

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang didapatkan, kemudian dapat diambil kesimpulan, yaitu sebagai berikut:

1) Tingkat kepentingan konsumen dalam memilih jasa *laundry*.

Variabel-variabel yang menjadi tingkat kepentingan konsumen dalam memilih jasa *laundry* beserta dengan nilai rata-ratanya, yaitu sebagai berikut:

- Variabel 1 Kebersihan hasil pencucian pakaian (3.867)
- Variabel 2 Kerapihan hasil penyetrikaan pakaian (3.792)
- Variabel 3 Kerapihan hasil pelipatan pakaian (3.742)
- Variabel 4 Kerapihan penyusunan pakaian saat *packing* (3.575)
- Variabel 5 Kelengkapan jumlah pakaian (3.908)
- Variabel 6 Keanekaragaman variasi pewangi pakaian (3.167)
- Variabel 7 Kesesuaian antara pewangi yang dipilih dengan hasil pewangi pakaian yang digunakan (3.367)
- Variabel 8 Keanekaragaman jenis barang yang dapat dicuci (pencucian sepatu, peralatan tidur, keset, dll) (3.550)
- Variabel 10 Ketepatan waktu selesai sesuai yang dijanjikan (3.833)
- Variabel 11 Penyediaan pilihan sampel pewangi pakaian untuk pilihan konsumen (3.250)
- Variabel 12 Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas yang diberikan (3.775)
- Variabel 13 Kesesuaian harga yang dibebankan dengan daftar harga yang tertera (3.675)
- Variabel 14 Kewajaran harga yang diberikan dibandingkan dengan pesaing lain (3.658)
- Variabel 15 Kedekatan lokasi *laundry* dengan akses jalan raya (3.333)
- Variabel 17 Kedekatan lokasi *laundry* dengan perumahan penduduk (3.450)

- Variabel 19 Kemudahan lokasi laundry diakses dengan kendaraan bermotor (3.525)
- Variabel 20 Kemudahan dalam melihat papan nama (3.650)
- Variabel 26 Kemenarikan papan nama (3.225)
- Variabel 27 Kejelasan nama pada papan nama (3.492)
- Variabel 28 Kemenarikan desain spanduk (3.267)
- Variabel 33 Kemudahan memperoleh informasi mengenai *laundry* (3.608)
- Variabel 34 Keramahan karyawan dalam melayani konsumen (3.742)
- Variabel 35 Kesopanan karyawan saat melayani konsumen (3.725)
- Variabel 36 Kesigapan karyawan dalam melayani konsumen (3.733)
- Variabel 37 Ketanggapan karyawan dalam menanggapi permintaan konsumen (3.800)
- Variabel 38 Kerapihan pakaian karyawan (3.392)
- Variabel 39 Kebersihan pakaian karyawan (3.542)
- Variabel 40 Pengetahuan karyawan mengenai setiap jasa yang ditawarkan (3.708)
- Variabel 42 Kesiediaan karyawan menanggapi setiap keluhan konsumen (3.675)
- Variabel 44 Kecepatan dalam penghitungan pakaian (3.417)
- Variabel 45 Keragaman alternatif cara pembayaran (3.558)
- Variabel 46 Kecepatan dalam transaksi pembayaran (3.525)
- Variabel 47 Kecepatan dalam pembuatan tanda terima/nota (3.292)
- Variabel 48 Ketepatan dalam transaksi pembayaran (3.708)
- Variabel 51 Kelengkapan atribut protokol kesehatan *Covid-19* (masker, sarung tangan, *face shield*, dll) karyawan (3.742)
- Variabel 55 Kebersihan tempat usaha (3.775)

2) Tingkat loyalitas konsumen terhadap Qiu Qiu *Laundry*.

Berikut ini adalah variabel-variabel loyalitas konsumen beserta dengan nilai rata-ratanya.

