

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-Faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih Apotek sebagai tempat pembelian obat adalah :
 - Kelengkapan produk yang dijual
 - Jaminan bahwa masa pakai obat masih berlaku
 - Kemudahan pembelian non resep
 - Harga yang lebih murah dibanding apotek lain
 - Kejelasan nota pembelian
 - Tempat yang mudah dijangkau
 - Kejelasan papan nama apotek di depan apotek
 - Tempat parkir yang memadai
 - Penjelasan yang mudah dimengerti tentang fungsi / khasiat obat dari pihak apotek ke konsumen
 - Penjelasan yang mudah dimengerti tentang cara mengkonsumsi obat dari pihak apotek ke konsumen
 - Penjelasan yang mudah dimengerti tentang cara penggunaan obat luar dari pihak apotek ke konsumen
 - Daya tanggap karyawan terhadap konsumen
 - Keramahan karyawan dalam pelayanan
 - Kebersihan apotek
 - Adanya fasilitas tempat duduk untuk konsumen
 - Alternatif pembayaran cash / debit
 - Kecepatan pelayanan konsumen
 - Kecepatan transaksi pembayaran

2. Persepsi konsumen terhadap persaingan Apotek Asih dan Apotek Eyckman sebagai pesaing utama berdasarkan faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih Apotek sebagai tempat pembelian obat adalah sebagai berikut :
Kelemahan Apotek Asih didasarkan pada Tingkat Kepuasan konsumen :

- Penjelasan yang mudah dimengerti tentang fungsi / khasiat obat dari pihak apotek ke konsumen (74.318 %).
- Penjelasan yang mudah dimengerti tentang cara mengkonsumsi obat dari pihak apotek ke konsumen (56.136%).
- Penjelasan yang mudah dimengerti tentang cara penggunaan obat luar dari pihak apotek ke konsumen (68.409%).

Kelemahan Apotek Asih didasarkan pada metode *Correspondence Analysis* (CA) adalah :

- Harga yang lebih murah dibanding apotek lain.
- Penjelasan yang mudah dimengerti tentang fungsi / khasiat obat dari pihak apotek ke konsumen.
- Penjelasan yang mudah dimengerti tentang cara mengkonsumsi obat dari pihak apotek ke konsumen.
- Penjelasan yang mudah dimengerti tentang cara penggunaan obat luar dari pihak apotek ke konsumen.
- Daya tanggap karyawan terhadap konsumen.
- Kebersihan apotek.

Kelemahan Apotek Asih didasarkan pada metode analisis *Cluster* terpilih adalah :

- Penjelasan yang mudah dimengerti tentang fungsi / khasiat obat dari pihak apotek ke konsumen.
- Penjelasan yang mudah dimengerti tentang cara mengkonsumsi obat dari pihak apotek ke konsumen.
- Penjelasan yang mudah dimengerti tentang cara penggunaan obat luar dari pihak apotek ke konsumen.

3. Tingkat kepuasan pelanggan Apotek Asih adalah :
 - Kelengkapan produk yang dijual (86.363%).
 - Jaminan bahwa masa pakai obat masih berlaku (88.863%).
 - Kemudahan pembelian non resep (83.181%).
 - Harga yang lebih murah dibanding apotek lain (79.545%).
 - Kejelasan nota pembelian (83.636%).
 - Tempat yang mudah dijangkau (88.863%).
 - Kejelasan papan nama apotek di depan apotek (86.363%).
 - Tempat parkir yang memadai (82.045%).
 - Penjelasan yang mudah dimengerti tentang fungsi / khasiat obat dari pihak apotek ke konsumen (74.318%).
 - Penjelasan yang mudah dimengerti tentang cara mengkonsumsi obat dari pihak apotek ke konsumen (56.136%).
 - Penjelasan yang mudah dimengerti tentang cara penggunaan obat luar dari pihak apotek ke konsumen (68.409%).
 - Daya tanggap karyawan terhadap konsumen (82.727%).
 - Keramahan karyawan dalam pelayanan (85.454 %).
 - Kebersihan apotek (83.409%).
 - Adanya fasilitas tempat duduk untuk konsumen (88.863%).
 - Alternatif pembayaran cash / debit (83.181%).
 - Kecepatan pelayanan konsumen (88.409%).
 - Kecepatan transaksi pembayaran (85.454%).

