Untuk meningkatkan kenyamanan pada gerai, sebaiknya diberikan kipas angin agar kesejukan yang dirasakan konsumen.
- Mempertahankan kinerja yang sudah baik atau dapat meningkatkan kinerja yang dirasa masih kurang baik.

## 6.2. Saran

Adapun saran yang diberikan untuk penelitian di masa yang akan datang, yaitu:

1. Sebaiknya penelitian selanjutnya mengamati persaingan jasa TIKI dengan jasa pengiriman kompetitor.
2. Sebaiknya penelitian selanjutnya mengamati proses dari mulai konsumen datang untuk mengirim barang sampai barang diterima konsumen, lalu meneliti apakah ada yang salah dari proses tersebut.

