

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1. Kesimpulan**

Setelah dilakukan pengolahan dan analisis data pada penelitian ini maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dalam membeli plastik klip di PT. “X” cabang Bandung adalah :
  - Ukuran plastik klip yang bervariasi.
  - Terdapat contoh untuk masing-masing ukuran plastik klip.
  - Ketersediaan barang untuk masing-masing ukuran plastik klip.
  - Ukuran plastik klip yang seragam dalam satu pak kemasan.
  - Kualitas plastik klip (anti bocor, kebeningan warna plastik, kerapian las/pinggiran plastik).
  - Kualitas ketahanan klip pada plastik klip (anti bocor).
  - Terdapat kemasan produk yang menjaga kebersihan dan kerapihan produk.
  - Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
  - Harga produk yang bersaing.
  - Terdapat potongan harga untuk pembelian dalam jumlah banyak.
  - Terdapat potongan harga untuk pembelian dengan pembayaran tunai.
  - Terdapat bonus pemberian hadiah untuk jumlah banyak pada waktu tertentu.
  - Terdapat iklan produk yang menarik di *Yellow Pages*.
  - Kemudahan menemukan iklan produk di *Yellow Pages*.
  - Terdapat iklan produk yang menarik di internet.
  - Kemudahan menemukan iklan produk di internet.
  - Keramahan karyawan penerima order dalam melayani konsumen.
  - Kesopanan karyawan penerima order dalam melayani konsumen.

- Ketanggapan karyawan penerima order dalam melayani konsumen.
  - Pengetahuan karyawan penerima order tentang plastik klip yang dijual.
  - Pengetahuan karyawan penerima order tentang sistem pembayaran.
  - Keramahan kolektor dalam menagih tagihan yang sudah jatuh tempo.
  - Kesopanan kolektor dalam menagih tagihan yang sudah jatuh tempo.
  - Adanya kunjungan berkala dari bagian *sales* terhadap konsumen.
  - Kejelasan isi faktur penjualan untuk setiap transaksi penjualan.
  - Kesesuaian isi faktur penjualan dengan kenyataan plastik klip yang dikirimkan (jumlah lembar plastik, berat plastik, ukuran plastik, warna plastik).
  - Kesesuaian spesifikasi plastik klip pesanan dengan plastik klip yang diantarkan.
  - Ketersediaan layanan retur untuk kondisi tertentu.
  - Ketersediaan sistem pembayaran dengan tempo waktu tertentu (mencicil).
  - Ketersediaan alternatif sistem pembayaran menggunakan transfer, cek atau giro.
  - Ketersediaan kendaraan perusahaan dalam mengantarkan pesanan
  - Ketepatan waktu dalam melayani pesanan.
2. Terdapat 3 variabel performansi PT. “X” cabang Bandung yang masih belum bisa memenuhi tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan faktor-faktor yang dipentingkan. Variabel-variabel tersebut adalah :
- Harga produk yang bersaing.
  - Terdapat bonus pemberian hadiah untuk jumlah banyak pada waktu tertentu.
  - Ketanggapan karyawan penerima order dalam melayani konsumen.
3. Posisi PT. “X” cabang Bandung masih tertinggal dibandingkan dengan PT “Y” yaitu terutama pada variabel-variabel :
- Ketersediaan barang untuk masing-masing ukuran plastik klip.

- Harga produk yang bersaing.
- Terdapat bonus pemberian hadiah untuk jumlah banyak pada waktu tertentu.
- Kemudahan menemukan iklan produk di *Yellow Pages*.
- Terdapat iklan produk yang menarik di internet
- Keramahan karyawan penerima order dalam melayani konsumen.
- Kesopanan karyawan penerima order dalam melayani konsumen.
- Ketanggapan karyawan penerima order dalam melayani konsumen.
- Pengetahuan karyawan penerima order tentang sistem pembayaran.
- Keramahan kolektor dalam menagih tagihan yang sudah jatuh tempo.
- Kesopanan kolektor dalam menagih tagihan yang sudah jatuh tempo.
- Adanya kunjungan berkala dari bagian *sales* terhadap konsumen.
- Kesesuaian spesifikasi plastik klip pesanan dengan plastik klip yang diantarkan.
- Ketersediaan layanan retur untuk kondisi tertentu.
- Ketersediaan sistem pembayaran dengan tempo waktu tertentu (mencicil).
- Ketersediaan kendaraan perusahaan dalam mengantarkan pesanan.
- Ketepatan waktu dalam melayani pesanan.

