

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk berbelanja di Hypermart berdasarkan kepentingannya (atribut yang penting dan sangat penting) adalah:
 - Ketersediaan produk
 - Kelengkapan variasi produk
 - Jaminan kehalalan produk makanan
 - Kesegaran produk makanan
 - Produk tidak kadaluarsa
 - Kemasan atau segel produk baik (tidak cacat)
 - Adanya layanan antar produk (khususnya produk berukuran besar)
 - Harga murah
 - Pemberian harga sesuai dengan yang diiklankan
 - Lokasi Hypermart strategis sehingga mudah dilihat pelanggan
 - Adanya petunjuk untuk menuju lokasi Hypermart di BIP
 - Lokasi Hypermart dilalui banyak rute kendaraan umum.
 - Kejelasan gambar produk di brosur
 - Kejelasan daftar harga di rak
 - Adanya *discount*
 - Adanya program harga khusus (mis: *buy 2 get 1 free*)
 - Adanya promosi lewat media cetak (koran, majalah)
 - Adanya promosi lewat media elektronik (televise, radio, internet)
 - Ketersediaan produk yang tercantum dalam program promosi
 - Promosi produk ditampilkan jelas di tempat pengambilan hadiah dan di rak produk

- Pengetahuan karyawan (mis: tentang produk, lokasi produk)
 - Karyawan selalu ada untuk membantu karyawan
 - Karyawan murah senyum
 - Karyawan dapat dipercaya (jujur)
 - Karyawan ramah
 - Karyawan sopan
 - Kerapihan karyawan dalam berpakaian seragam
 - Kejelasan papan nama atau logo tempat Hypermart di BIP
 - Luas gang-gang hypermarket luas
 - Kebersihan
 - Penyajian produk yang rapih
 - Penyajian produk yang menarik
 - Perlengkapan keranjang berfungsi dengan baik
 - Perlengkapan troli berfungsi dengan baik
 - Adanya petunjuk lokasi produk
 - Tempat hypermarket diiringi lagu
 - Kesejukan ruangan
 - Tempat parkir luas
 - Adanya fasilitas ATM
 - Adanya computer pengecek harga
 - Adanya tempat penitipan barang
 - Kecepat-tanggapan karyawan dalam melayani konsumen
 - Karyawan ikut mengantar barang hingga tempat parkir
 - Jam Operasi Hypermart
 - Transaksi bebas dari kesalahan
 - Proses pembayaran di kasir cepat
2. Pihak Hypermart menetapkan kaum wanita atau pria yang sudah berkeluarga, usianya 26 tahun keatas. Dalam penelitian ini didapat perluasan pasar karena konsumen berumur 18-25 tahun (39%) tidak kalah banyaknya dibandingkan

konsumen berumur 26 tahun keatas. Berdasarkan hal tersebut penetapan sasaran yang dilakukan oleh perusahaan tidak sepenuhnya tepat karena adanya perluasan pasar. *Positioning* yang dilakukan Hypermart yaitu mengutamakan ketersediaan produk, kelengkapan variasi produk, dan kualitas produk, akan tetapi memberikan pelayanan yang cepat, tepat, dan ramah serta mampu memberikan harga yang murah dan *competitif* agar dapat memuaskan konsumen. Dari hasil penelitian didapat pelayanan yang cepat dan harga murah belum dirasakan oleh konsumen, jadi *positioning* yang dilakukan oleh Hypermart belum sepenuhnya sesuai dengan data di lapangan.

3. Persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Hypermart yang telah diketahui lewat analisis *gap*, maka diketahui sebagai berikut:

- ❖ Hal-hal yang konsumen merasa puas (kelebihan Hypermart) yaitu:
 - Ketersediaan produk
 - Kelengkapan variasi produk
 - Jaminan kehalalan produk makanan
 - Kesegaran produk makanan
 - Produk tidak kadaluarsa
 - Kemasan atau segel produk baik (tidak cacat)
 - Adanya layanan antar produk (khususnya produk berukuran besar)
 - Harga murah
 - Pemberian harga sesuai dengan yang diiklankan
 - Lokasi Hypermart strategis sehingga mudah dilihat pelanggan
 - Adanya petunjuk untuk menuju lokasi Hypermart di BIP
 - Lokasi Hypermart dilalui banyak rute kendaraan umum.
 - Kejelasan gambar produk di brosur
 - Adanya *discount*
 - Adanya promosi lewat media cetak (koran, majalah)
 - Adanya promosi lewat media elektronik (televise, radio, internet)
 - Karyawan murah senyum

- Karyawan dapat dipercaya (jujur)
 - Karyawan ramah
 - Karyawan sopan
 - Kerapihan karyawan dalam berpakaian seragam
 - Kejelasan papan nama atau logo tempat Hypermart di BIP
 - Luas gang-gang hypermarket luas
 - Kebersihan
 - Penyajian produk yang rapih
 - Penyajian produk yang menarik
 - Adanya petunjuk lokasi produk
 - Tempat hypermarket diiringi lagu
 - Kesejukan ruangan
 - Adanya fasilitas ATM
 - Adanya computer pengecek harga
 - Adanya tempat penitipan barang
 - Jam Operasi Hypermart
 - Transaksi bebas dari kesalahan
- ❖ Hal-hal yang konsumen merasa tidak puas (kelemahan Hypermart) yaitu:
- Kejelasan daftar harga di rak
 - Adanya program harga khusus (mis: *buy 2 get 1 free*)
 - Ketersediaan produk yang tercantum dalam program promosi
 - Promosi produk ditampilkan jelas di tempat pengambilan hadiah dan di rak produk
 - Pengetahuan karyawan (mis: tentang produk, lokasi produk)
 - Karyawan selalu ada untuk membantu karyawan
 - Perlengkapan keranjang berfungsi dengan baik
 - Perlengkapan troli berfungsi dengan baik
 - Tempat parkir luas
 - Kecepat-tanggapan karyawan dalam melayani konsumen
 - Karyawan ikut mengantar barang hingga tempat parkir

