

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian tersebut, maka penulis dapat menyimpulkan beberapa hal yaitu :

1. Atribut yang dianggap penting konsumen dalam memilih susu cair adalah sebagai berikut :
 - Volume (ukuran) bervariasi
 - Bentuk kemasan yang menarik
 - Aroma susu tidak amis
 - Berbagai variasi rasa
 - Merek terkenal
 - Kemasan susu higienis
 - Kandungan susu
 - Manfaat tambahan susu
 - Terdapatnya tanggal kadaluarsa susu pada label
 - Ketersediaan susu
 - Harga terjangkau
 - Label harga pada rak etalase/produk
 - Harga susu sesuai dengan kualitasnya
 - Produk susu diiklankan dimedia elektronik
 - Adanya bonus produk ekstra dalam susu
 - Preferensi orang lain mengenai susu tersebut
 - Mudah diperoleh
 - Mudah dicapai dengan alat transportasi
 - Mudah dilihat dengan jelas dari tepi jalan
 - Pelayanannya ramah dan sopan
 - Pelayanannya sigap dalam memberi informasi
 - Dekorasi interior yang menarik

- Perlengkapan toko mis
 - Penempatan/display produk susu didalam toko menarik
 - Toko bersih
 - Toko aman
 - Toko memiliki tempat parkir yang luas
 - Toko memiliki atmosfer yang membuat betah bertahan lama
 - Mesin otomatis
2. Atribut yang yang dipentingkan untuk meningkatkan pembelian Ultra Milk adalah prioritas utama dan bila perusahaan mempunyai kemampuan waktu, tenaga, dana keuangan yang lebih besar, dapat dilanjutkan dengan perbaikan prioritas berikutnya. Berikut adalah bagian-bagian kuadrannya :
- ⇒ Kuadran 1, atribut yang merupakan prioritas utama yang perlu diperbaiki yaitu : manfaat tambahan susu, ketersediaan susu dan adanya bonus produk ekstra dalam susu.
 - ⇒ Kuadran 2, atribut yang harus dipertahankan yaitu : volume (ukuran) bervariasi, bentuk kemasan yang menarik, adanya berbagai variasi rasa, harga terjangkau, harga susu sesuai dengan kualitasnya dan toko memiliki atmosfer yang membuat betah bertahan lama.
 - ⇒ Kuadran 3, atribut yang merupakan prioritas berikutnya yang diperbaiki yaitu : aroma susu tidak amis, adanya label harga pada rak etalase/produk, dekorasi interior yang menarik, perlengkapan toko mis (platik belanja, keranjang belanja, dsb) dan dalam menjual susu cair siap minum mesin otomatis menjadi bahan pertimbangan saya.
 - ⇒ Kuadran 4, atribut yang dapat diabaikan perusahaan yaitu : merek terkenal, produk susu diiklankan dimedia elektronik (mis: TV), preferensi orang lain mengenai susu tersebut, mudah dicapai dengan alat transportasi, mudah dilihat dengan jelas

dari tepi jalan, pelayanannya ramah dan sopan, pelayanannya sigap dalam memberi informasi, penempatan/display produk susu didalam toko menarik dan toko memiliki tempat parkir yang luas.

3. Gambaran posisi Ultra Milk dibandingkan susu cair pesaing utamanya yaitu :

- ⇒ Gambaran posisi Ultra Milk : kemasan susu higienis, kandungan susu, terdapatnya tanggal kadaluarsa susu pada label, preferensi orang lain mengenai susu tersebut, mudah diperoleh (tersedia diberbagai lokasi), mudah dicapai dengan alat transportasi dan penempatan/display produk susu didalam toko menarik.
- ⇒ Gambaran posisi Frisian Flag : harga terjangkau, mudah dilihat dengan jelas dari tepi jalan, pelayanannya ramah dan sopan, pelayanannya sigap dalam memberi informasi, perlengkapan toko mis (plastik belanja, keranjang belanja, dsb), toko bersih, toko aman, toko memiliki atmosfer yang membuat betah bertahan lama dan dalam menjual susu cair siap minum mesin otomatis menjadi bahan pertimbangan.
- ⇒ Gambaran posisi Indomilk : bentuk kemasan yang menarik, adanya berbagai variasi rasa, manfaat tambahan susu (mis:omega 3 untuk otak), ketersediaan susu, adanya label harga pada rak etalase/produk, harga susu sesuai dengan kualitasnya, adanya bonus produk ekstra dalam susu (mis:beli 1L bonus 50ml), dekorasi interior yang menarik dan toko memiliki tempat parkir yang luas.
- ⇒ Gambaran posisi Netral : volume (ukuran) bervariasi, aroma susu tidak amis, merek terkenal dan produk susu diiklankan dimedia elektronik (mis: TV).