- Variabel 1 Saya akan selalu menggunakan jasa Qiu Qiu *Laundry* (2.625)

- Variabel 2 Saya bersedia menggunakan variasi jasa lain (pencucian sepatu atau peralatan tidur) (2.650)
- Variabel 3 Saya bersedia merekomendasikan Qiu Qiu *Laundry* kepada orang lain (2.358)
- Variabel 4 Saya bersedia tetap menggunakan jasa Qiu Qiu *Laundry* meskipun banyak penawaran menarik dari kompetitor sejenis (1.875)

Diperoleh nilai rata-rata loyalitas konsumen secara keseluruhan yaitu sebesar 2.377 menandakan konsumen cenderung untuk tidak loyal terhadap Qiu Qiu *Laundry*.

3) Tingkat kinerja Qiu Qiu *Laundry* menurut penilaian konsumen.

- ❖ Persentase jumlah variabel kinerja yang dinilai sudah baik sebesar 80.556% menandakan secara keseluruhan Qiu Qiu *Laundry* sudah cukup memberikan kinerja yang baik terhadap konsumen.
 - Variabel 2 Kerapihan hasil penyetrikaan pakaian (3.150)
 - Variabel 3 Kerapihan hasil pelipatan pakaian (3.233)
 - Variabel 4 Kerapihan penyusunan pakaian saat *packing* (3.217)
 - Variabel 5 Kelengkapan jumlah pakaian (3.183)
 - Variabel 6 Keanekaragaman variasi pewangi pakaian (3.125)
 - Variabel 7 Kesesuaian antara pewangi yang dipilih dengan hasil pewangi pakaian yang digunakan (3.167)
 - Variabel 8 Keanekaragaman jenis barang yang dapat dicuci (pencucian sepatu, peralatan tidur, keset, dll) (3.283)
 - Variabel 10 Ketepatan waktu selesai sesuai yang dijanjikan (3.083)
 - Variabel 12 Keseuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas yang diberikan (3.450)
 - Variabel 13 Kesesuaian harga yang dibebankan dengan daftar harga yang tertera (3.250)
 - Variabel 14 Kewajaran harga yang diberikan dibandingkan dengan pesaing lain (3.192)

- Variabel 15 Kedekatan lokasi *laundry* dengan akses jalan raya (3.033)
- Variabel 17 Kedekatan lokasi *laundry* dengan perumahan penduduk (3.025)
- Variabel 19 Kemudahan lokasi *laundry* diakses dengan kendaraan bermotor (3.117)
- Variabel 27 Kejelasan nama pada papan nama (3.250)
- Variabel 28 Kemenarikan desain spanduk (3.233)
- Variabel 36 Kesigapan karyawan dalam melayani konsumen (3.083)
- Variabel 37 Ketanggapan karyawan dalam menanggapi permintaan konsumen (3.183)
- Variabel 38 Kerapihan pakaian karyawan (3.025)
- Variabel 39 Kebersihan pakaian karyawan (3.133)
- Variabel 40 Pengetahuan karyawan mengenai setiap jasa yang ditawarkan (3.125)
- Variabel 42 Kesiapan karyawan menanggapi setiap keluhan konsumen (3.028)
- Variabel 44 Kecepatan dalam penghitungan pakaian (3.117)
- Variabel 34 Keramahan karyawan dalam melayani konsumen (3.450)
- Variabel 35 Kesopanan karyawan saat melayani konsumen (3.233)
- Variabel 46 Kecepatan dalam transaksi pembayaran (3.200)
- Variabel 47 Kecepatan dalam pembuatan tanda terima/nota (3.150)
- Variabel 48 Ketepatan dalam transaksi pembayaran (3.192)
- Variabel 55 Kebersihan tempat usaha (3.167)
- ❖ Persentase jumlah variabel kinerja yang dinilai kurang baik sebesar 19.444%, menandakan Qiu Qiu *Laundry* perlu melakukan beberapa perbaikan terhadap kinerja yang diberikan.
- Variabel 1 Kebersihan hasil pencucian pakaian (2.867)
- Variabel 11 Penyediaan pilihan sampel pewangi pakaian untuk pilihan konsumen (2.892)
- Variabel 20 Kemudahan dalam melihat papan nama (2.792)
- Variabel 26 Kemenarikan papan nama (2.842)
- Variabel 33 Kemudahan memperoleh informasi mengenai *laundry* (2.742)

