BAB 6
KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Hasil pengolahan data dan analisis dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen dan mempromosikan Mie Selera Rakyat, yaitu:

1. Harapan pelanggan terhadap Mie Selera Rakyat
   - Mie enak dimakan kapanpun
   - Mie cocok dimakan dengan nasi
   - Mie kenyal
   - Berat mie “pas”
   - Mie tahan *beukah* (tahan kembang)
   - Gambar kemasan mudah diingat
   - Gambar kemasan mudah dikenali
   - Gambar kemasan menarik
   - Perekat kemasan kuat
   - Bahan kemasan cukup tebal
   - Harga terjangkau
   - Harga sesuai kualitas
   - Halal (ada sertifikat Halal)
   - Mie tidak rusak pada saat akan dimakan sebelum tanggal kadaluarsanya
   - Komposisi bahan aman bagi kesehatan
   - Bahan kemasan aman bagi kesehatan
   - Ketenaran produsen
   - Kualitas mie tetap sama dari pembelian pertama ke pembelian berikutnya
   - Mudah diingat
   - Jelas terbaca
   - Rasa bervariasi

- Ada rasa khas pembeda dengan mie merek lain
- Tanggal kadaluarsa jelas terbaca

2. Hasil pengukuran ketidakpuasan menunjukkan bahwa kinerja Mie Selera Rakyat secara umum sudah lebih baik walaupun belum dapat memenuhi harapan pelanggan secara signifikan.

3. Variabel yang paling utama untuk mendapatkan perhatian yaitu berat mie yang dirasakan kurang pas, gambar kemasan yang dirasakan sulit diingat dan kurang menarik.

6.2 Saran

6.2.1 Saran Kepada PT OTG

1. Melakukan penelitian tentang pengembangan konsep produk.
2. Melakukan penelitian lebih lanjut mengenai berat isi mie yang pas menurut konsumen.
3. Melakukan pengembangan kemasan yang lebih inovatif; tanggal kadaluarsa diperjelas; mempertimbangkan nama merek yang tepat; bekerja sama dengan PT ABC untuk memperkenalkan dan mengingatkan konsumen akan hadirnya mereka di pasaran.
4. Melakukan penelitian lebih lanjut mengenai ketahanan mie untuk mengembang.
5. Mengembangkan inovasi mengenai rasa mie yang sesuai dengan harapan konsumen.
6. Melakukan penelitian lebih lanjut mengenai kualitas mie (bahan baku), kemasan, dan perekat kemasan, bahkan sampai ke teknologi (mesin dan alat yang digunakan) dan lingkungan pabrik untuk mengetahui penyebab mie ini tidak konsisten kualitasnya (dapat berubah dari waktu pembelian pertama ke pembelian berikutnya oleh konsumen).
7. PT OTG mencurahkan usaha terus menerus dalam perbaikan produk.

6.2.2 Saran Kepada PT ABC

- Menentukan dengan tepat pasar sasaran, penentuan posisi pasar, dan bauran pemasaran agar dapat menentukan tugas periklanan dalam program pemasaran keseluruhan.
- Melakukan promosi penjualan:
  - Promosi konsumen (sampel, kupon, penawaran pengembalian uang, potongan harga, premi, hadiah, hadiah langganan, percobaan gratis, garansi, promosi berhubungan, promosi silang, pajangan di tempat pembelian dan demonstrasi) yang dilakukan dengan gencar.
  - Promosi perdagangan (potongan harga, tunjangan iklan dan pajangan, dan barang gratis).
- Melakukan penelitian dan analisis lebih lanjut mengenai biaya dan keuntungan yang dapat diperoleh dari pengiklanan Mie Selera Rakyat.
- Mempelajari strategi bersaing; mengembangkan strategi pemasaran, penjualan, promosi, dan pengiklanan yang tepat (dengan perhitungan biaya yang tepat pula).
- Melakukan penelitian untuk mengetahui karakteristik mie yang diharapkan konsumen; melakukan pemantauan terhadap kepuasan pelayanan, produk, dan hal-hal lainnya baik dari konsumen maupun dari penjual (tempat PT ABC mendistribusikan produknya).
- Melakukan pemantauan dan himbauan tentang cara penyimpanan produk yang baik, khususnya Mie Selera Rakyat.
- PT ABC meyakinkan konsumen tentang kesesuaian antara pengeluaran yang dibayarkan dengan kualitas/kepuasan yang akan diperoleh dari mengkonsumsi Mie Selera Rakyat.

6.2.3 Penelitian Lebih Lanjut

Untuk kepentingan upaya penekanan ketidakpuasan pelanggan, penelitian ini belum dapat menjawab secara tuntas. Di masa yang akan datang dibutuhkan penelitian lebih lanjut dalam bidang:

1. Akuntansi dan biaya untuk promosi/pengiklanan Mie Selera Rakyat sehingga biaya yang dikeluarkan untuk hal tersebut dapat mencapai hasil optimal.
2. Penelitian lebih lanjut mengenai perhitungan biaya apabila Mie Selera Rakyat tetap dipajang di rak toko (PT ABC membayar rak) dengan keberhasilan menarik perhatian konsumen dan menambah pelanggan mie ini.
3. Penelitian lebih lanjut mengenai penentuan pasar sasaran, penentuan posisi pasar, dan bauran pemasaran yang tepat agar dapat menentukan tugas periklanan dalam program pemasaran keseluruhan.