4. Upaya yang harus dilakukan untuk meningkatkan pembelian Ultra Milk berdasarkan analisis gabungan gambaran posisi dengan pesaing utamanya dan tingkat kepentingan adalah sebagai berikut :
 - ❖ Adanya bonus produk ekstra dalam susu (mis:beli 1L bonus 50ml)
Produk ekstra sebaiknya dilakukan apabila harga bahan pokok untuk sementara sedang turun sehingga profit perusahaan naik.
 - ❖ Manfaat tambahan susu (mis:omega 3 untuk otak)
Membuat produk susu *low fat* bagi wanita yang berbadan gemuk dan dapat juga sebaliknya yaitu menambah berat badan untuk konsumen yang kurus.
 - ❖ Ketersediaan susu
Perusahaan melakukan kerjasama dengan pengecer agar distribusi pengecer (khususnya di toko kelontong dengan kemasan 250ml) tidak terjadi kekurangan persediaan
Perusahaan melakukan kerjasama dengan pengecer agar distribusi pengecer (khususnya di toko kelontong dengan kemasan 250ml) tidak terjadi kekurangan persediaan.
 - ❖ Dekorasi interior yang menarik
Perusahaan bekerjasama dengan pengecer toko kelontong untuk memastikan dekorasi pada toko kelontong tersebut menarik. Contohnya yaitu dekorasi interior pengecer toko kelontong sesuai dengan hari raya besar contoh : ketupat pada hari raya Idul Fitri, dan lain sebagainya.
 - ❖ Dalam menjual susu cair siap minum mesin otomatis menjadi bahan pertimbangan.
Perusahaan Ultrajaya disarankan untuk menggunakan mesin otomatis yang ditempatkan dilokasi-lokasi tertentu yang posisinya cukup strategis.

- ❖ Adanya label harga pada rak etalase/produk
Perusahaan bekerjasama dengan pengecer merancang label harga dengan penggunaan warna yang berbeda sehingga konsumen tidak salah dalam melihat label harga susu cair Ultra Milk.
- ❖ Perlengkapan toko mis (plastik belanja, keranjang belanja, dsb)
Perusahaan harus memastikan bahwa produk susu cair yang ditawarkan kepada konsumen oleh pengecer toko kelontong memiliki perlengkapan toko yang lengkap sehingga kenyamanan konsumen dalam berbelanja susu cair dengan kuantitas yang banyak tetap terjaga dengan adanya plastik dan keranjang belanja yang disediakan oleh pengecer.
- ❖ Aroma susu tidak amis
Mencampurkannya dengan elemen lain yang membuat produk susu cair tidak berbau amis namun tetap terjaga kandungan gizi beserta kesegarannya.

6.2 Saran

Berikut adalah beberapa saran yang diberikan oleh penulis untuk penelitian lebih lanjut :

1. Karena harga produk susu cair belum dapat dijawab secara teliti maka perlu dilakukan obyek penelitian lagi mengenai hubungan antara pendapatan tiap bulan konsumen susu cair dengan harga produk susu cair.
2. Sebaiknya Perusahaan Ultrajaya disarankan untuk mempertahankan kelebihan-kelebihan yang sudah dimiliki dan secepatnya memperbaiki kekurangannya dibandingkan dengan pesaing sejenisnya dan terus memperhatikan prioritas yang signifikan bagi konsumen.