

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Tingkat Kinerja dari produk Probiotik Bio Soc

Sebanyak 18 dari 20 variabel kinerja atau sebesar 90% variabel produk probiotik Bio Soc dianggap sudah baik. Variabel yang dianggap sudah baik merupakan variabel dengan pencapaian tingkat kinerja berada di atas 2,75 dari 4. Untuk variabel yang dianggap sudah baik harus dipertahankan dan ditingkatkan kembali. 18 variabel tersebut adalah:

- Variasi jenis produk probiotik untuk berbagai jenis hewan (tingkat kinerja 3,6)
- Variasi ukuran produk probiotik (tingkat kinerja 3,02)
- Konsistensi volume pada tiap botol (tingkat kinerja 3,18)
- Kemudahan mendapatkan produk probiotik (tingkat kinerja 3,18)
- Kebersihan botol (tingkat kinerja 3,16)
- Kemenarikan jenis botol (tingkat kinerja 3,14)
- Penampilan kemasan botol secara keseluruhan (tingkat kinerja 3,1)
- Umur pakai produk (Kadaluarsa) (tingkat kinerja 3,42)
- Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk (tingkat kinerja 3,14)
- Harga yang diberikan sesuai dengan kuantitas/isi produk (tingkat kinerja 3,16)
- Kewajaran harga jika dibandingkan dengan kompetitor (tingkat kinerja 3,08)
- Frekuensi melakukan promosi melalui media sosial (facebook, Instagram, dll) (tingkat kinerja 1,74)
- Kemenarikan pemotongan harga pada waktu tertentu (musim hujan/kemarau, dll) (tingkat kinerja 2,08)
- Kemenarikan bonus yang diberikan (kaos, sample, dll) (tingkat kinerja 2,62)
- Kemudahan mendapat testimoni dari produk probiotik (tingkat kinerja 2,78)
- Lokasi mudah dijangkau (mudah dilalui oleh kendaraan) (tingkat kinerja 3,04)
- Lokasi mudah ditemukan (mudah dicari) (tingkat kinerja 2,84)

- Kemudahan mendapatkan produk di berbagai macam toko (tingkat kinerja 2,88)
2. Tingkat Loyalitas Konsumen produk Probiotik Bio Soc
- Saya akan kembali membeli produk probiotik Bio Soc (Rata-rata sebesar 3,12)
 - Saya akan merekomendasikan produk probiotik Bio Soc pada orang lain/sesama peternak (Rata-rata sebesar 3)
 - Saya akan tetap membeli produk probiotik Bio Soc meskipun terdapat pesaing yang menjual serupa lebih murah (Rata-rata sebesar 2,32)
 - Saya akan membeli produk kategori lain, dari produk probiotik Bio Soc di UD.Ternak Jaya (Rata-rata sebesar 3)
- Jika dilihat dari keseluruhan untuk loyalitas konsumen terhadap UD.Ternak Jaya sebesar 2,86 dari skala 4, sehingga dapat dikatakan bahwa konsumen berada pada tingkat loyal terhadap UD.Ternak Jaya dan tetap untuk mempertahankan dan perlu ditingkatkan kembali tingkat kinerja agar konsumen memiliki loyalitas yang tinggi terhadap UD.Ternak Jaya.
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen
- Frekuensi melakukan promosi melalui media sosial (facebook, Instagram, dll)
 - Variasi ukuran produk probiotik
 - Kemudahan mendapat testimoni dari produk probiotik
4. Posisi produk probiotik Bio Soc Terhadap produk probiotik EM4
- Terdapat 11 variabel produk probiotik Bio Soc yang lebih unggul dibandingkan dengan pesaing utama yaitu:
- Variasi jenis produk probiotik Bio Soc untuk berbagai jenis hewan
 - Variasi ukuran produk probiotik
 - Konsistensi volume pada tiap botol
 - Kemudahan mendapatkan produ probiotik
 - Kebersihan botol