- Variabel 45 Keragaman alternatif cara pembayaran (2.842)
- Variabel 51 Kelengkapan atribut protokol kesehatan *Covid-19* (masker, sarung tangan, *face shield*, dll) karyawan (2.792)

4) Variabel kinerja yang secara signifikan mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap penggunaan jasa Qiu Qiu *Laundry*.

Berdasarkan hasil pengolahan, didapatkan variabel yang memiliki pengaruh positif dan negatif terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan jasa Qiu Qiu *Laundry*, yaitu:

- Variabel 15 Kedekatan lokasi *laundry* dengan akses jalan raya (0.156)
- Variabel 39 Kebersihan pakaian karyawan (– 0.269)

Pengaruh variabel X_{15} adalah positif yaitu 0.156. Nilai 0.156 artinya apabila terjadi peningkatan nilai pada variabel X_{15} (nilai variabel independen lain tetap), maka nilai loyalitas konsumen akan meningkat sebesar 0.156.

Dari hasil pengujian terdapat hasil yang tidak sesuai yaitu pada variabel X_{39} (Kebersihan pakaian karyawan) yang memiliki pengaruh negatif, sehingga variabel tidak dapat dijadikan dasar penelitian. Hal ini kemungkinan terjadi dikarenakan terdapat kesalahan dalam proses penelitian, bahwa kebersihan pakaian karyawan sulit dinilai oleh konsumen karena perspektif setiap konsumen akan kecukupan bersih sangat berbeda-beda.

5) Posisi Qiu Qiu *Laundry* dibandingkan pesaingnya Quantum *Laundry* dan Day *Clean*.

❖ Variabel-variabel peringkat 1 yang dimiliki Qiu Qiu *Laundry* (keunggulan), yaitu:

- Variabel 2 Kerapihan hasil penyetrikaan pakaian
- Variabel 5 Kelengkapan jumlah pakaian
- Variabel 6 Keanekaragaman variasi pewangi pakaian
- Variabel 7 Kesesuaian antara pewangi yang dipilih dengan hasil pewangi pakaian yang digunakan
- Variabel 10 Ketepatan waktu selesai sesuai yang dijanjikan

- Variabel 11 Penyediaan pilihan sampel pewangi pakaian untuk pilihan konsumen
- Variabel 14 Kewajaran harga yang diberikan dibandingkan dengan pesaing lain
- Variabel 17 Kedekatan lokasi *laundry* dengan perumahan penduduk
- Variabel 28 Kemenarikan desain spanduk
- Variabel 33 Kemudahan memperoleh informasi mengenai *laundry*
- Variabel 34 Keramahan karyawan dalam melayani konsumen
- Variabel 35 Kesopanan karyawan saat melayani konsumen
- Variabel 36 Kesigapan karyawan dalam melayani konsumen
- Variabel 37 Ketanggapan karyawan dalam menanggapi permintaan konsumen
- Variabel 40 Pengetahuan karyawan mengenai setiap jasa yang ditawarkan
- Variabel 44 Kecepatan dalam penghitungan pakaian
- Variabel 47 Kecepatan dalam pembuatan tanda terima/nota
- Variabel 48 Ketepatan dalam transaksi pembayaran
- ❖ Variabel-variabel peringkat 2 yang dimiliki Qiu Qiu *Laundry*, yaitu:
 - Variabel 1 Kebersihan hasil pencucian pakaian
 - Variabel 3 Kerapihan hasil pelipatan pakaian
 - Variabel 4 Kerapihan penyusunan pakaian saat *packing*
 - Variabel 12 Keseuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas yang diberikan
 - Variabel 19 Kemudahan lokasi *laundry* diakses dengan kendaraan bermotor
 - Variabel 42 Kesiediaan karyawan menanggapi setiap keluhan konsumen
- ❖ Variabel-variabel peringkat 3 yang dimiliki Qiu Qiu *Laundry* (kelemahan), yaitu:
 - Variabel 8 Keanekaragaman jenis barang yang dapat dicuci (pencucian sepatu, peralatan tidur, keset, dll)
 - Variabel 13 Kesesuaian harga yang dibebankan dengan daftar harga yang tertera
 - Variabel 15 Kedekatan lokasi *laundry* dengan akses jalan raya
 - Variabel 20 Kemudahan dalam melihat papan nama
 - Variabel 26 Kemenarikan papan nama
 - Variabel 27 Kejelasan nama pada papan nama

