

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Di bawah ini merupakan kesimpulan dari hasil pengolahan data, analisis, dan usulan yang telah dilakukan, yaitu sebagai berikut :

1. Tingkat kepuasan konsumen Berlian Pasteur saat ini dapat dilihat dari hasil perhitungan *gap* yang menunjukkan bahwa saat ini masih terdapat kesenjangan antara persepsi dan harapan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa Berlian Pasteur belum bisa memenuhi ekspektasi konsumen.

2. Atribut-atribut yang dipentingkan oleh konsumen Berlian Pasteur dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 6.1
Atribut-atribut yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Faktor Pemicu Kepuasan	Atribut
PRODUK ATAU JASA INTI	<i>Sparepart</i> yang tersedia terjamin keasliannya
	Kualitas dari para mekanik
	Kelengkapan <i>accessories</i> lain (helm, jaket, variasi, dll)
	Kapasitas tempat <i>service</i> (jumlah <i>pit</i>)
SISTEM DAN PELAYANAN PENDUKUNG	<i>Accessories</i> yang ditawarkan <i>ready stock</i>
	Alternatif cara pembayaran (tunai, debit, kartu kredit)
	Waktu operasional bengkel sesuai dengan yang dijanjikan
	Pemberian informasi tentang <i>sparepart</i> & <i>accessories</i> yang ditawarkan dilakukan dengan rinci
	Lokasi mudah dicapai dan strategis
	Ruang tunggu bersih
	Kursi di ruang tunggu nyaman
Adanya fasilitas <i>entertainment</i> di ruang tunggu (mis. : TV, koran, majalah)	

Tabel 6.1
Atribut-atribut yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen (lanjutan)

Faktor Pemicu Kepuasan	Atribut
PERFORMA TEKNIS	Kecekatan mekanik dalam melakukan <i>service</i>
	Ketelitian mekanik dalam melakukan <i>service</i>
	Terjadinya kesalahan pada saat <i>service</i>
	Transaksi administrasi dapat dilakukan dengan mudah, cepat, dan tepat
	Kerapihan dan kebersihan mekanik
ELEMEN INTERAKSI DENGAN PELANGGAN	Bagian administrasi melayani dengan ramah dan sopan
	Mekanik melayani dengan ramah dan sopan
	Konsumen mudah dalam berkomunikasi baik dengan mekanik atau bagian administrasi
	Mekanik hafal dengan konsumen
	Pelayanan tatap muka atau via telepon dilakukan dengan ramah dan sopan
ELEMEN EMOSIONAL	Manajer sering berinteraksi langsung dengan konsumen
	Kedekatan antara mekanik dengan konsumen
	Pelayanan yang diberikan memberikan perasaan senang
	Pihak perusahaan selalu berusaha untuk membangun hubungan yang baik dengan konsumen
	Interaksi konsumen dengan perusahaan mudah dilakukan dan terbina dengan baik

3. Strategi SWOT berdasarkan skor skor matriks *External Strategic Factors Analysis Summary* (EFAS) dan matriks *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS) adalah :
- Skor matriks EFAS → 3.17
 - Skor matriks IFAS → 3.4
 - Strategi SWOT → *growth*

4. Usulan strategi yang dapat diberikan kepada Berlian Pasteur adalah sebagai berikut :

- Strategi peningkatan nilai

Tabel 6.2
Strategi Peningkatan Nilai

ATRIBUT		PENINGKATAN NILAI
Atribut dengan hasil <i>gap</i> negatif	Sparepart yang tersedia kurang terjamin keasliannya	Lebih memperjelas dan memberikan jaminan keaslian
	Kualitas dari para mekanik kurang memuaskan	Lebih mengefektifkan mekanik
	Mekanik kurang cekatan dalam melakukan service	
	Mekanik kurang teliti dalam melakukan service	
	Masih terdapat kesalahan pada saat service	
	Accessories lain (helm, jaket, variasi, dll) kurang lengkap	Meningkatkan jumlah variasi <i>accessories</i> yang ditawarkan dan juga menambah jumlah <i>stock</i>
	Accessories yang ditawarkan tidak ready stock	
	Kapasitas tempat service (jumlah pit) kurang	Menambah kapasitas tempat service (jumlah pit/stall)
	Tidak ada alternatif pembayaran (hanya tunai)	Menyediakan alternatif pembayaran yang lain, tidak hanya secara tunai saja
	Kurangnya informasi tentang sparepart & accessories yang ditawarkan	Meningkatkan promosi dan menambah <i>event</i>
	Lokasi kurang strategis	
	Mekanik kurang hafal dengan konsumen	Mekanik belajar untuk menghafal konsumen dan membina hubungan dengan konsumen
	Kedekatan antara mekanik dengan konsumen kurang	
	Manajer jarang berinteraksi langsung dengan konsumen	Manajer harus lebih sering berinteraksi dengan konsumen
Pihak perusahaan kurang berusaha untuk membangun hubungan yang baik dengan konsumen	Mempermudah interaksi konsumen dengan perusahaan dengan berusaha untuk membina hubungan yang baik dengan konsumen	
Konsumen sulit berinteraksi dengan pihak perusahaan		
Hasil positif	Waktu operasional bengkel sesuai dengan yang dijanjikan	Semakin mengefektifkan fasilitas yang dimilikinya supaya konsumen tetap puas bahkan lebih puas
	Adanya fasilitas entertainment di ruang tunggu (mis. : TV, koran, majalah)	
	Pelayanan yang diberikan memberikan perasaan senang	

➤ Strategi Peningkatan Nilai + Hubungan

▪ Kepercayaan

✚ Persoalan mengenai jaminan keaslian *sparepart* jika pada peningkatan nilai awal hanya dengan lebih memberikan dan memperjelas lagi jaminan keasliannya maka pada strategi CRM jaminan tidak lagi dibutuhkan akan tetapi tetap menjaga kepercayaanlah yang lebih penting. Sehingga jika perusahaan mempunyai *sparepart* jenis baru konsumen tidak akan bertanya-tanya dan mempermasalahkannya.

