

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih salon mobil adalah :
 - 1) Keragaman fasilitas utama yang ditawarkan, seperti ; cuci mobil, ganti oli, salon dan lain-lain
 - 2) Keragaman aksesoris, seperti ; kaca film, parfum mobil, tissue, aksesoris eksterior & interior, dan lain-lain
 - 3) Letak yang tidak jauh dari pusat kota
 - 4) Kemudahan dalam mencapai lokasi
 - 5) Bentuk bangunan
 - 6) Hiburan, seperti ; TV, musik, dan lain-lain
 - 7) Kebersihan area salon/cuci mobil secara keseluruhan
 - 8) Harga masing-masing fasilitas jasa yang ditawarkan, seperti cuci mobil, ganti oli, salon mobil interior dan eksterior dibandingkan pesaing
 - 9) Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas hasil jasa
 - 10) Diskon pada waktu-waktu tertentu atau pengumpulan/akumulasi poin (cth : cuci 10x gratis 1x)
 - 11) Fasilitas toilet
 - 12) Tempat parkir yang cukup
 - 13) Ruang tunggu dengan kapasitas yang cukup banyak
 - 14) Kedisiplinan dan kejujuran karyawan
 - 15) Keramahan para karyawan
 - 16) Kecakapan para karyawan dalam mengerjakan tugasnya

- 17) Kesigapan pelayanan oleh karyawan
 - 18) Pengetahuan karyawan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan fasilitas yang ditawarkan
 - 19) Kemudahan proses pembayaran (cth : apakah antri/tidak, kasir sigap/tidak, dan lain-lain)
 - 20) Kejelasan proses pelayanan (cth : apakah ketika anda mencuci mobil prosesnya selalu sama, setelah dicuci kemudian di lap dengan bersih, interior dibersihkan dan divakum, ban mobil selalu disemir, dan lain-lain)
2. Kelebihan dan kelemahan dari salon mobil New Kartika dibandingkan dengan pesaingnya yang diperoleh dari hasil pengolahan *Correspondence Analysis* dimana sumber datanya adalah responden yaitu:

Kelebihan salon mobil New Kartika menurut hasil CA :

- Bentuk bangunan
- Hiburan, seperti ; TV, musik, dan lain-lain
- Kebersihan area salon/cuci mobil secara keseluruhan
- Harga masing-masing fasilitas jasa yang ditawarkan, seperti cuci mobil, ganti oli, salon mobil interior dan eksterior dibandingkan pesaing
- Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas hasil jasa
- Diskon pada waktu-waktu tertentu atau pengumpulan/akumulasi poin (cth : cuci 10x gratis 1x)
- Fasilitas toilet
- Tempat parkir yang cukup
- Ruang tunggu dengan kapasitas yang cukup banyak
- Kedisiplinan dan kejujuran karyawan
- Keramahan para karyawan
- Kesigapan pelayanan oleh karyawan

- Pengetahuan karyawan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan fasilitas yang ditawarkan
- Kemudahan proses pembayaran (cth : apakah antri/tidak, kasir sigap/tidak, dan lain-lain)
- Kejelasan proses pelayanan (cth : apakah ketika anda mencuci mobil prosesnya selalu sama, setelah dicuci kemudian di lap dengan bersih, interior dibersihkan dan divakum, ban mobil selalu disemir, dan lain-lain)

Kelemahan salon mobil New Kartika menurut hasil CA :

- Keragaman fasilitas utama yang ditawarkan, seperti ; cuci mobil, ganti oli, salon dan lain-lain
- Keragaman aksesoris, seperti ; kaca film, parfum mobil, tissue, aksesoris eksterior & interior, dan lain-lain
- Letak yang tidak jauh dari pusat kota
- Kemudahan dalam mencapai lokasi
- Kecakapan para karyawan dalam mengerjakan tugasnya

Kelebihan dan kelemahan menurut data *strength* dan *weaknesses* dari SWOT yang di dapat dari pendapat pihak perusahaan (mayoritas) adalah :

Kelebihan salon mobil New Kartika menurut SWOT :

- Kualitas hasil pencucian mobil
- Kebersihan area salon mobil secara keseluruhan
- Kecepatan pelayanan dengan hasil yang baik
- Adanya program bonus cuci mobil bagi yang berulang tahun
- Kapasitas ruang tunggu yang banyak dan terpisah bagi yang merokok dan tidak merokok
- Buka hingga pukul 11 malam
- Adanya program cuci 10 kali gratis 1 kali

Kelemahan salon mobil New Kartika menurut SWOT :

- Akses menuju salon mobil New Kartika
- Letaknya yang jauh dari pusat kota
- Promosi dan pelayanan salon mobil eksterior dan interior
- Keragaman aksesoris-aksesoris yang ada
- Promosi baik melalui media cetak dan elektronik

3. Tingkat kepuasan konsumen salon mobil New Kartika yang diperoleh dari hasil pengolahan dengan *rating scale* didapat bahwa konsumen salon mobil New Kartika merasa **tidak puas** dengan beberapa atribut pelayanan yang diberikan salon mobil New Kartika. Atribut-atribut tersebut adalah:

