

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang dipentingkan oleh konsumen untuk memilih *car wash* setelah dilakukan pengolahan *Cochran Q test* untuk mereduksi 29 atribut menjadi 18 atribut yang dianggap penting oleh pengguna *car wash* adalah:
 - Hasil pencucian mobil yang bersih
 - Proses pencucian mobil yang cepat
 - Proses pencucian mobil dengan *snow wash system*
 - Proses pencucian mobil dengan peralatan hidrolik
 - Penetapan harga yang sesuai dengan kualitas hasil pencucian mobil
 - Kebersihan area sekitar *car wash*
 - Adanya jaminan penggantian kerusakan dari pihak *car wash*
 - Adanya jaminan penggantian kehilangan dari pihak *car wash*
 - Ketersediaan ruang tunggu yang bersih
 - Adanya halaman parkir yang luas
 - Ketersediaan toilet yang bersih
 - Keramahan karyawan dalam melayani konsumen
 - Ketanggapan karyawan terhadap konsumen yang datang
 - Kesabaran karyawan dalam menghadapi keluhan konsumen
 - Kecakapan karyawan dalam bekerja
 - Citra *car wash* dengan kualitas pelayanan yang baik
 - Citra *car wash* yang murah
 - Citra *car wash* yang aman (dari kehilangan barang konsumen yang berada di dalam mobil pada saat pencucian)

2. Kelebihan dan kelemahan dari *car wash* BMC213 dibandingkan dengan para pesaingnya yang diperoleh dari hasil pengolahan *Correspondence Analysis*.

Kelebihan BMC213:

- Hasil pencucian mobil yang bersih
- Adanya jaminan penggantian kerusakan dari pihak *car wash*
- Adanya halaman parkir yang luas
- Keramahan karyawan dalam melayani konsumen
- Kecakapan karyawan dalam bekerja
- Citra *car wash* yang murah

Kelemahan BMC213:

- Penetapan harga yang sesuai dengan kualitas hasil pencucian mobil
- Adanya jaminan penggantian kehilangan dari pihak *car wash*
- Ketersediaan toilet yang bersih
- Kesabaran karyawan dalam menghadapi keluhan konsumen
- Citra *car wash* dengan kualitas pelayanan baik

3. Tingkat kepuasan konsumen BMC213 yang diperoleh dari hasil pengolahan dengan *rating scale* menghasilkan konsumen BMC213 merasa tidak puas dengan beberapa atribut pelayanan yang diberikan *car wash* BMC213.

Atribut-atribut tersebut adalah:

- Kebersihan area sekitar *car wash*
- Adanya halaman parkir yang luas
- Ketersediaan toilet yang bersih
- Keramahan karyawan dalam melayani konsumen
- Ketanggapan karyawan terhadap konsumen yang datang
- Citra *car wash* yang murah

4. *Segmenting, targeting* dan *positioning* BMC213 adalah sebagai berikut:

Segmenting

- Pekerjaan : - Pelajar/mahasiswa
 - Pegawai Swasta
 - Pegawai Negeri
 - Wiraswasta

- Usia : - < 20 tahun
 - 20-40 tahun
 - > 40 tahun

- Penghasilan (pelajar/mahasiswa) : - < 1 juta
 - $1 \text{ juta} \leq x \leq 3 \text{ juta}$
 - > 3 juta

- Penghasilan (sudah bekerja) : - < 2 juta
 - $2 \text{ juta} \leq x \leq 10 \text{ juta}$
 - > 10 juta

- Jenis kelamin : - Pria
 - Wanita

- Jenis Mobil : - Sedan
 - *City car* (Karimun, Atoz)
 - Minibus
 - *SUV* (Honda CRV, Xtrail)

Targeting

Penetapan pasar sasaran (*targeting*) merupakan proses penetapan segmen pasar mana yang akan dibidik. Berdasarkan hasil *Crosstab* dan pengamatan yang dilakukan dapat dikatakan bahwa target pasar BMC213

yaitu pria dewasa (20-40 tahun), pekerjaan pelajar/mahasiswa, bermobil Sedan, dengan gaya hidup kalangan menengah dan atas.

Positioning

Penetapan posisi pasar (*positioning*) merupakan langkah yang ditempuh untuk melakukan sesuatu berdasarkan pandangan pasar. Para pesaing BMC213 yaitu Cantik Mobil memposisikan dirinya sebagai *car wash* untuk anak muda yang gaul dengan mobil modifikasi sesuai dengan slogannya "Mempercantik Mobil Anda" dan Hug Motor memposisikan dirinya sebagai *car wash* untuk mobil keluarga.

Untuk saat ini, BMC213 sendiri memposisikan dirinya sebagai *car wash* dengan hasil pencucian yang bersih dengan kualitas terjamin sesuai dengan slogan BMC213 yaitu "*We make bright and shining car*" dan **Bersih, Mengkilat, Cepat.**

Dengan melihat hasil *Crosstab* untuk menetapkan target pasar yaitu pria dewasa (20-40 tahun), pekerjaan pelajar/mahasiswa, bermobil Sedan, dengan gaya hidup kalangan menengah dan atas, maka sebaiknya *positioning* BMC213 adalah *car wash* untuk pelajar/mahasiswa dengan hasil pencucian yang bersih dan cepat. Hal ini dapat ditunjukkan melalui penyediaan desain interior, musik, seragam karyawan yang lebih disukai anak muda.

