

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

6.1.1 Faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih minimarket

Dari hasil pengujian Cochran Q test diperoleh faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih minimarket, yaitu:

1. Menyediakan jenis produk yang bervariasi
2. Menyediakan produk dalam ukuran yang bervariasi
3. Menyediakan produk dengan merek yang bervariasi
4. Produk yang dijual memiliki merek yang dikenal oleh pembeli
5. Penempatan label harga pada rak yang tepat dan jelas
6. Kerapihan karyawan dalam berpakaian
7. Karyawan menghormati setiap konsumen
8. Karyawan menunjukkan sikap yang sopan dalam melayani konsumen
9. Karyawan menunjukkan sikap yang ramah dalam melayani konsumen
10. Karyawan tanggap terhadap kebutuhan konsumen
11. Karyawan bersedia menerima kritik dan saran dari konsumen
12. Kasir mengemas barang belanjaan dengan rapi
13. Kesesuaian harga produk yang dihitung oleh kasir dengan yang tercantum pada rak
14. Proses pembayaran dengan cepat
15. Mengemas barang belanjaan dengan aman (contoh: memisahkan kantong plastik yang digunakan oleh obat nyamuk dengan kantong plastik yang digunakan oleh makanan)
16. Halaman toko yang bersih
17. Ruangan dan rak-rak toko yang bersih
18. Kondisi penerangan di dalam toko yang baik
19. Suhu di dalam toko yang sejuk

20. Gang yang tersedia mendukung untuk dapat berjalan dengan leluasa
21. Toko menyediakan keranjang belanjaan
22. Kemasan produk yang bersih
23. Produk selalu tersedia di rak
24. Produk tertata dengan rapi
25. Peletakkan produk yang mudah untuk ditemukan
26. Jika muncul produk baru, maka akan tersedia di toko dengan cepat
27. Pada bukti transaksi tercantum dengan jelas dan tepat jumlah produk yang dibeli
28. Uang kembalian tidak pernah kurang

6.1.2 Posisi persaingan antara Yomart cabang Surya Sumantri dengan pesaingnya menurut persepsi konsumen

Persepsi konsumen tentang persaingan antara Yomart dengan Indomaret Maranatha dan Tujuh Sebelas berdasarkan faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih minimarket sebagai berikut.

Keunggulan Yomart, yaitu:

- ✦ Penempatan label harga pada rak yang tepat dan jelas
- ✦ Kerapihan karyawan dalam berpakaian
- ✦ Karyawan menghormati setiap konsumen
- ✦ Karyawan menunjukkan sikap yang sopan dalam melayani konsumen
- ✦ Karyawan menunjukkan sikap yang ramah dalam melayani konsumen
- ✦ Karyawan tanggap terhadap kebutuhan konsumen
- ✦ Karyawan bersedia menerima kritik dan saran dari konsumen
- ✦ Kasir mengemas barang belanjaan dengan rapi
- ✦ Kesesuaian harga produk yang dihitung oleh kasir dengan yang tercantum pada rak
- ✦ Mengemas barang belanjaan dengan aman (contoh: memisahkan kantung plastik yang digunakan oleh obat nyamuk dengan kantung plastik yang digunakan oleh makanan)

✦ Pada bukti transaksi tercantum dengan jelas dan tepat jumlah produk yang dibeli

✦ Uang kembalian tidak pernah kurang

Kelemahan Yomart, yaitu:

✦ Halaman toko yang bersih

✦ Ruangan dan rak-rak toko yang bersih

✦ Kondisi penerangan di dalam toko yang baik

✦ Suhu di dalam toko yang sejuk

✦ Kemasan produk yang bersih

✦ Produk tertata dengan rapi

✦ Peletakkan produk yang mudah untuk ditemukan

✦ Menyediakan jenis produk yang bervariasi

✦ Menyediakan produk dalam ukuran yang bervariasi

✦ Menyediakan produk dengan merek yang bervariasi

✦ Produk yang dijual memiliki merek yang dikenal oleh pembeli

✦ Proses pembayaran dengan cepat

✦ Gang yang tersedia mendukung untuk dapat berjalan dengan leluasa

✦ Toko menyediakan keranjang belanjaan

✦ Produk selalu tersedia di rak

✦ Jika muncul produk baru, maka akan tersedia di toko dengan cepat

6.1.3 Kepuasan konsumen terhadap Yomart cabang Surya Sumantri

Konsumen merasa tidak puas terhadap Yomart cabang Surya Sumantri pada atribut menyediakan jenis produk yang bervariasi (no.1), menyediakan produk dalam ukuran yang bervariasi (no.2), menyediakan produk dengan merek yang bervariasi (no.3), proses pembayaran dengan cepat (no.14), kondisi penerangan di dalam toko yang baik (no.18), suhu di dalam toko yang sejuk (no.19), gang yang tersedia mendukung untuk dapat berjalan dengan leluasa (no.20), dan jika muncul produk baru maka akan tersedia di toko dengan cepat (no.27). Hal ini dinyatakan responden dengan berkomentar antara lain: produk

kurang lengkap, kasir kurang cepat dalam melayani konsumen, pencahayaan kurang terang, ruangan kurang sejuk, ruangan sumpek dan sempit.