- Variabel 38 Kerapihan pakaian karyawan
- Variabel 39 Kebersihan pakaian karyawan
- Variabel 45 Keragaman alternatif cara pembayaran
- Variabel 46 Kecepatan dalam transaksi pembayaran
- Variabel 51 Kelengkapan atribut protokol kesehatan *Covid-19* (masker, sarung tangan, *face shield*, dll) karyawan
- Variabel 55 Kebersihan tempat usaha

6) *Segmentation, targeting, dan positioning*

❖ *Segmentation*

Segmentation dilakukan berdasarkan:

- Geografis : Domisili Kota Bandung.
- Demografis : Jenis kelamin, usia, pekerjaan, uang saku, penghasilan.
- Psikografis : Frekuensi penggunaan jasa, jenis barang yang sering di *laundry*, biaya yang dikeluarkan tiap kali penggunaan jasa *laundry*, total berat dalam satu kali *laundry*.
- Perilaku : Alasan penggunaan jasa Qiu Qiu *Laundry*, jenis barang yang sering di *laundry*, jenis media sosial yang sering digunakan, jenis media cetak yang sering digunakan, jenis media elektronik yang sering digunakan, durasi penggunaan media sosial, alternatif metode pembayaran yang sering digunakan, media pemesanan yang disukai, media *e-money* yang sering digunakan.

❖ *Targeting*

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian bagian 1, didapatkan rangkuman perilaku konsumen seperti berikut:

- Konsumen menggunakan jasa *laundry* karena kondisi konsumen yang terlalu sibuk dan konsumen tidak mau terlalu repot dengan mencuci sendiri.
- Frekuensi dalam pemakaian jasa *laundry* berkisar mulai dari 1-4 kali dalam sebulan.
- Konsumen menggunakan jasa *laundry* untuk membersihkan pakaian.

- Total berat barang yang konsumen cuci berkisar mulai dari 1-7 kilogram.
 - Total biaya yang dikeluarkan dalam satu kali penggunaan jasa *laundry* sebesar Rp7.000-Rp49.000.
 - Metode pembayaran yang sering digunakan adalah *cash*.
 - Fasilitas *e-money* yang sering digunakan adalah OVO dan GoPay.
 - Media cetak yang sering digunakan yaitu spanduk, brosur, dan koran.
 - Sosial media yang sering digunakan adalah Instagram.
 - Durasi dalam penggunaan sosial media berkisar mulai dari 1-8 jam dalam satu hari.
 - Metode pemesanan jasa yang paling digemari yaitu melalui aplikasi *WhatsApp*.
- Kemudian, didapatkan rangkuman target dari konsumen, yaitu sebagai berikut:
- Konsumen berusia 17-24tahun.
 - Pekerjaan konsumen sebagai pelajar/mahasiswa dan pegawai swasta.
 - Memiliki uang saku bagi yang belum bekerja sebesar Rp1.000.000-Rp2.500.000.
 - Memiliki pendapatan bagi yang bekerja sebesar Rp3.700.000-Rp9.150.000.

