

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Untuk memecahkan masalah penurunan penjualan kapas Panda, maka penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Merek-Merek yang menjadi pesaing utama kapas Panda adalah:
  - Astra
  - Sweet Grand
  - Lestari
2. Faktor-faktor yang dianggap penting oleh pengecer untuk menjual produk kapas adalah:
  - Harga pembelian yang murah (9.4 %)
  - Perolehan keuntungan penjualan (9.1 %)
  - Kualitas produk (8.7 %)
  - Image/citra produk di mata masyarakat (8 %)
  - Seringnya *salesman* datang (7.6 %)
  - Kemudahan pemesanan produk (7.6 %)
  - Kebijakan retur produk rusak (7.6 %)
  - Harga pembelian pengecer ke penjual yang stabil (7.6 %)
  - Kemasan menarik (7.2 %)
  - Ketersediaan produk (7.2 %)
  - Komunikasi *salesman* mengenai produk (6.5 %)
  - Kecepatan penjualan produk di tangan pengecer (6.2 %)

3. Kelebihan dan kekurangan kapas Panda dibandingkan dengan pesaingnya adalah :

Tabel 6.1

*Kelebihan Kapas Panda Berdasarkan Hasil Wawancara*

No	Faktor/Atribut	Kelebihan Panda dibandingkan dengan Pesaingnya
2	Kualitas Produk	Kapas Panda lebih lembut, putih dan tidak menempel di wajah
1	Image/Citra Produk	Panda telah dipasarkan sejak tahun 2001 dan menjadi pemimpin pasar sampai saat ini sehingga merek ini lebih dikenal dibandingkan merek Astra yang baru muncul di pasaran
11	Kemudahan Pemesanan	pemesanan dapat dilakukan pada jadwal kunjungan <i>salesman</i> maupun melalui telepon
7	Kecepatan Barang Terjual	Kualitas produk bagus, <i>Image</i> produk baik, banyak diminati

Tabel 6.2

*Kekurangan Kapas Panda Berdasarkan Hasil Wawancara*

No	Faktor/Atribut	Kekurangan Panda dibandingkan dengan Pesaingnya
3	Harga Pembelian yang Murah	Harga pembelian kapas Sweet Grand lebih murah daripada Panda.
8	Perolehan Keuntungan Penjualan	Margin keuntungan dari kapas Astra bagi pengecer lebih besar dibandingkan Panda.
5	Potongan Harga Pada Tingkat Pemesanan Tertentu	Sweet memberikan discount untuk setiap tingkat pemesanan tertentu, sedangkan Panda tidak memberikan potongan harga.
9	Seringnya Salesman datang	Salesman Lestari sering mengunjungi pengecer agar tidak kehilangan konsumen
13	Kebijakan retur produk	Astra mempunyai kebijakan retur produk yang lebih baik yaitu produk yang rusak akan diganti apabila produk tersebut rusak seminggu setelah pengiriman.
4	Harga Stabil	Sweet Grand jarang mengalami perubahan/kenaikan harga.
6	Kemasan Menarik	Astra mempunyai kemasan yang lebih menarik daripada panda.
12	Ketersediaan Produk	Produk yang dipesan pada Lestari selalu tersedia sehingga semua pesanan dapat terpenuhi.
10	Komunikasi <i>salesman</i>	Lestari mempunyai komunikasi <i>salesman</i> dengan pengecer yang sangat baik ( <i>salesman</i> yang ramah dan pengetahuan tentang produk luas sehingga dapat membangun ikatan erat dengan pengecer)

4. Strategi bersaing yang sebaiknya diterapkan oleh CV Panda Baby dalam memasarkan kapas Panda agar dapat bersaing di tingkat pengecer adalah :

**Tabel 6.3**  
**Strategi Bersaing Kapas Panda**

No	Faktor/Atribut	Ringkasan Strategi
3	Harga Pembelian Murah	Menurunkan harga jual kapas Panda
8	Perolehan Keuntungan Penjualan	Menurunkan harga untuk tingkat pengecer, memberikan bonus, memberikan discount bagi pengecer.
5	Potongan Harga	Memberi potongan harga untuk pembelian dalam jumlah banyak
9	Seringnya <i>Salesman</i> Datang	<i>Salesman</i> Panda harus lebih rutin dari biasanya mengunjungi pengecer untuk dapat terus melakukan penjualan produk dan menghindari kerugian yang disebabkan oleh kehilangan konsumen.
13	Kebijakan Retur Produk Rusak	Perusahaan harus lebih memperhatikan kebijakan untuk pengembalian produk yang rusak yaitu dengan cara bersedia mengganti produk yang rusak dengan tenggang waktu tertentu. Agar perusahaan mendapat nilai tambah dari pengecer dan meningkatkan kepercayaan pengecer terhadap perusahaan
4	Harga Stabil	Mengurangi frekuensi kenaikan harga
6	Kemasan Menarik	Perusahaan harus lebih kreatif dalam membuat kemasan sehingga kemasan tersebut disukai oleh konsumen.
12	Ketersediaan Produk	Menjamin ketersediaan produk pada saat ada pesanan.
2	Kualitas Produk	Tetap menggunakan kapas berkualitas tinggi sebagai bahan dasar kapas Panda, tidak menggunakan bahan kimia yang berbahaya dalam proses pembuatan, Higienis dalam proses pembuatan
1	Image/Citra Produk	Lebih gencar dalam mempromosikan kapas Panda sebagai kapas yang berkualitas tinggi kepada pengecer, sehingga pengecer memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap produk tersebut.
11	Kemudahan Pemesanan	Memperbanyak frekuensi kedatangan <i>salesman</i> , <i>salesman</i> membawa stock pada saat berkunjung ke pengecer.
10	Komunikasi <i>salesman</i>	Memberikan pelatihan pada tenaga penjualan ( <i>salesman</i> ) sehingga mereka mampu berkomunikasi dengan baik serta mampu membina hubungan yang erat dengan pengecer.
7	Kecepatan Penjualan	Mempertahankan dan meningkatkan mutu produk

## **6.2 Saran**

### **6.2.1 Saran Penelitian Lebih Lanjut**

Saran yang dapat diberikan penulis untuk penelitian lebih lanjut, yaitu:

- a) Penelitian mengenai harga yang layak diberikan kepada pengecer masih perlu dilakukan dengan analisis di bidang akuntansi biaya.
  - b) Penelitian mengenai *Segmenting* dan *Targeting* masih perlu dilakukan.
  - c) Penelitian mengenai kepuasan dan pengenalan konsumen terhadap merek kapas Panda masih perlu dilakukan.
-