6.1.4 Kondisi Eksternal (Peluang dan Ancaman) dan Internal (Kekuatan dan Kelemahan) Yomart Cabang Surya Sumantri

Dari hasil perhitungan skor pembobotan EFAS dan IFAS yang menunjukkan sel 4 pada Matriks Internal Eksternal, yaitu: *Stability Strategy*. *Stability Strategy* adalah strategi yang diterapkan tanpa merubah arah strategi yang ditetapkan. Hanya saja, pada kenyataannya terdapat perbedaan antara persepsi pihak Yomart dengan persepsi konsumen terhadap kinerja Yomart. Oleh karena itu, penulis lebih memprioritaskan persepsi konsumen terhadap kinerja Yomart dalam memberikan usulan kepada pihak Yomart.

6.1.5 Segmentasi pasar, *targeting*, dan *positioning* bagi Yomart cabang Surya Sumantri

Segmentasi pasar bagi Yomart cabang Surya Sumantri ditunjukkan pada tabel berikut ini.

Tabel 6.1
Segmentasi Pasar

Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Dana Belanja	Uang Saku / Penghasilan	Jumlah Responden	
Wanita	17 - 23 tahun	Pelajar / Mahasiswa	Rp 700 ribu < dana ≤ Rp 1 juta	Rp 700 ribu < uang saku ≤ Rp 1 juta	1	
				Rp 1 juta < uang saku ≤ Rp 2 juta	2	
			Rp 300 ribu < dana ≤ Rp 700 ribu	Rp 300 ribu < uang saku ≤ Rp 700 ribu	1	
				Rp 1 juta < uang saku ≤ Rp 2 juta	4	
				> Rp 2 juta	2	
				Rp 100 ribu < uang saku ≤ Rp 300 ribu	1	
				Rp 300 ribu < uang saku ≤ Rp 700 ribu	11	
		Rp 100 ribu < dana ≤ Rp 300 ribu	Rp 300 ribu < uang saku ≤ Rp 700 ribu & penghasilan ≤ Rp 300 ribu	1		
			Rp 700 ribu < uang saku ≤ Rp 1 juta	10		
			Rp 1 juta < uang saku ≤ Rp 2 juta	5		
	17 - 23 tahun	Pelajar / Mahasiswa	≤ Rp 100 ribu		≤ Rp 100 ribu	2
					Rp 100 ribu < uang saku ≤ Rp 300 ribu	9
					Rp 300 ribu < uang saku ≤ Rp 700 ribu	6
					Rp 700 ribu < uang saku ≤ Rp 1 juta	2
					Rp 1 juta < uang saku ≤ Rp 2 juta	1
24 - 30 tahun	Pelajar / Mahasiswa	Rp 100 ribu < dana ≤ Rp 300 ribu		Rp 300 ribu < penghasilan ≤ Rp 700 ribu	1	
				Rp 700 ribu < penghasilan ≤ Rp 4 juta	1	
		Rp 300 ribu < dana ≤ Rp 700 ribu		Rp 1 juta < uang saku ≤ Rp 2 juta	1	
				> Rp 2 juta	1	
				Rp 100 ribu < uang saku ≤ Rp 300 ribu	3	
	Rp 100 ribu < dana ≤ Rp 300 ribu	Rp 300 ribu < uang saku ≤ Rp 700 ribu	2			

Tabel 6.1
Segmentasi Pasar (Lanjutan)

Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Dana Belanja	Uang Saku / Penghasilan	Jumlah Responden
Wanita	24 - 30 tahun	Pelajar / Mahasiswa	Rp 100 ribu < dana ≤ Rp 300 ribu	Rp 700 ribu < uang saku ≤ Rp 1 juta	2
				Rp 1 juta < uang saku ≤ Rp 2 juta	3
			≤ Rp 100 ribu	≤ Rp 100 ribu	1
				Rp 100 ribu < uang saku ≤ Rp 300 ribu	1
	31 - 40 tahun	Ibu rumah tangga	Rp 300 ribu < dana ≤ Rp 700 ribu	Rp 700 ribu < penghasilan ≤ Rp 4 juta	3
	41 - 50 tahun	Wiraswasta / Pengusaha	Rp 700 ribu < dana ≤ Rp 1 juta	Rp 1 juta < uang saku ≤ Rp 2 juta	1
	31 - 40 tahun	Pegawai	Rp 300 ribu < dana ≤ Rp 700 ribu	Rp 700 ribu < penghasilan ≤ Rp 4 juta	1
	24 - 30 tahun		Rp 700 ribu < dana ≤ Rp 1 juta	Rp 700 ribu < penghasilan ≤ Rp 4 juta	2
			Rp 4 juta < penghasilan ≤ Rp 6 juta	> Rp 2 juta	1
	Pria	17 - 23 tahun	Pelajar / Mahasiswa	Rp 300 ribu < dana ≤ Rp 700 ribu	Rp 300 ribu < uang saku ≤ Rp 700 ribu
				Rp 700 ribu < uang saku ≤ Rp 1 juta	2
Rp 100 ribu < dana ≤ Rp 300 ribu				Rp 300 ribu < uang saku ≤ Rp 700 ribu	3
				Rp 700 ribu < uang saku ≤ Rp 1 juta	2
				Rp 1 juta < uang saku ≤ Rp 2 juta	1
				Rp 300 ribu < uang saku ≤ Rp 700 ribu	1
24 - 30 tahun		Guru	Rp 300 ribu < dana ≤ Rp 700 ribu	Rp 700 ribu < penghasilan ≤ Rp 4 juta	1
31 - 40 tahun		Pegawai	≤ Rp 100 ribu		1
41 - 50 tahun		Wiraswasta / Pengusaha	Rp 700 ribu < dana ≤ Rp 1 juta	Rp 4 juta < penghasilan ≤ Rp 6 juta	1

Dari tabel diatas, dapat ditentukan target pasar untuk Yomart cabang Surya Sumantri adalah wanita dengan tingkat usia 17 – 30 tahun dan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa dengan uang saku ≤ Rp 100.000,- sampai dengan Rp 2.000.000,-. Dana yang pelajar/mahasiswa sediakan untuk berbelanja adalah ≤ Rp 100.000,- sampai dengan Rp 300.000,-. *Positioning* bagi Yomart cabang Surya Sumantri adalah belanja riang hanya di Yomart.

6.1.6 Upaya yang perlu dilakukan Yomart cabang Surya Sumantri agar dapat meningkatkan penjualan

Upaya yang perlu dilakukan Yomart cabang Surya Sumantri agar dapat meningkatkan penjualan, yaitu:

1. Melakukan survei untuk menentukan jenis, merek, dan ukuran produk yang dijual
2. Menyediakan merek dan ukuran produk yang lebih bervariasi untuk jenis produk yang dibeli oleh target pasar
3. Memperbaiki cara penawaran produk dan cara penempatan produk

4. Mengoptimalkan kapasitas produk di toko
5. Melakukan pengontrolan terhadap kebersihan halaman toko, ruangan toko, dan rak-rak di dalam toko
6. Melakukan pengontrolan terhadap kebersihan produk di rak, persediaan produk di rak, dan penataan produk di rak yang rapi
7. Melakukan promosi untuk produk yang kurang diminati
8. Memanfaatkan seluruh teknologi untuk mempercepat proses pembayaran
9. Memanfaatkan teknologi untuk menciptakan suhu yang sejuk di dalam toko
10. Memanfaatkan seluruh sistem penerangan di dalam toko sepanjang waktu operasi toko
11. Mengadakan perjanjian dengan pemasok agar diprioritaskan dalam pengadaan produk baru
12. Menetapkan imbalan untuk produk-produk unggulan
13. Memberikan bonus kepada konsumen untuk mengatasi kelalaian karyawan
14. Memberikan penghargaan bagi karyawan yang kompeten
15. Mengoptimalkan tenaga kerja yang ada
16. Memberikan potongan harga bagi konsumen Yomart yang memiliki Yogya Card
17. Perluasan kehadiran Yomart di Indonesia dan menggunakan karyawan yang berpengalaman
18. Memanfaatkan mesin ATM
19. Mensponsori kegiatan W2M (Welcome to Maranatha)
20. Menyediakan pekerjaan *part time* bagi mahasiswa guna menjalin hubungan dengan target pasar
21. Menciptakan keharuman di dalam ruangan toko dengan memanfaatkan pengharum ruangan
22. Memperdengarkan musik di dalam ruangan toko

6.2 Saran

Saran yang penulis ajukan untuk penelitian selanjutnya adalah

- ✦ Dilakukan penelitian untuk mengetahui tingkat kepentingan kinerja berdasarkan persepsi dan harapan konsumen terhadap Yomart cabang Surya Sumantri dengan menggunakan analisis tingkat kepentingan kinerja (*Importance-Performance Analysis*)