✚ Yang kedua adalah permasalahan mengenai mekanik. Jika pada strategi peningkatan nilai adalah dengan lebih mengefektifkan, maka pada strategi CRM mempertahankan kepercayaan lebih penting sehingga jika suatu saat ada pergantian mekanik baru, konsumen tetap percaya dengan kualitas mekanik yang disediakan oleh perusahaan.

▪ Hubungan timbal balik

✚ Yang pertama adalah mengenai *accessories*. Bila pada peningkatan nilai hanya dengan menambah jumlah variasi dan juga menambah persediaan maka pada strategi CRM dapat dilakukan dengan cara konsumen dapat memesan *design* yang diinginkannya (contoh: warna, gambar, dll). Hal ini merupakan hubungan timbal balik yang baik karena konsumen akan merasa lebih diperhatikan dan juga profit perusahaan akan naik. Keuntungan lain bagi perusahaan adalah konsumen bisa merekomendasikan hal ini kepada relasinya yang membuat perusahaan akan mendapatkan konsumen baru.

✚ Peningkatan promosi pada strategi peningkatan nilai dapat ditingkatkan lagi dengan cara yang lain lagi, yaitu lewat cara penyampaian promosi dan membuat *event* yang dapat menarik minat masyarakat.

- Kedekatan
 - ✚ Lebih terbuka terhadap kritik/saran dapat membuat konsumen merasa lebih dekat dengan perusahaan. Hal ini bisa dilakukan dengan banyak cara, misalnya disediakan kotak saran atau pemberian kritik/saran via sms.
 - ✚ Selain itu, interaksi manajer dengan konsumen akan membuat konsumen merasa lebih diperhatikan dan juga lebih dekat dengan perusahaan. Keuntungan lainnya adalah konsumen bisa langsung memberikan masukannya kepada manajer jika ada kritik/saran.
- Komitmen
 - ✚ Perusahaan harus mempertahankan bahkan meningkatkan lagi hal-hal/atribut yang berdasarkan hasil perhitungan kesenjangan mendapatkan hasil positif. Komitmen disini bisa dikatakan untuk pihak perusahaan maupun untuk konsumen. Karena komitmen merupakan orientasi jangka panjang dalam suatu hubungan.

➤ Pembuatan *Entity Relationship Diagram* (ERD)

6.2 Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Saran untuk Berlian Pasteur
 - ✚ Dalam strategi peningkatan nilai yang dilakukan ada beberapa atribut dari kuesioner penelitian yang konsumen anggap penting tapi belum memuaskannya tidak diikutsertakan dalam strategi peningkatan nilai karena adanya keterbatasan terhadap bahasan yang dilakukan. Atribut-atribut tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 6.3
Atribut yang Tidak Diikutsertakan

Atribut
Ruang tunggu bersih
Kursi di ruang tunggu nyaman
Transaksi administrasi dapat dilakukan dengan mudah, cepat, dan tepat
Kerapihan dan kebersihan mekanik
Bagian administrasi melayani dengan ramah dan sopan
Mekanik melayani dengan ramah dan sopan
Konsumen mudah dalam berkomunikasi baik dengan mekanik atau bagian administrasi
Pelayanan tatap muka atau via telepon dilakukan dengan ramah dan sopan

Ada baiknya perusahaan juga memikirkan untuk melakukan peningkatan terhadap atribut-atribut tersebut untuk lebih menyenangkan konsumen.

- ✚ Pemberian *reward* terhadap konsumen. Pemberian *reward* dapat dilakukan, misalnya kepada konsumen yang berhasil merekomendasikan Berlian Pasteur kepada kenalannya atau *reward* untuk konsumen yang telah sejumlah kali melakukan transaksi baik transaksi di *bengkel* maupun di *apparel*. Dengan adanya *reward* pelanggan akan merasa dihargai dan diperhatikan.
- ✚ Pemberian gelar “*Employee of The Month*” kepada karyawan yang dianggap berprestasi. Hal ini akan memicu karyawan untuk bekerja lebih baik. Dengan kinerja yang baik, karyawan akan melayani konsumen dengan baik. Dengan begitu, konsumen pun akan merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya.

2. Saran untuk penelitian lebih lanjut

- ✚ Untuk penelitian lebih lanjut, dapat dilakukan penelitian mengenai strategi pemasaran pesaing atau penelitian mengenai kinerja karyawan.
- ✚ Dalam penyusunan kuesioner penelitian sebaiknya menggunakan kalimat pernyataan yang positif.
- ✚ Penggunaan data konsumen yang sudah lama tidak datang bisa digunakan sebagai bahan analisis. Hal ini bisa dimungkinkan karena nantinya diharapkan sudah ada *database*.