

BAB 6

KESIMPULAN & SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dibuat , maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Yang menjadi kekuatan (Strength) dari toko MIT adalah:

- Lokasi toko di tempat perbelanjaan elektronik
- Toko mudah ditemukan
- Toko dekat eskalator turun
- Harga khusus untuk pelanggan lama
- Display produk jelas (harga&spesifikasi)
- Iklannya ada di media cetak (koran, majalah)
- Bonus pembelian (misalkan Mouse Optik, softcase, Ram DDR2)
- Kelengkapan produk sesuai dengan bawaannya
- Spesifikasi produk sesuai dengan brosurnya
- Notebook memiliki garansi resmi (garansi untuk spare part)
- Ketersediaan produk (product ready)
- Produk memiliki garansi servis (garansi untuk software)
- Proses pembayaran cepat (secra tunai)
- Proses instalasi program sesuai dengan yang disepakati
- Kemudahan proses pembayaran (tunai, debet, kredit, dan transfer)
- Tersedianya fasilitas cicilan
- Barang dapat diantar (sesuai ketentuan berlaku)
- Keramahan pelayan toko
- Pelayan toko tanggap mencari spesifikasi
- Pelayan toko tanggap dalam mendengar keluhan pembeli
- Pelayan toko rapi berpakaian
- Pengetahuan pelayan toko tentang produk yang ada

- Tersedianya tempat duduk buat pembeli
- Ruangan yang dimiliki tenang
- Ruangan yang dimiliki nyaman
- Dekorasi toko pada saat event-event tertentu

2. Yang menjadi kekuatan (Strengths) dari toko MIT adalah:

- Toko dekat eskalator naik
- Harga lebih murah
- Diskon untuk kuantitas besar (>1)
- Tulisan brosur jelas
- Undian berhadiah (lucky Draw)
- Variasi notebook yang dimiliki toko
- Proses instalasi tepat waktu
- Produk ditata dengan rapi dan teratur
- Ruangan yang dimiliki luas
- Kebersihan toko

3. Yang menjadi peluang dari toko MIT adalah:

- Munculnya merek baru
- Menjadi deler resmi HP-Compaq
- Menjadi deler resmi Asus
- Hubungan yang baik dengan servis centre
- Penurunan Modal barang
- Pemberian margin keuntungan besar
- Pemanfaatan Internet
- Peningkatan jumlah siswa/mahasiswa
- Peningkatan peminat *notebook*
- Kurs nilai Rupiah menguat terhadap Dollar

4. Yang Menjadi hambatan dari toko MIT adalah:

- Persaingan antar toko
- Bermunculannya barang BM/PI
- Kenaikan nilai modal barang
- Pemberian margin keuntungan kecil
- Banyaknya barang pengganti
- Kekuatan tawar-menawar pembeli
- Kurs nilai Rupiah melemah terhadap Dollar
- Kenaikan harga BBM

5. Yang menjadi strategi pemasaran dari perusahaan adalah

Berdasarkan QSPM maka *Market Penetration* yang dipilih. Positioning dari MIT adalah

“Toko Notebook yang menjual produk terkini dan harga yang terjangkau.

Dibuat 7 macam program dari pengembangan positioning adalah:

- Meningkatkan keikutsertaan saat pameran
- Menambah jumlah *marketing executive*
- Memperpanjang garansi software menjadi 3 tahun
- Memberikan tambahan hadiah langsung yang unik
- Meningkatkan promosi untuk tipe-tipe tertentu
- Menawarkan *notebook* saat tender tertentu
- Membuat program cicilan mahasiswa untuk tipe tertentu

Untuk strategi bauran pemasaran perusahaan menggunakan *marketing mix 7P (Product, Price, Promotion, Place, Process, People, dan Physical Evidence)* dengan prioritas penganganan menggunakan IPA , sebaiknya dimulai dari prioritas tertinggi sampai terendah, pertahankan prestasi yang telah ada karena merupakan keunggulan perusahaan, dan sampaikan ke *User* tentang nilai tambah yang ada di toko ini sehingga untuk beberapa poin yang ada khususnya untuk *user* dari penting dapat menjadi sangat penting .

Berikut adalah hasil dari matriks IPA:

1. Prioritas tinggi

- Harga lebih murah
- Iklannya ada di media cetak (koran, majalah)
- Variasi notebook yang dimiliki toko
- Pelayan toko tanggap mencari spesifikasi
- Pengetahuan pelayan toko tentang produk yang ada
- Ruangannya yang dimiliki luas

2. Pertahankan prestasi

- Lokasi toko di tempat perbelanjaan elektronik
- Harga khusus untuk pelanggan lama
- Display produk jelas (harga&spesifikasi)
- Bonus pembelian (misalkan Mouse Optik, softcase, Ram DDR2)
- Kelengkapan produk sesuai dengan bawaannya
- Notebook memiliki garansi resmi (garansi untuk spare part)
- Produk memiliki garansi servis (garansi untuk software)
- Kemudahan proses pembayaran (tunai, debit, kredit, dan transfer)
- Barang dapat diantar (sesuai ketentuan berlaku)
- Keramahan pelayan toko
- Pelayan toko tanggap dalam mendengar keluhan pembeli
- Tersedianya tempat duduk buat pembeli
- Ruangannya yang dimiliki tenang
- Dekorasi toko pada saat event-event tertentu

3. Prioritas rendah

- Toko dekat eskalator naik
- Toko dekat eskalator turun
- Diskon untuk kuantitas besar (>1)
- Tulisan brosur jelas

- Undian berhadiah (lucky Draw)
- Ketersediaan produk (product ready)
- Proses instalasi program sesuai dengan yang disepakati
- Proses instalasi tepat waktu
- Produk ditata dengan rapi dan teratur
- Kebersihan toko.

4. Berlebihan

- Toko mudah ditemukan.
- Spesifikasi produk sesuai dengan brosurinya.
- Proses pembayaran cepat (secara tunai).
- Tersedianya fasilitas cicilan.
- Pelayan toko rapi berpakaian.
- Ruangan yang dimiliki nyaman.

6.2 Saran

- Untuk faktor kekuatan sebaiknya tetap dipertahankan oleh MIT karena dapat menjadi pertimbangan *User* disaat melakukan pembelian.
- Untuk faktor Kelemahan yang ada sebaiknya diperbaiki segera karena dengan melakukan perbaikan kelemahan dapat dikurangi.
- Untuk setiap peluang yang ada dimanfaatkan, dan setiap hambatan yang ada sebaiknya dicari jalan keluarnya
- Untuk Strategi Corporate yang ada sebaiknya dengan menggunakan *market penetration* yang telah diusulkan.
- Untuk Strategi *positioning* sebaiknya dengan *positioning* yang ada segera untuk dilakukan.
- Untuk strategi Operasional perusahaan menggunakan *marketing mix 7P* (*Product, Price, Promotion, Place, Process, People, dan Physical Evidence*) dengan prioritas penganganan menggunakan IPA , sebaiknya dimulai dari prioritas tertinggi sampai terendah, pertahankan prestasi yang

telah ada karena merupakan keunggulan perusahaan, dan sampaikan ke *User* tentang nilai tambah yang ada di toko ini sehingga untuk beberapa poin yang ada khususnya untuk *user* dari penting dapat menjadi sangat penting .

- Untuk penelitian selanjutnya dapat dibahas mengenai pesaing dari toko MIT.