- Proses pembayaran di kasir cepat
4. Upaya-upaya yang perlu dilakukan agar Hypermart bisa meningkatkan penjualan serta bersaing dengan para pesaingnya yaitu:
- A. Upaya-upaya perbaikan yang bersifat pelayanan yang pertama dilakukan karena dilihat dari subbab 1.2 yaitu identifikasi masalah, adanya ketidakpuasan dari pelanggan terhadap pelayanan dari para karyawan Hypermart:
- Pihak Hypermart sebaiknya memperketat pengawasan terhadap kinerja karyawan, karena jika tidak maka akan berpengaruh buruk pada pelayanan yang diberikan oleh Hypermart.
 - Pihak Hypermart sebaiknya memperbesar lahan untuk tempat parkir, karena tempat parkir di BIP selalu penuh. Masyarakat sekarang yang bergaya hidup modern selalu memakai kendaraan beroda dua maupun beroda empat, dan masyarakat sekarang tidak mau pergi ke tempat yang susah untuk mencari parkir.
 - Pihak Hypermart sebaiknya memperbaiki daftar harga produk di rak agar jelas untuk dilihat dan dimengerti oleh konsumen.
 - Pihak Hypermart sebaiknya memantau keadaan perlengkapan keranjang, dan memperbaiki perlengkapan keranjang agar tetap berfungsi dengan baik.
 - Pihak Hypermart sebaiknya memantau keadaan perlengkapan troli, dan memperbaiki perlengkapan troli agar tetap berfungsi dengan baik.
 - Pihak Hypermart sebaiknya memberikan pelayanan extra seperti karyawan ikut mengantar barang hingga ke tempat parkir agar konsumen merasa senang dengan adanya pelayanan extra yang diberikan oleh Hypermart.
 - Pihak Hypermart sebaiknya mengatur kembali pelayanan kasir, apabila konsumen yang datang sangat ramai maka perlu untuk membuka semua kasir yang ada, lalu membagi kasir dengan proses pembayaran dan banyaknya barang yang dibeli yaitu: bagian 1

untuk pembayaran cash, bagian 2 untuk pembayaran dengan kartu (credit atau debit), bagian 3 untuk konsumen yang barang pembeliannya sedikit, dan bagian 4 untuk konsumen yang barang pembeliannya banyak.

- Pihak Hypermart sebaiknya menginformasikan dengan jelas tentang ketersediaan produk yang tercantum dalam program promosi, seperti contoh: promosi DVD TCL dengan harga miring hanya Rp. 100.000,00 tersedia 15 unit, dan hanya berlaku hingga tanggal 2 Januari 2007. Maka itu konsumen akan jelas dengan program promosi tersebut.
- Pihak Hypermart sebaiknya program promosi produk ditampilkan jelas di tempat pengambilan hadiah dan di rak produknya, sehingga konsumen jelas mengetahui hadiah apa yang akan diterima dengan membeli produk yang sedang dalam program promosi.

B. Upaya-upaya perbaikan agar Hypermart dapat terus meningkatkan penjualan serta bersaing dalam bisnis ritel ini:

- Pihak Hypermart sebaiknya melakukan memasang harga lebih murah sedikit daripada pesaing.
- Pihak Hypermart sebaiknya melakukan program khusus untuk produk yang harga jualnya ditentukan pemasok, agar produk tersebut tetap menarik konsumen untuk membeli. Karena masyarakat sekarang banyak yang tertarik dengan program khusus seperti beli 2 dapat 1, beli 3 dengan harga beli 2, dan program-program khusus lainnya.
- Pihak Hypermart sebaiknya melakukan promosi ketersediaan, kelengkapan variasi, dan kualitas produk melalui media cetak (koran) dan media elektronik (radio).
- Pihak Hypermart sebaiknya melakukan promosi produk-produk yang berharga murah melalui media cetak (koran).
- Pihak Hypermart sebaiknya melakukan promosi visual (TV) dengan menampilkan ruang lingkup Hypermart yang nyaman.

- Pihak Hypermart perlu melakukan tindakan memasang reklame dekat lokasi pesaing.
- Pihak Hypermart perlu melakukan tindakan perluas ruang lingkup Hypermart yang tadinya hanya 1 lantai menjadi 2 lantai.

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis yang didapat, terhadap Hypermart penulis mengajukan beberapa saran antara lain:

- Sebaiknya Hypermart tetap menjaga faktor-faktor yang konsumen merasa puas sehingga konsumen mau kembali ke Hypermart.
- Sebaiknya Hypermart memperbaiki faktor-faktor yang konsumen merasa tidak puas sehingga konsumen tidak merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan Hypermart.
- Sebaiknya Hypermart mempertimbangkan usulan-usulan yang diberikan untuk upaya perbaikan, untuk meningkatkan penjualan, dan bersaing dengan para pesaing.
- Sebaiknya ada penelitian lanjutan yang lebih menganalisis persaingan.