

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengumpulan data, pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, adapun kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan metode *Importance-Performance Analysis* diketahui bahwa pelanggan merasa puas untuk beberapa variabel penelitian. Adapun beberapa variabel penelitian yang masih perlu untuk ditingkatkan lagi kinerjanya adalah variabel-variabel penelitian yang terdapat dalam kuadran II; variabel penelitian tersebut antara lain adalah sebagai berikut:
 - Keberagaman produk sandal pria
 - Ketersediaan model sandal pria yang mengikuti selera pasar
 - Keberagaman produk sepatu wanita yang dijual
 - Ketersediaan produk sepatu wanita saat dibutuhkan
 - Ketersediaan model sepatu wanita yang mengikuti selera pasar
 - Adanya diskon untuk kuantitas tertentu
 - Kecepatan dalam melayani pelanggan
 - Pengetahuan pelayan toko terhadap produk yang tersedia
 - Adanya sistem pembayaran dengan kredit
 - Adanya sistem titip jual
 - Ketersediaan nama toko yang jelas

2. Berikut adalah kesimpulan dari *Segmentation, Targeting* dan *Positioning*:
 - *Segmentation*
 - Produk dijual kembali ke: toko eceran, usaha sejenis, lainnya.
 - Domisili: Bandung Barat, Bandung Timur, Bandung Utara, Bandung Selatan, lainnya.

- Pembelian: pembelian partai besar (> 5dus), pembelian partai kecil (1 – 5 dus).
 - Frekuensi pembelian dalam sebulan: 1-4 kali, 5-8 kali, 9-12 kali, 13-16 kali, > 16 kali.
 - Pelanggan: pelanggan yang peka terhadap teknologi, pelanggan yang tidak peka terhadap teknologi.
 - Pelayanan: pelanggan yang mementingkan pelayanan, pelanggan yang tidak mementingkan pelayanan.
 - Prioritas pelanggan: kualitas, harga, pelayanan
 - Kebutuhan: pelanggan yang memerlukan barang dalam waktu singkat, pelanggan yang tidak memerlukan barang dalam waktu yang singkat.
 - Karakteristik: pelanggan setia, pelanggan tidak setia.
- **Targeting;**

Berdasarkan jawaban responden yang memiliki proporsi jawaban terbesar dan wawancara, target pasar dari P.D TjiaSoeLiang adalah toko eceran yang membeli secara grosir kepada P.D TjiaSoeLiang, berdomisili di daerah Bandung Selatan dan membeli produk dalam partai kecil dengan kisaran 1 sampai 5 dus dengan frekuensi pembelian 5 sampai 8 kali sebulan. Karakteristik pelanggannya adalah pelanggan yang tidak dipengaruhi oleh teknologi dan mementingkan pelayanan serta harga, tidak memerlukan barang dalam keadaan mendesak untuk langsung dijual kembali, dan memiliki kesetiaan.
 - **Positioning:**
 - **Positioning lama:**

P.D TjiaSoeLiang memposisikan usahanya sebagai toko yang menjual produk grosir maupun eceran dengan harga yang murah.
 - **Positioning baru:**

P.D TjiaSoeLiang memposisikan usahanya sebagai toko grosir yang menjual produk sepatu dan sandal baik pria maupun wanita yang bervariasi, berkualitas (bahan dan jahitan kuat serta tahan

lama), serta harga yang kompetitif dan pelayanan yang ramah. Dengan *Positioning statemen* yang diusulkan “*kapanpun dan dimanapun produk sepatu dan sandal dengan kualitas baik, variatif, murah, serta pelayanan yang memuaskan dari TSL*”. Contoh Plang nama toko usulan bisa dilihat pada Gambar: 5.14.

3. Faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh P.D TjiaSoeLiang adalah sebagai berikut:

Tabel 6.1

Tabel Rangkuman SWOT

Strength (S)	Weakness (W)
Kualitas dari produk sepatu pria yang dijual	Keberagaman produk sandal pria yang dijual
Kualitas dari produk sandal pria yang dijual	Ketersediaan model sandal pria yang mengikuti selera pasar
Ketersediaan produk sepatu pria saat dibutuhkan	Keberagaman produk sepatu wanita yang dijual
Ketersediaan produk sandal pria saat dibutuhkan	Ketersediaan produk sepatu wanita saat dibutuhkan
Keberagaman produk sandal wanita yang dijual	Ketersediaan model sepatu wanita yang mengikuti selera pasar
Kualitas dari produk sepatu wanita yang dijual	Adanya Diskon untuk kuantitas tertentu
Kualitas dari produk sandal wanita yang dijual	Kecepatan dalam melayani pelanggan
Ketersediaan produk sandal wanita saat dibutuhkan	Pengetahuan pelayan toko terhadap produk yang tersedia
Ketersediaan model sandal wanita yang mengikuti selera pasar	Adanya sistem pembayaran dengan kredit
Kesesuaian harga sepatu pria dengan kualitas	Adanya sistem titip jual
Kesesuaian harga sandal pria dengan kualitas	Ketersediaan nama toko yang jelas
Kesesuaian harga sepatu pria dengan jumlah yang dibeli	
Kesesuaian harga sandal pria dengan jumlah yang dibeli	
Kesesuaian harga sepatu wanita dengan kualitas	
Kesesuaian harga sandal wanita dengan kualitas	
Kesesuaian harga sepatu wanita dengan jumlah yang dibeli	
Kesesuaian harga sandal wanita dengan jumlah yang dibeli	
Keramahan pelayan toko	
Sistem pemesanan yang fleksibel (mis: telepon 24jam)	
Ketepatan kasir dalam menghitung uang	
Kondisi penerangan toko yang memadai	
Opportunities (O)	Threat (T)
Perekonomian Indonesia yang membaik	Banyak produk murah (Produk Bogor)
Penurunan angka kemiskinan	Terjadinya Inflasi
Pertumbuhan penduduk	Bertambahnya pesaing
Banyak pesaing yang mementingkan margin keuntungan	Pasar Baru direnovasi lagi
	Kemampuan negosiasi pembeli
	BBM naik

4. Strategi usulan yang diberikan antara lain:

- *Product:*
 - Menjaga kualitas produk yang dijual; dengan cara teliti memilih *supplier*.

- Menambah variasi produk sandal pria dan sepatu wanita; dengan cara melakukan riset pasar serta terbuka untuk menerima masukan dari pelanggan.
- *Price:*
 - Menaikan margin keuntungan; dengan menaikan harga jual dan ataupun meminimalkan biaya operasional umum yang tidak perlu.
- *Place:*
 - Membuka cabang; dengan tujuan untuk memperluas pangsa pasar yang lebih besar lagi.
- *People:*
 - Pelatihan karyawan; karyawan sebelum bekerja diadakan semacam *briefing*.
- *Promotion:*
 - *Advertising:* dilakukan dengan cara seperti lewat radio, *Yellow Pages*, stiker, kantong plastik, kartu nama, dan jam dinding yang didalamnya terdapat lokasi, telepon, dan *positioning statement*.
 - *Telemarketing;* penawaran dan penjualan dilakukan lewat telepon.
 - Program *Referral;* pelanggan akan mendapatkan potongan harga jika berhasil memperkenalkan pelanggan baru ke P.D TjiaSoeLiang.
 - *Joint Venture;* menjadikan pesaing sebagai teman.
- *Process:*
 - Memperkerjakan *sales;* penjualan tidak terbatas didalam toko saja.
 - Memperbesar pembelian per konsumen; dengan cara melakukan penawaran yang menarik.
 - Persyaratan kredit dipermudah;
 - Persyaratan sistem titp jual dipermudah;
 - Menjaga dan meningkatkan kepuasan dari harga, kualitas, dan pelayanan; dengan cara usulan ataupun strategi pemasaran yang dilakukan selalu bisa diuji dan terukur efektifitas dan efisiensinya.
 - Menambah akses pemesanan yang lebih mudah bagi pelanggan;

- *Physical Evidence:*
 - Memasang plang nama toko; plang nama toko dipasang dengan semenarik mungkin serta terdapat *positioning statement* di tempat yang mudah terlihat.

6.2 Saran

- Untuk usulan membuka cabang, perlu dilakukan penelitian, terutama di bagian pemasaran, administrasi, perencanaan gudang yang lebih khusus untuk melihat kelayakan proyek tersebut jika memang ingin membuka cabang di luar kota.
- Disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan coba untuk mempertimbangkan pesaing, meskipun peluang diferensiasi yang ada hanya sedikit, sehingga mungkin dapat lebih mengoptimalkan lagi kepuasan pelanggannya.
- Disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan coba untuk memperhatikan pelanggan (toko eceran) mana yang paling mempengaruhi terhadap terjadinya penurunan penjualan.