- Umur pakai produk (Kadaluarsa)
 - Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk
 - Kemudahan mendapat testimoni dari produk probiotik
 - Lokasi mudah dijangkau (mudah dilalui oleh kendaraan)
 - Lokasi mudah ditemukan (mudah dicari)
 - Kemudahan mendapatkan produk di berbagai macam toko
5. *Segmentation, Targeting, dan Positioning*
- *Targeting*
 - Pendapatan (<Rp1.800.000,00)
 - Uang saku (dibawah Rp1.000.000,00)
 - Pengeluaran untuk membeli produk probiotik Bio Soc/bulan (<Rp100.000,00 dan Rp100.000,00 s/d kurang dari Rp300.000,00)
 - Tempat membeli produk merek Bio Soc (Toko)
 - *Positioning*

Penentuan posisi untuk UD.Ternak Jaya terhadap produk probiotik Bio Soc yaitu dengan memberikan slogan yang cocok adalah “Probiotik Herbal Sehat dan Bervariasi”.
6. Usulan Bauran Pemasaran produk probiotik Bio Soc
- Membuat akun resmi di berbagai media sosial terutama di *facebook*, bergabung dengan Facebook *marketplace* dan memanfaatkan fitur Facebook *ads*.
 - Mengembangkan strategi *Word Of Mouth* (WOM) dengan melakukan pemasaran dari pembuatan fitur *Fanpage* di Facebook yaitu *marketplace*, grup, dan halaman.
 - Tetap mempertahankan ukuran 500 ml sekaligus mencoba membuat inovasi baru dengan menambah variasi ukuran pada setiap variasi produk yang baru yaitu 250 ml dan 1 liter.
 - Tetap menjaga dan membangun hubungan yang baik dengan pemasok yaitu toko dan mencoba mendistribusikan ke berbagai *marketplace*.

- menggunakan kemasan dengan pencetakan *digital printing* pada botol dan tetap mempertahankan kemasan menggunakan sistem penutup kemasan yaitu *vakum sealed*.
- Melakukan potongan harga kepada calon konsumen yang mau membeli produk yang tidak pada musimnya.
- mempertimbangkan harga jual produk dengan lebih menekan harga lebih terjangkau, sekaligus mempertahankan kebijakan dan konsisten terhadap pemberian harga untuk produk probiotik Bio Soc dalam penetrasi harga.
- Lebih memperhatikan konsistensi volume isi, dengan standar toleransi yang ketat dan lebih menekan lagi harga yang ditawarkan tanpa mengurangi kualitas dan isi produk.
- Tetap konsisten terhadap jenis botol yang telah digunakan, tetapi lebih fokus terhadap mutu dan kualitas terhadap isi produk.
- Mempertimbangkan pemberian bonus kaos tetapi dengan memiliki syarat agar tidak mengurangi keuntungan.
- Melakukan penelitian dan pengembangan, selain itu juga dapat dilakukan uji coba dalam skala laboratorium maupun skala lapangan.
- Tetap konsisten dalam membuat formula yang mencampurkan bahan baku dan selalu mengecek kembali kondisi botol dipastikan tetap bersih dan kualitas produk yang konsisten sebelum di distribusikan kepada calon konsumen.
- Tetap mempertahankan konsistensi dari volume pada setiap botolnya dan mempertimbangkan untuk membeli mesin khusus untuk memasukkan isi produk ke dalam botol.
- Tetap mempertahankan kualitas salah satunya yaitu mengandung herbal.
- Menambah variasi produk probiotik mengarah pada industri pertanian.
- Tetap menciptakan, memperbaiki, menguasai, mempertahankan dan menjalin hubungan dengan konsumen baik dengan distributor, pengecer bahkan konsumen akhir secara berkala.
- Tetap konsisten dan terus memantau dalam mendistribusikan ke setiap perantara mulai dari pengecer hingga ke pedagang besar, selain itu juga

diharapkan perusahaan terus menjalin komunikasi yang baik, mempertahankan dan membangun persepsi calon konsumen.

- Tetap konsisten mengutamakan kualitas produk dalam menyalurkan produk probiotik Bio Soc secara berkala, sekaligus mengontrol ketersediaan produk kepada setiap pengecer secara berkala.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh saran yang diberikan untuk penelitian berikutnya adalah:

- Membahas mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap UD.Ternak Jaya
- Meneliti mengenai penurunan penjualan produk kategori lain yang ada di UD.Ternak Jaya.
- Dapat dilakukan penelitian secara spesifik per variasi pada produk probiotik Bio Soc.

