

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Identifikasi variabel-variabel yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih bengkel motor, yaitu :
  - a. Bengkel memberikan biaya pelayanan jasa yang sesuai dengan pengerjaannya (cth : harga untuk servis Rp.15.000)
  - b. Bengkel memberikan harga sparepart murah
  - c. Bengkel memberikan pengerjaan pelayanan yang baik ( cth : motor yang sudah selesai dibersihkan / dilap)
  - d. Bengkel memberikan proses pelayanan jasa yang tidak terlalu lama / sewajarnya (tidak lebih dari 1 jam)
  - e. Bengkel memberitahukan iklan tentang bengkel di media massa
  - f. Bengkel memiliki mekanik yang cepat tanggap akan keluhan konsumen
  - g. Bengkel memiliki mekanik yang rapi dalam melakukan pengerjaannya (tidak ada baur motor yang kendor / hilang )
  - h. Bengkel memiliki penerangan ruangan yang baik
  - i. Bengkel memiliki peralatan bengkel yang lengkap
  - j. Bengkel memiliki ruang tunggu konsumen
  - k. Bengkel memiliki spanduk bengkel
  - l. Bengkel memiliki tempat pengerjaan yang bersih
  - m. Bengkel memiliki tempat yang strategis dalam lalu lintas motor di Taman Kopo Indah III
  - n. Bengkel memiliki ventilasi udara yang baik ( tidak bau, tidak pengap)

- o. Bengkel mengadakan suatu promo khusus dalam pelayanan jasa (cth : 5 x servis gratis 1)
  - p. Bengkel menyediakan barang-barang variasi
  - q. Bengkel menyediakan sparepart orisinil dan lokal
  - r. Harga pelayanan jasa sesuai dengan peralatan yang dipakai
  - s. Pemilik bengkel ramah terhadap konsumen
  - t. Tempat bengkel mudah terlihat (orang tidak sulit untuk menemukannya)
2. Dilihat dari hasil kuesioner dapat disimpulkan bahwa bengkel yang sering dikunjungi selain bengkel Petra Motor adalah bengkel Manjaya Motor, Anugrah Motor, Rajawali Motor, Multi Prima Motor, Mega Motor, Sinar Motor, Jaya Motor, Damara Motor, Gama Motor. Namun dilihat dari persentase bahwa bengkel yang menjadi pesaing utama Petra Motor adalah bengkel Multi Prima Motor, mungkin ini dikarenakan bengkel tersebut memiliki tempat yang strategis yaitu dekat dengan Pom Bensin, dekat dengan Swalayan, dan letaknya terdapat di jalan akses utama.
3. Atribut yang perlu diperbaiki untuk memenuhi keinginan konsumen ditinjau dari persepsi dan harapan konsumen adalah pihak bengkel dapat meningkatkan variabel dilihat dari Matrik IPA yaitu pada kuadran 2 dan kuadran 3. Dimana prioritas pertama yang harus dilakukan adalah pihak bengkel dapat menambah sparepart orisinil dan lokal, serta menyediakan barang-barang variasi seperti velk racing, kenalpot racing. Selain itu juga bengkel sebaiknya memasang iklan tentang bengkel di media massa, serta dengan menambah spanduk bengkel sehingga dengan begitu bengkel dapat mudah terlihat atau orang tidak sulit menemukan bengkel Petra Motor. Pada prioritas kedua yaitu sebaiknya dapat memerhatikan tentang harga pelayanan jasa, serta dapat meningkatkan mekanik agar lebih baik lagi seperti cepat

tanggap akan keluhan konsumen dan sebaiknya bengkel dapat menjaga lebih baik lagi akan kebersihan bengkel.

