

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah yang dilakukan terhadap *K-ink Refill Centre*, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi konsumen terhadap pelayanan *K-ink Refill Centre* belum puas.
2. Harapan konsumen adalah *K-ink Refill Centre* harus memperhatikan setiap variabel dengan tingkat kepentingan yang tinggi.
3. Persaingan antara *Refill Centre* dapat dilihat berdasarkan keunggulan masing – masing *Refill Centre* yaitu:

Tabel 6.1

Tabel keunggulan setiap *Refill Centre*

Var	Keunggulan	refill Centre
3	Promosi melalui pembagian brosur.	K-ink
4	Ketersediaan <i>cartridge</i> untuk semua jenis printer	
6	Hasil <i>print</i> yang rapi (tidak meleber)	
8	Karyawan tanggap terhadap kebutuhan konsumen.	
10	Tersedia kursi tunggu	
11	Keandalan teknisi dalam mengoperasikan mesin pengisian tinta	
14	Jam operasi toko yang konsisten.	
17	Kesesuaian harga yang harus dibayar dengan <i>pricelist</i>	
19	Bukti pembayaran tercantum dengan jelas	
20	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas.	
25	Kesesuaian pengisian tinta <i>refill</i> dengan <i>cartridge</i> nya	
1	Ketersediaan tinta <i>refill</i> untuk semua jenis <i>cartridge</i>	Veneta System
2	Harga produk secara keseluruhan lebih murah dibandingkan dengan toko lain	
5	Tinta <i>refill</i> tidak mengeluarkan aroma	
9	Pengetahuan teknisi terhadap proses pengisian tinta.	
12	Kekentalan tinta yang konsisten	
15	Ruangan toko yang bersih.	
16	Kesesuaian hasil <i>print</i> dengan warna <i>refill</i> yang diisi	
18	Waktu pengisian tinta bisa ditunggu.	
7	Proses pengisian tinta yang rapi (tidak bocor)	X4-print
13	Ketepatan waktu pengisian tinta	
21	Menyediakan jasa pesan antar yang bebas ongkos kirim (<i>Delivery Service</i>)	
22	Lokasi yang dekat dengan keramaian (universitas, kantor-kantor,dll)	
23	Karyawan bersikap sopan kepada setiap konsumen.	
24	Bukti pembayaran tercantum dengan tepat jumlah yang dibeli	
26	Kemampuan <i>customer service</i> dalam menjelaskan proses pengisian tinta	
27	Keramahan <i>customer service</i> dalam melayani konsumen.	

4. Segmentasi, *Targeting* dan *Positioning*

Segmentasi pasar dari *K-ink Refill Centre* dibagi berdasarkan segmen demografis, geografis dan perilaku konsumen, dan yang menjadi target pasar *K-ink Refill Centre* adalah mahasiswa / pelajar yang bertempat tinggal dengan lokasi pekerjaan di sekitar Bandung Utara, sehingga *positioning* yang tepat adalah *We Come to Serve the best for you.*

5. Upaya yang dapat dilakukan *K-ink Refill Centre* dalam meningkatkan tingkat kepuasan dan daya saing berdasarkan urutan prioritas perbaikan:

- Prioritas Pertama
 - ✓ *Product*: Melakukan kerjasama dengan *supplier* dalam menyediakan tinta yang tidak mengeluarkan aroma konsumen nyaman dalam menggunakannya
 - ✓ *Process*: Karena target pasarnya adalah mahasiswa, *K-ink Refill Centre* maka memanfaatkan teknologi untuk mempercepat pengisian tinta. Perkembangan teknologi saat ini dapat membantu mempercepat proses pengisian tinta, baik berupa metode pengisian maupun alat bantu pengisian. Dengan adanya teknologi ini, dapat mengetahui ketepatan waktu pengisian tinta. Dan dalam melakukan pengisian, tekansi harus teliti sehingga tidak terjadi kebocoran tinta serta untuk menjaga kepercayaan pelanggan terhadap jasa yang diberikan *K-ink Refill Centre*, karyawan harus teliti untuk meminimasi kesalahan pada bukti pembayaran.
- Prioritas kedua
 - ✓ *Product*: Melakukan kerjasama dengan *supplier* dalam menyediakan tinta yang sesuai dengan semua jenis *cartridge* dan selalu menjaga persediaan *cartridge* untuk *printer* dengan merek *Canon* dan jenis tinta *Color*, karena lebih banyak penggunaanya. Dan dengan memperhatikan frekuensi pengisian tinta dimana