4. *Segmentation, Targeting dan Positioning* PT. “X” cabang Bandung saat ini dan usulan:

➤ *Segmentation*

- Demografis :

1. Lokasi toko :

- |                   |                 |
|-------------------|-----------------|
| → Bandung Tengah  | → Bandung Timur |
| → Bandung Selatan | → Bandung Utara |
| → Bandung Barat   |                 |

2. Rata-rata omzet :

- dari Rp.10.000.000,- sampai Rp.50.000.000,-
- dari Rp.50.000.000,- sampai Rp.200.000.000,-



- Karakteristik Pribadi
  1. Waktu terakhir kali melakukan pembelian plastik klip “Zi” di PT. “X” :
    - kurang dari 1 bulan yang lalu
    - dari 1 bulan sampai 6 bulan yang lalu
    - dari 6 bulan sampai 1 tahun yang lalu
    - lebih dari 1 tahun yang lalu
  2. Alasan toko belum melakukan pembelian kembali produk “Zi” di PT. “X” :
    - masih terdapat persediaan produk “Zi” di toko tersebut
    - harga produk “Zi” yang dinilai mahal oleh responden
    - responden tidak mendapatkan pelayanan yang baik dari PT. “X”
  3. Kesiapan toko menawarkan produk “Zi” kepada konsumen yang ingin membeli produk plastik klip di tokonya :
    - Toko bersedia menawarkan produk “Zi” kepada konsumen yang ingin membeli produk plastik di tokonya karena menurutnya kualitas yang dimiliki produk “Zi” baik.
    - Toko bersedia menawarkan produk “Zi” kepada konsumen yang ingin membeli produk plastik di tokonya karena toko tersebut ingin persediaan produk tersebut di tokonya menjadi cepat habis/laku.
    - Toko bersedia menawarkan produk “Zi” kepada konsumen yang ingin membeli produk plastik di tokonya karena toko tersebut ingin mendapatkan bonus bila membeli produk “Zi” dalam jumlah yang banyak kepada PT. “X”
    - Toko tidak bersedia menawarkan produk “Zi” kepada konsumen yang ingin membeli produk plastik klip di tokonya karena toko tersebut sudah tidak menjual lagi produk “Zi”.

➤ *Targeting*

*Targeting* yang dimiliki PT. “X” saat ini adalah :

- Area pemasaran : seluruh wilayah kota Bandung dan sekitarnya.
- Target toko : toko plastik retail/eceran dan toko plastik grosir.
- Ukuran plastik yang dipasarkan : semua ukuran siap (*ready stock*) yaitu 6x4, 8x5, 10x7, 13x8.7, 15x10, 20x12, 30x20, 35x25, dan 40x30.

*Targeting* usulan untuk PT. “X” adalah :

- Area Pemasaran : wilayah Bandung Tengah.
- Target toko : toko dengan omzet penjualan diantara Rp.10.000.000,- sampai Rp.200.000.000,- per bulan.
- Ukuran plastik yang dipasarkan : ukuran 10x7 dan 13x8.7.

➤ *Positioning*

Pada saat ini, PT. “X” telah membangun citra sebagai perusahaan pelopor kantong plastik klip di Indonesia dengan slogannya untuk menjadi yang terbaik dan tetap no. 1.

Usulan tambahan slogan baru untuk lebih menonjolkan segi kualitas plastik klip yang terbaik adalah “Plastik klip dengan kualitas yang terbaik dan tetap no.1.”