4. Upaya-upaya yang dilakukan bengkel Petra Motor agar konsumen yang datang bisa bertambah

Strategi yang terpilih berdasarkan skor IFAS dan EFAS adalah strategi Growth, yaitu mengembangkan bengkel dengan cara mempertahankan kinerja dan meminimasi kelemahan dari bengkel serta meningkatkan kekurangan-kekurangan dari variabel yang diharapkan oleh konsumen. Berikut ini adalah gambaran strategi yang dihasilkan berdasarkan matrik SWOT yang telah direvisi dengan *gap* :

Atribut yang perlu ditingkatkan :

- Menambah modal, sehingga dengan bertambahnya modal maka perusahaan dapat menambah sparepart dan membeli keperluan bengkel lainnya.
- Menambah jumlah sparepart lebih banyak lagi baik itu sparepart orisinil maupun local, sehingga dengan banyaknya jumlah sparepart maka konsumen tidak perlu pergi ke bengkel lain untuk menggantikan sparepart yang mereka butuhkan.
- Menambah variasi yang lebih banyak seperti velk racing, knalpot, sparepart-sparepart racing, dan lain-lain. Sehingga dengan banyaknya barang variasi dapat menarik konsumen untuk menggantikan sparepart yang ada pada motor mereka.
- Menambah spanduk bengkel, sehingga dengan adanya spanduk konsumen mudah mengetahui bengkel berada.
- Selain menambahkan spanduk, pihak bengkel juga dapat memberikan promo khusus seperti promo 5 kali servis gratis 1 kali, setiap servis mendapatkan softdrink, dan masih banyak lagi promo-promo yang

bias diberikan pihak bengkel, sehingga dengan adanya promo-promo tersebut akan menarik konsumen untuk datang ke bengkel.

- Harga pelayanan jasa sebaiknya lebih diperhatikan seperti menurunkan harga pelayanan jasa sehingga konsumen dapat tertarik untuk datang ke bengkel Petra Motor.

Atribut yang perlu dipertahankan:

- Dalam proses pelayanan/ servis sebaiknya tidak terlalu lama, agar konsumen tidak merasa suntuk karena terlalu lamanya pengerjaan pelayanan servis.
- Harga Sparepart sebaiknya dapat dipertahankan karena konsumen sudah merasa harga sparepart yang sudah ada sudah lumayan murah.
- Meningkatkan kinerja mekanik lebih baik lagi sehingga konsumen yang datang merasa puas setelah dari bengkel.
- Agar konsumen tidak merasa suntuk menunggu pengerjaan pelayanan servis sebaiknya pihak bengkel dapat menyediakan majalah bacaan seperti Koran dan lainnya di ruang tunggu konsumen.
- Menambah peralatan servis lebih baik lagi, serta dapat merawat peralatan tersebut agar tidak rusak.
- Pihak bengkel dapat merawat bengkel lebih baik lagi sehingga bengkel tetap bersih, tidak pengap, dan lain sebagainya. Dengan begitu konsumen merasa nyaman. Selain itu mekanik harus meningkatkan lagi dalam melakukan pekerjaannya seperti motor yang setelah di servis dibersihkan (dilap) sehingga motor tidak kotor, dan tidak ada bekas oli di motor.
- Sebaiknya pihak bengkel ataupun mekanik lebih sopan/ramah terhadap konsumen sehingga konsumen merasa dihargai, merasa nyaman datang ke bengkel.

## 6.2 Saran

Untuk meningkatkan minat para konsumen untuk menjadi pengguna jasa dari bengkel Petra Motor, sebaiknya pihak perusahaan dapat melakukan upaya-upaya sebagai berikut :

- Pihak perusahaan harus lebih memperhatikan promosi, karena dengan promosi konsumen dapat mengetahui keberadaan bengkel Petra Motor.
- Dilihat dari hasil kuesioner dapat disimpulkan bahwa jumlah konsumen yang datang ke bengkel Petra Motor  $\pm 75\%$  dari Taman Kopo Indah. Melihat persentase ini dapat diusulkan bahwa pihak bengkel dapat melakukan pelayanan jasa servis antar jemput motor untuk wilayah Taman Kopo Indah. Sehingga dengan adanya pelayanan antar jemput motor, jika ada konsumen yang memiliki kesibukan di rumah dapat merawat motornya tanpa harus pergi ke bengkel.