64.04% menyatakan bahwa frekuensi pengisian tinta dilakukan selama 3 bulan sekali. Melakukan kerjasama dengan *supplier* dalam menyediakan tinta dengan memperhatikan kekentalan tinta yang konsisten dan selalu melakukan *test print* sehingga mendapatkan hasil *print* warna yang sesuai.

- ✓ *Price*: Selalu melakukan survei mengenai pasaran harga setiap produk, khususnya pada pesaing utamanya yaitu *Veneta System* dan *X4-Print*.
- ✓ *People*: Memberikan pengertian dan pelatihan kepada *customer service* untuk bersikap ramah dan sopan kepada konsumen. Kesadaran karyawan dalam memberikan pelayanan yang ramah kepada konsumen akan menciptakan suasana yang nyaman sehingga dapat menimbulkan citra yang baik bagi pelanggan. Dengan mempelajari metode proses pengisian tinta baik melalui studi pustaka dan mengikuti *training*, teknisi dapat menentukan proses pengisian tinta yang efektif dan efisien. Selain itu juga memberikan pembekalan kepada *customer service* tentang proses pengisian tinta sehingga dapat memberikan penjelasan kepada konsumen.
- ✓ *Physical Evidance*: Melakukan pengecekan kondisi ruangan toko secara berkala, misalnya dengan melakukan pembersihan toko sebelum dan sesudah toko dibuka. Ruangan toko yang bersih akan menciptakan suasana yang nyaman sehingga dapat menimbulkan citra yang baik bagi pelanggan.
- ✓ *Place*: Agar lebih dikenal masyarakat dan meningkatkan penjualan, *K-ink Refill Centre* sebaiknya membuka cabang baru. Berdasarkan hasil kuesioner, lokasi yang berpotensi untuk cabang baru adalah sekitar Bandung Tengah dan Bandung Barat. Pada daerah tersebut juga memperhatikan tempat yang dekat dengan universitas karena target utamanya adalah mahasiswa.

- ✓ *Promotion*: Dengan adanya jasa pesan antar yang bebas ongkos kirim, diharapkan agar dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam pengisian tinta, pembelian *cartridge* dan kegiatan lainnya seperti perbaikan *printer*. Untuk itu, perusahaan perlu menyediakan kendaraan berupa motor untuk mempermudah dalam pengantaran. Alternatif lain, pada saat perekrutan, perusahaan mencari kurir yang mempunyai motor minimal dapat mengendarai motor sebagai syarat utama. Hal ini dikarenakan cakupan wilayah untuk *delivery service* diprioritaskan bagi konsumen yang berada di wilayah Bandung Utara yang merupakan target utama, Bandung Tengah dan Bandung Barat yang berpotensi menjadi target berikutnya
- Prioritas ketiga
 - ✓ *Promotion*: penyebaran brosur dapat dilakukan wilayah Bandung Utara yang merupakan target utama, Bandung Tengah dan Bandung Barat yang berpotensi menjadi target berikutnya dan dekat dengan universitas pada daerah tersebut karena targetnya adalah mahasiswa, sehingga pada brosur memberikan promosi khusus untuk mahasiswa misalnya dengan membuat paket pengisian tinta (pengisian tinta *color* dan *black*) dengan harga yang telah disesuaikan, atau promosi dengan melakukan pengisian beberapa kali dalam jangka waktu tertentu diberikan gratis 1x pengisian. Surat kabar juga dapat membantu penyebaran brosur karena surat kabar merupakan konsumsi masyarakat luas.
 - ✓ *Product*: Melakukan kerjasama dengan *supplier* dalam menyediakan *cartridge* yang sesuai untuk semua jenis *printer* yang banyak digunakan saat ini. Dalam kerjasama ini perlu diperhatikan perkiraan waktu penyediaan barang karena frekuensi pengisian tinta adalah 3 bulan dan rata – rata konsumen akan membeli *cartridge* bila *cartridge* yang dipakai telah rusak. Melakukan kerjasama dengan *supplier* dalam menyediakan tinta