5. Usulan strategi pemasaran untuk PT,”X” cabang Bandung guna meningkatkan daya saingnya adalah :

➤ Produk

1. PT. “X” diharapkan dapat melakukan pengendalian persediaan khususnya untuk plastik klip dengan ukuran 8 x10 dan 13x8.7.
2. PT. “X” diharapkan untuk dapat terus menjaga kualitas dari setiap produk yang dipasarkannya.

➤ Harga

1. PT. “X” diharapkan untuk dapat mempertimbangkan harga pasaran yang ada sekarang ini agar dapat bersaing dengan produk lain terutama produk “Zp”, dengan tanpa mengurangi kualitas produk tersebut.

➤ Promosi

1. PT. “X” disarankan untuk membuat program penukaran point pembelian barang selama periode waktu tertentu dengan hadiah yang menarik, contohnya telepon genggam keluaran terbaru, pesawat televisi ataupun barang-barang elektronik yang lain. Program ini dapat dilaksanakan pada saat bulan puasa ataupun waktu-waktu tertentu bilamana dirasakan pasaran yang ada sudah mulai sepi.
2. PT. “X” diharapkan untuk mengganti kategori iklan dalam *Yellow Pages* dari kategori plastik menjadi kategori *packaging*.
3. PT. “X” diharapkan dapat menampilkan iklan yang menarik di media internet dengan menunjukkan contoh dari plastik “Zi” di iklan internet sehingga dapat dikenal oleh masyarakat.
4. PT. “X” diharapkan dapat membuat spanduk atau *x banner* yang nantinya akan dipajang di toko-toko pelanggan khususnya di daerah Bandung Tengah.

➤ Sumber Daya Manusia

1. PT. “X” diharapkan dapat memberikan pelatihan dan pengarahan kepada seluruh karyawan agar dapat melayani pelanggannya dengan baik.
2. Adanya penambahan tugas dan wewenang daripada karyawan pengirim barang dan kolektor di PT. “X” cabang Bandung untuk dapat melakukan survey dan melaporkannya kepada kepala cabang.
3. Perlu dibuat *Standard Operation Procedure* (SOP) mengenai sistem pembayaran yang dapat diletakan pada meja telepon di sebelah telepon penerima order.
4. Perlu diadakan pelatihan kepada pengirim barang agar dapat mahir menggunakan sepeda motor roda tiga untuk melakukan pengiriman barang pesanan.
5. Perlu dibuat penjadwalan kunjungan *sales* PT. “X” cabang Bandung ke toko-toko pelanggan secara rutin dalam 1 bulan.

6. PT. “X” diharapkan dapat memperhitungkan jumlah karyawan yang optimal baik untuk bagian *sales* maupun untuk bagian pengirim barang dan kolektor.

➤ Proses

1. Perlu dilakukan pengecekan ulang untuk memastikan kesesuaian produk yang dikirimkan dengan produk yang dipesan oleh pelanggan sebelum barang tersebut dikirimkan.
2. Perlu diadakan penataran kepada karyawan bagian pengiriman barang dan kolektor agar dapat mengetahui syarat-syarat kondisi barang yang akan diretur.
3. Dilakukan pengiriman barang dengan menggunakan sepeda motor roda tiga untuk melakukan pengiriman barang ke beberapa tempat
4. PT. “X” diharapkan agar dapat memberikan tempo pembayaran selama 1 bulan.

## 6.2.Saran

### 6.2.1. Saran Bagi Perusahaan

PT. “X” cabang Bandung diharapkan dapat mempertimbangkan usulan yang diberikan sebagai salah satu cara untuk dapat meningkatkan penjualan dan daya saingnya. Selain itu PT. “X” cabang Bandung juga diharapkan dapat berkoordinasi dengan toko-toko pelanggannya agar dapat mempromosikan produk yang dimiliki oleh PT. “X” cabang Bandung kepada para konsumen mereka.

### 6.2.2. Saran Penelitian Lebih Lanjut

Saran untuk penelitian lebih lanjut adalah dengan mempertimbangkan perlunya pengendalian persediaan di PT.”X” cabang Bandung, maka disarankan untuk melakukan penelitian mengenai pengendalian persediaan plastik klip di PT. “X” Bandung.