Atribut 2 : Keragaman aksesoris, seperti ; kaca film, parfum mobil, tissue, aksesoris eksterior & interior, dan lain-lain

Atribut 3 : Letak yang tidak jauh dari pusat kota

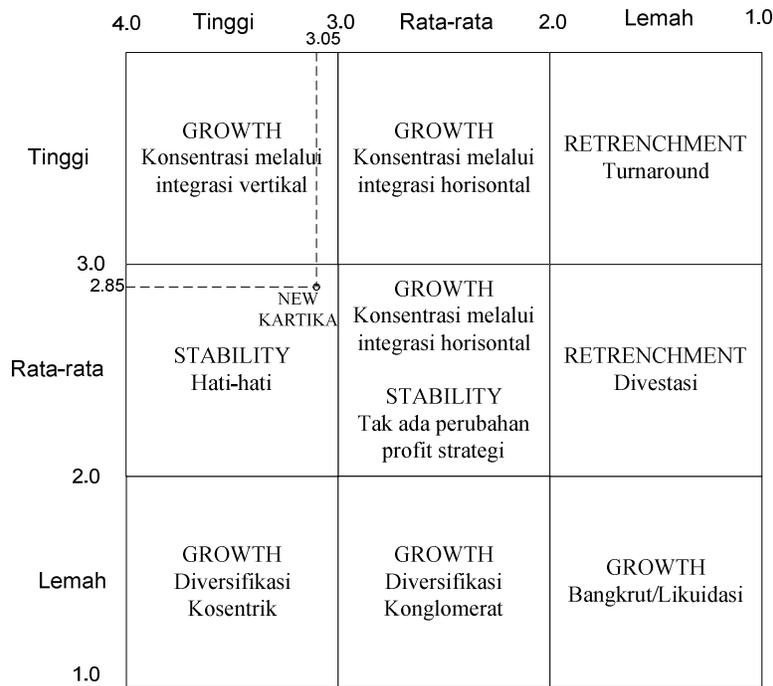
Atribut 4 : Kemudahan dalam mencapai lokasi

Selain dari ketiga atribut di atas, secara keseluruhan didapat bahwa pengunjung merasa puas terhadap atribut-atribut yang ada.

4. Berdasarkan hasil segmentasi pasar dengan metode STP maka dapat ditentukan target pasar yang tepat yang harus dicapai oleh salon mobil New Kartika yaitu :

- Dari segi jenis pekerjaan segmen pasar yang dipilih menjadi target pasar adalah pelajar/mahasiswa dan pegawai swasta.
- Dari tingkat penghasilan targetnya adalah :
Bagi yang sudah bekerja adalah yang berpenghasilan antara Rp. 4.000.001 hingga Rp. 6.000.000.
Bagi yang belum bekerja, yaitu orang yang mempunyai uang saku diatas Rp 1.000.000.
- Dari segi tempat tinggal, target yang paling baik untuk target pasar adalah Bandung Barat.
- Jenis pelayanan yang sering diminta adalah cuci mobil “*snow wash*”

5. Data yang diperoleh dari hasil penyusunan matriks IFAS dan EFAS pada pengolahan SWOT menunjukkan posisi strategi pihak New Kartika saat ini seperti pada gambar berikut ini (diambil dari model *General Electric*) :



Gambar 5.4
Model Untuk Strategi Korporat

Dari hasil analisis matriks tersebut, diperoleh hasil *EFAS*=2.85 dan *IFAS*=3.05. Menurut Rangkuti (1997) pada subbab 3.13.1.2, apabila hasil matrik Internal-Eksternal menunjukkan kategori *EFAS* rata-rata (berada dalam interval 2.0 hingga 3.0) dan *IFAS* yang tinggi (berada dalam interval 3.0 hingga 4.0), maka strategi yang perlu diambil oleh perusahaan lebih mengarah pada **stabilitas (hati-hati)** yakni strategi yang diterapkan tidak mengubah arah strategi saat ini untuk memperkuat kedudukan salon mobil New Kartika dalam artian mempertahankan yang sudah ada, akan tetapi tetap harus hati-hati terhadap berbagai ancaman yang ada oleh karena itu perlu adanya

beberapa usulan strategi-strategi lainnya agar lebih membuat New Kartika mendapat posisi yang kuat di pasaran.