yang sesuai dengan semua jenis *cartridge* dengan memperhatikan kekentalan tinta yang konsisten dan sehingga mendapatkan hasil *print* yang rapi (tidak meleber).

- ✓ *People*: Dengan memberikan bonus pada karyawan dapat memacu karyawan untuk lebih tanggap akan kebutuhan konsumen sehingga penjualan akan meningkat. Memberikan pembekalan kepada teknisi mengenai mesin pengisian tinta baik melalui studi pustaka dan mengikuti *training*, sehingga teknisi dapat mengambil tindakan dengan cepat agar proses pengisian tinta tidak terhenti.
- ✓ *Physical Evidance*: Menyediakan ruang tunggu yang nyaman dengan desain ruangan yang menarik sehingga dapat memberikan inspirasi bagi mahasiswa yang mempunyai nilai seni yang tinggi (misalnya mahasiswa jurusan arsitek dan desain) serta memberikan hiburan berupa televisi sehingga konsumen tidak merasa bosan selama menunggu pengisian tinta. Mengusahakan agar jam operasi berjalan sesuai jadwal secara konsisten agar konsumen dapat menggunakan jasa sesuai dengan jam operasi tersebut.
- ✓ *Price*: Menentukan periode penetapan harga sebelum penyebaran *pricelist*. Berdasarkan hasil survey mengenai pasaran harga setiap produk, perusahaan harus mengambil tindakan perubahan harga. Untuk mengantisipasi terjadinya perubahan harga, sebaiknya perusahaan mencantumkan peringatan bahwa harga dapat berubah sewaktu – waktu. Menetapkan harga yang masih dapat dijangkau oleh mahasiswa dengan tetap memperhatikan harga yang ditawarkan *supplier* dan keuntungan yang diperoleh perusahaan.
- ✓ *Process*: Untuk menjaga kepercayaan pelanggan terhadap jasa yang diberikan *K-ink Refill Centre*, karyawan harus teliti untuk meminimasi kesalahan pada pengisian tinta pengecekan dilakukan berdasarkan jenis tinta dan *Cartridge* yang sesuai. Untuk menjaga kepercayaan pelanggan terhadap jasa yang diberikan *K-ink Refill*

Centre, karyawan harus teliti untuk meminimasi kesalahan pada pengisian tinta pengecekan dilakukan berdasarkan jenis tinta dan *Cartridge* yang sesuai.

6.2 **Saran**

Saran yang dapat penulis berikan untuk penelitian selanjutnya kepada perusahaan dalam perbaikan kinerja:

1. Pada hasil *Importance Performance Analysis* keraguan konsumen akan kinerja perusahaan, sedangkan hasil *Correspondence Analysis* menyatakan adanya beberapa variabel yang menjadi keunggulan perusahaan. Hal ini dikarenakan pada saat melakukan penilaian terhadap kinerja objek penelitian, responden masih mengacu pada *image* pesaingnya, sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan analisis perkembangan *Brand image* perusahaan di masyarakat.
2. Berdasarkan segmentasi, terdapat 2 daerah yang berpotensi untuk mengembangkan usaha, dalam hal membuka cabang baru, sehingga perusahaan dapat penelitian di daerah tersebut, yaitu daerah Bandung Tengah dan Bandung Barat.