❖ *Positioning*

Dari hasil pengolahan, dapat disimpulkan Konsumen menginginkan jasa *laundry* yang dekat dengan akses jalan raya (diakses dengan mudah), memberikan hasil *laundry* pakaian yang bersih, rapih, wangi, dan lengkap, pelayanan karyawan yang memuaskan, memberikan kualitas yang diharapkan konsumen sebanding dengan biaya yang dikeluarkan, serta dapat membantu konsumen yang tidak sempat dalam hal membersihkan pakaian. Secara khusus, hasil targeting menunjukkan persentasi konsumen Qiu Qiu *Laundry* adalah seorang pelajar/mahasiswa, dimana memiliki persediaan pakaian yang tidak banyak sehingga membutuhkan kecepatan dalam penyelesaian pembersihan pakaian. Berdasarkan hal tersebut, penulis memberikan usulan slogan baru untuk Qiu Qiu *Laundry*, yaitu “Mudah, Berkualitas, dan Tepat Waktu”.

- Mudah menunjukkan bahwa Qiu Qiu *Laundry* dapat mudah ditemukan dan dijangkau oleh konsumen, baik secara fisik dengan pendirian cabang-cabang baru, maupun secara nonfisik dengan fasilitas online yang disediakan.
 - Berkualitas menunjukkan bahwa Qiu Qiu *Laundry* dapat menjamin hasil *laundry* dengan kualitas yang tinggi dan sesuai yang diharapkan konsumen, seperti hasil *laundry* yang bersih, rapih, wangi, jumlah pakaian yang lengkap, serta pelayanan karyawan yang handal dibidangnya.
 - Tepat Waktu menunjukan bahwa Qiu Qiu *Laundry* menjamin waktu penyelesaian pembersihan pakaian sesuai dengan yang dijanjikan, dapat diambil langsung ke lokasi usaha ataupun dikirimkan melalui fasilitas *delivery*.
- 7) Usulan perbaikan strategi bauran pasar yang dapat diberikan untuk Qiu Qiu *Laundry*, yaitu sebagai berikut:
- Memberikan layanan *free pick up* dan *delivery* untuk sekitar area Universitas Kristen Maranatha.
 - Membuka cabang usaha baru lebih dekat atau berada dipinggir jalan akses jalan raya.
 - Memasang spanduk di pinggir Jalan Surya Sumantri (di depan pintu gang Jalan Terusan Babakan Jeruk 1) yang menunjukkan arah dan jarak dalam menuju lokasi jasa.
 - Mengganti ukuran papan nama dengan ukuran 60×90 cm agar dapat mudah terlihat.
 - Mengganti desain papan nama menggunakan desain baru.
 - Mengubah penempatan papan nama agar tidak terhalangi objek lain atau memasang papan nama pada tempat parkir motor.
 - Melakukan peremajaan terhadap papan nama setiap 1 atau 2 kali dalam setahun, untuk menjaga dari pudarnya warna dan tulisan yang mengakibatkan papan nama yang sulit terlihat atau terbaca.
 - mewajibkan karyawan menggunakan masker saat sedang bekerja dan menyediakan peralatan penunjang protokol kesehatan seperti *faceshield*, sarung

tangan karet, penyediaan *handsanitiser*, penyediaan cairan desinfektan dan dispenser cuci tangan.