6. Upaya-upaya apakah yang dapat dilakukan New Kartika untuk dapat mempertahankan pelanggan tetap yang sudah ada dan menambah pelanggan baru :

- Memperbanyak keragaman aksesoris dan lebih variatif dan disesuaikan dengan selera konsumen, seperti ; kaca film, parfum mobil, tissue, aksesoris eksterior & interior, dan lain-lain yang ditawarkan kepada pengunjung. Keragaman aksesoris ini juga harus didukung dengan harga yang kompetitif. Jenis-jenis aksesoris yang ada dapat dibuat dalam suatu katalog lengkap dengan spesifikasi dan harga dari tiap aksesoris tersebut.
- Membuka cabang ditempat lain dapat juga dengan menerapkan strategi dengan mengadakan kerjasama dengan pemilik modal lainnya dalam membuka *franchise*.
- Membuat penunjuk keberadaan salon mobil New Kartika yaitu dengan membuat pamflet sebagai penunjuk jalan menuju salon mobil New Kartika. Selain itu perlu membuka cabang ditempat yang strategis dan mempunyai jalur dua arah.
- Memperbanyak keragaman fasilitas utama yang ditawarkan kepada pengunjung yang datang sehingga dapat mengimbangi keragaman fasilitas yang ditawarkan oleh salon mobil lain. Jenis-jenis fasilitas yang ditawarkan dapat dibuat dalam suatu katalog lengkap dengan spesifikasi dan harga dari tiap pelayanan tersebut.
- Melakukan pelatihan untuk karyawan dan juga apabila perlu melakukan rekrutmen karyawan yang mempunyai keahlian dan kemampuan yang lebih baik.

Upaya-upaya tambahan lainnya yang dapat dilakukan oleh perusahaan menurut hasil pengolahan SWOT yang dilakukan adalah :

Tabel 6.1
Tabel Alternatif Strategis Berdasarkan Matrik SWOT

Strategi SO	Strategi WO
* Menyebarkan flyer ke daerah sekitar dengan mencantumkan berbagai fitur & bonus yang ditawarkan	* Membuka cabang di tempat lain di lokasi yang lebih strategis & dekat pusat kota
* Memberi potongan harga bagi mahasiswa	* Membuat spanduk di jalan-jalan besar di daerah Bandung Barat
* Mengadakan sistem pick-up delivery mobil bagi penduduk sekitar New Kartika	* Melakukan kerjasama dengan showroom mobil disekitar lokasi dengan memberi voucher diskon
* Penambahan fasilitas <i>wifi hotspot</i>	* Memperbanyak variasi aksesoris mobil yang banyak diminati, terutama bagi anak muda
Strategi ST	Strategi WT
* Menjaga kualitas hasil pelayanan agar tetap lebih baik dari yang lain	* Membuat penunjuk jalan di setiap persimpangan yang mengarah ke New Kartika
* Membuat harga yang kompetitif dengan perusahaan yang lain	* Mengadakan sistem membership dengan berbagai kelebihan
* Memberi potongan harga pada malam hari (diatas jam 7 malam)	* Membuat iklan di berbagai media dengan mencantumkan informasi mengenai berbagai kelebihan-kelebihan yang didapat

- **Strategi SO**

- Adanya potongan harga bagi pelajar/mahasiswa
- Menyebarkan flyer ke daerah sekitar dengan mencantumkan berbagai bonus yang ditawarkan
- Mengadakan sistem pick-up delivery mobil bagi penduduk sekitar dalam radius sekian ratus meter dari New Kartika
- Penambahan fasilitas internet *wifi hotspot* untuk memanjakan konsumen-konsumen yang suka *nongkrong*, terutama para kawula muda

- **Strategi WO**

- Membuka cabang di tempat lain dengan lokasi yang lebih strategis dan lebih dekat dengan pusat kota
- Membuat spanduk-spanduk di jalan-jalan besar di daerah Bandung Barat
- Melakukan kerjasama dengan showroom mobil di sekitar lokasi dengan pemberian voucher diskon

- Memperbanyak variasi aksesoris yang banyak diminati, terutama bagi kaum anak muda
- **Strategi ST**
 - Menjaga kualitas hasil pelayanan agar tetap lebih baik dari yang lain
 - Membuat harga yang lebih kompetitif dengan perusahaan yang lain
 - Mengadakan potongan harga untuk jam pencucian di malam hari (diatas jam 7 malam)
- **Strategi WT**
 - Membuat penunjuk jalan menuju salon di setiap persimpangan jalan disekitar New Kartika yang mudah terbaca bagi pengendara mobil
 - Mengadakan sistem *membership* tahunan dengan memberikan berbagai kelebihan-kelebihan bagi para *member* agar dapat menarik konsumen baru serta mempertahankan konsumen-konsumen setia yang sudah ada
 - Membuat iklan untuk mempromosikan salon mobil baik melalui media cetak maupun elektronik dengan menyertakan informasi mengenai berbagai kelebihan yang ditawarkan

6.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan saran yang berguna bagi perusahaan :

- Perusahaan sebaiknya memperbaiki hal-hal yang menjadi kelemahan yaitu atribut-atribut yang belum memuaskan konsumen dan juga kelemahan salon mobil New Kartika dari salon mobil pesaing. Karena apabila konsumen merasa terpuaskan maka konsumen akan selalu tertarik untuk mengunjungi salon mobil New Kartika sehingga mampu bersaing dengan salon mobil lain.

Saran yang diajukan untuk penelitian lebih lanjut adalah :

- Agar dilakukan penelitian lanjutan mengenai kualitas pelayanan pada salon mobil dengan metode *Servqual* atau metode *Importance Performance Analysis*.

- Adanya penelitian tentang perencanaan tata letak dan fasilitas dalam upaya memaksimalkan pemakaian tempat pada suatu area salon mobil.