4. Penentuan *segmenting*, *targetting* dan *positioning* dapat dilakukan dengan menggunakan analisis *cluster*. Karakteristik dari responden di Apotek Asih dapat dibagi kedalam *cluster* k = 4. *Cluster* yang merupakan *cluster* terbanyak dan *cluster* yang terbanyak kedua yaitu :
Cluster 1 berisi responden yang lebih mengutamakan atribut sebagai berikut:
 - Kelengkapan produk obat yang dijual (atribut no 1)
 - Jaminan bahwa masa pakai obat masih berlaku (atribut no 2)
 - Kemudahan pembelian non resep (atribut no 3)

- Uang Saku : * Uang Saku ≤ 500.000
* $500.000 < \text{Uang saku} \leq 1.000.000$
* Uang Saku $> 1.000.000$

- Penghasilan : * Penghasilan ≤ 1.5 juta
* $1.5 \text{ juta} < \text{Penghasilan} \leq 4.5$ juta
* $4.5 \text{ juta} < \text{Penghasilan} \leq 7.5$ juta
* Penghasilan > 7.5 juta

- Jenis Obat : * Obat Resep Dokter
* Obat Non Resep
* Vitamin

- Pengeluaran Konsumen : * Pengeluaran ≤ 200.000
* $200.000 < \text{Pengeluaran} \leq 750.000$
* Pengeluaran > 750.000

Targeting

Berdasarkan hasil pengamatan, diperoleh data konsumen dengan penghasilan perbulan berada dikisaran Rp 500.000 – Rp 7.500.000 sehingga bisa dikatakan bahwa target dari Apotek Asih adalah golongan masyarakat kelas menengah dan menengah atas.

Positioning

Penetapan posisi pasar (*Positioning*) merupakan langkah yang ditempuh untuk melakukan sesuatu berdasarkan pikiran pelanggan. Dalam hal ini, Apotek Asih sebaiknya memposisikan dirinya sebagai Apotek keluarga yang mengutamakan kenyamanan dan kecepatan dalam pelayanan, hal ini ditunjukkan dari banyaknya jumlah pembeli yang mayoritas sudah bekerja dan berumah tangga yang sudah berumur dan dari hasil pengolahan data dari *Correspondence Analysis (CA)*, *Cluster* dan tingkat kepuasan yang merupakan keunggulan dari apotek Asih. Dan untuk membuat persepsi

tersebut sebaiknya pihak apotek melengkapi apoteknya dengan kelengkapan obat – obatan non resep untuk anak-anak, orang tua dan vitamin. Selain itu juga dengan menyediakan beberapa jenis alat-alat penunjang program keluarga berencana seperti alat kontrasepsi.

5. Upaya yang perlu dilakukan untuk meningkatkan daya saing Apotek Asih adalah :

Berdasarkan kelemahan-kelemahan yang ditunjukkan pada pribadi dari para pekerja Apotek Asih, Sebaiknya pihak Apotek Asih melakukan langkah-langkah perbaikan untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen yang berdampak pada kenaikan pendapatan yang akan didapat oleh Apotek Asih. Langkah-langkah perbaikan tersebut adalah sebagai berikut :

- Pihak apotek sebaiknya melakukan pemberian info / *briefing* terhadap para pekerja yang bersangkutan baik diberikan oleh pemilik apotek maupun apoteker yang ada di Apotek Asih, khususnya pada para pekerja yang secara langsung berhadapan dengan para konsumen.
- Untuk kelemahan yang berhubungan dengan sifat pekerja seperti daya tanggap karyawan terhadap konsumen, pihak apotek sebaiknya memberikan pendekatan yang cenderung untuk memberikan motivasi kepada para pekerja untuk tanggap kepada para konsumen.
- Untuk kelemahan yang berkaitan dengan harga jual dari Apotek Asih, dapat dilakukan dengan melakukan tekanan keuntungan yang bisa diambil dengan cara meminta diskon yang lebih besar dari distributor obat terhadap pembelian obat-obatan maupun dengan pengambilan keuntungan yang tidak terlalu besar.
- Sedangkan untuk kebersihan apotek, pihak Apotek Asih bisa menambah frekuensi pembersihan apotek yang sebelumnya dilakukan hanya pada saat pergantian shift bisa ditambahkan pada pertengahan jam kerja. Selain itu jika pada musim hujan sebaiknya lantai apotek dilapisi kardus-kardus bekas, hal ini bisa digunakan untuk mencegah lantai kotor akibat alas kaki konsumen yang kotor akibat hujan. Dan juga menetapkan kesadaran diri

kepada seluruh pekerja di apotek tersebut untuk tetap menjaga kebersihan Apotek.

6.2 Saran

Adapun beberapa saran yang diajukan untuk penelitian lebih lanjut adalah sebagai berikut:

1. Adanya analisis persaingan di sekitar Jl Cipaganti Bandung karena pada daerah tersebut merupakan tempat yang strategis untuk dibangun Apotek.
2. Adanya analisis tentang tingkat kepuasan dari konsumen.
3. Analisis lebih lanjut tentang penambahan fasilitas praktek dokter.