- Memberikan pelatihan kepada karyawan tentang bagaimana cara menangani pakaian dengan jenis-jenis kotor yang berbeda.
- Memisahkan penanganan terhadap pakaian yang sangat kotor dengan yang kotor.
- Menyediakan buku sebagai pembukuan atau catatan tentang pesanan konsumen.
- Membuat halaman online pada platform Instagram.
- Menempelkan stiker Qiu Qiu *Laundry* pada bungkus pakaian.
- Pemilik usaha memberikan pelatihan kepada karyawan tentang bagaimana seharusnya melayani konsumen dengan baik.
- Pemilik usaha menghimbau kepada karyawannya untuk berpakaian yang rapih dan sopan, minimal pakaian berkerah, celanan panjang, rok dan/atau terusan.
- Pihak Qiu Qiu *Laundry* dapat memberikan seragam untuk semua karyawan.
- Menyediakan layanan pembayaran secara nontunai melalui e-money berupa OVO atau GoPay.
- Menghimbau karyawan agar selalu memperkenalkan kepada konsumen bahwa Qiu Qiu *Laundry* memberikan fasilitas untuk konsumen dapat memilih varian pewangi yang disukai untuk digunakan.
- Memperbaharui setiap pilihan pewangi pakaian, apabila ada pengurangan atau penambahan varian baru.
- Membuat daftar layanan beserta dengan harga.
- Pihak Qiu Qiu *Laundry* membuat hari piket untuk melakukan pembersihan secara bergantian terhadap lokasi usaha.
- Pihak pemilik usaha melakukan evaluasi secara berkala mengenai kebersihan lokasi usaha.
- Melakukan evaluasi secara berkala mengenai kerapihan dari proses penyetricaan dan pelipatan pakaian.
- Mengganti setrika listrik yang selama ini digunakan dengan setrika uap.

- Pemilik usaha memberikan pelatihan mengenai tata cara dalam melayani konsumen.
- Menambahkan jasa pencucian pakaian jenis gaun atau brokat kebaya.
- Pemilik usaha memberikan arahan dan pelatihan mengenai tata cara penyusunan pakaian yang lebih baik dan lebih rapih.

6.2 Saran

Berikut ini saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya:

- 1) Untuk penelitian Qiu Qiu *Laundry* selanjutnya, sebaiknya meneliti mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa Qiu Qiu *Laundry* untuk lebih mengetahui secara spesifik kinerja yang sudah memuaskan konsumen.
- 2) Untuk penelitian Qiu Qiu *Laundry* selanjutnya, sebaiknya meneliti dengan menggunakan model *Service Quality* untuk mengetahui kualitas layanan yang telah diberikan saat ini, sehingga dapat melakukan *quality emprovement* menjadi lebih baik.
- 3) Untuk penelitian Qiu Qiu *Laundry* selanjutnya, sebaiknya meneliti mengenai persentase minat konsumen terhadap masing-masing jasa yang ditawarkan. Dari persentase yang rendah dapat diberikan usulan untuk meningkatkan minat konsumen terhadap layanan jasa tersebut, sehingga perusahaan dapat memanfaatkan dan mendapatkan profit secara lebih maksimal dari setiap jasa yang ditawarkan.
- 4) Untuk penelitian Qiu Qiu *Laundry* selanjutnya, peneliti harus memberikan minimal frekuensi responden telah menggunakan jasa Qiu Qiu *Laundry* (misalkan telah menggunakan Qiu Qiu *Laundry* selama 3 bulan). Sehingga diharapkan yang dapat mengisi kuesioner hanyalah responden yang benar-benar telah mengenal kondisi perusahaan dan bukan responden yang baru pertama kali menggunakan atau baru satu atau dua kali menggunakan jasa Qiu Qiu *Laundry*.
- 5) Untuk penelitian Qiu Qiu *Laundry* selanjutnya, peneliti dapat menelaah kembali mengenai penetapan target omset dikarenakan pencapaian perusahaan yang rendah. Sehingga kemudian dapat ditetapkan target omset yang lebih wajar untuk dicapai oleh perusahaan.

- 6) Untuk penelitian Qiu Qiu *Laundry* selanjutnya, perlu dilakukan perhitungan terhadap usulan pengadaan investasi barang atau fasilitas baru. Sehingga rencana usulan tersebut tidak membebankan perusahaan terkait permasalahan yang sedang dialami perusahaan.