5. Upaya yang perlu dilakukan untuk dapat meningkatkan daya saing *car wash* BMC213 adalah:

Dilihat dari hasil metode *Correspondence Analysis* (CA), tingkat kepuasan konsumen, *crosstab* khususnya dalam hal kelemahan yang dimiliki BMC213, maka perlu dilakukan upaya perbaikan seperti berikut:

- Penetapan harga yang sesuai dengan kualitas hasil pencucian mobil
Sebaiknya peralatan-peralatan yang digunakan seperti kain lap, spons, ember, *vakuu cleaner* dll terbuat dari bahan berkualitas agar kualitas hasil pencucian mobil sesuai dengan harga/biaya pencucian mobil.

- Proses pencucian mobil yang cepat
Membagi karyawan tenaga pencuci ke dalam beberapa kelompok untuk melakukan pencucian setiap mobil yang masuk secara bersama-sama agar proses pencucian lebih cepat.
- Proses pencucian mobil dengan *snow wash system*
Menetapkan takaran campuran air dengan sabun cuci agar *snow wash* yang dihasilkan tidak terlalu encer.
- Proses pencucian mobil dengan peralatan hidrolik
Membagi karyawan tenaga pencuci ke dalam beberapa kelompok untuk melakukan pencucian setiap mobil yang masuk agar pemasangan peralatan hidrolik dapat dilakukan dengan cepat.
- Ketersediaan toilet yang bersih
Membuatkan toilet khusus untuk konsumen yang sedang menunggu pencucian mobil dan karyawan secara bergantian melakukan pembersihan secara berkala (dengan sistem *checklist* setiap kali pembersihan) sehingga toilet tersebut terjaga kebersihannya.
- Kebersihan area sekitar *car wash*
Menyediakan tempat sampah di sudut-sudut area sekitar *car wash* dan memasang poster-poster berisi himbauan agar menjaga kebersihan area *car wash*.
- Adanya halaman parkir yang luas
Untuk memperluas halaman parkir tidak memungkinkan karena keterbatasan lahan yang dimiliki, maka halaman parkir sebaiknya ditata secara teratur agar dapat menampung mobil lebih banyak. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara pemberian garis pembatas parkir (*line parking*).
- Adanya jaminan penggantian kehilangan dari pihak *car wash*
Apabila terjadi kehilangan barang atau tertukar dengan konsumen lain, misalnya karpet mobil yang tertukar, kehilangan barang didalam mobil (uang, aksesoris) sebaiknya pihak BMC213 meminta maaf kepada

konsumen dan menyelesaikan secara kekeluargaan misalnya dengan mengganti 50% dari harga barang atau mengganti yang baru apabila harganya masih terjangkau.

- Ketersediaan ruang tunggu yang bersih
Melakukan pembersihan ruang tunggu pada saat pagi hari sebelum *car wash* mulai beroperasi dan sebelum *car wash* tutup pada sore hari agar terjaga kebersihannya.
- Ketanggapan, keramahan, dan kesabaran karyawan dalam memberikan pelayanan
Memberlakukan *on job training* kepada karyawan baru selama 3-4 bulan masa percobaan agar dapat beradaptasi dengan lingkungan pekerjaan sedangkan untuk karyawan lama secara berkala diberikan pelatihan-pelatihan tentang *customer satisfaction*, *self-controlling* dan *service excellent* dengan mengadakan seminar motivasi dan outbound bersama.
- Citra *car wash* yang murah
Memberikan pelayanan diskon gratis 1 kali cuci mobil setelah pencucian 10 kali dengan cara pengumpulan cap/stempel.
Pemberian diskon 10% bagi yang mencuci mobil pada hari Senin-Jumat (hari biasa).
- Citra *car wash* dengan kualitas pelayanan baik
Mentraining para karyawan dengan pelatihan-pelatihan seperti *customer satisfaction*, *self-controlling* dan *service excellent*, melakukan evaluasi kerja secara berkala, pemberian penilaian sebagai karyawan teladan sebaiknya dilakukan agar citra *car wash* dengan kualitas pelayanan baik dapat terwujud
- Citra *car wash* yang aman (dari kehilangan barang konsumen yang berada di dalam mobil pada saat pencucian)
Pemberian sanksi yang tegas kepada karyawan yang mengambil dengan sengaja barang-barang konsumen yang berada di dalam mobil pada saat pencucian.

6.2 Saran

Berdasarkan persepsi konsumen dan hasil analisis terhadap *car wash* BMC213, penulis mengajukan beberapa saran antara lain:

1. Agar dilakukan penelitian lanjutan mengenai kualitas pelayanan pada *car wash* dengan metode *Importance Performance Analysis* atau metode *Servqual*.
2. Sebaiknya pada penelitian selanjutnya menyertakan variabel “promosi” dalam model penelitian yang akan dilakukan.
3. Penelitian yang dilakukan tidak hanya mengenai *car wash* saja, tetapi dilakukan juga pada sarana pendukung lainnya seperti variasi mobil dan bengkel mobil.