

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Dari hasil penyebaran kuesioner pada para responden di komplek Rama ini didapat hasil bahwa yang menjadi target pasar toko Foet ialah wanita berumur 41-50 tahun dengan profesi ibu Rumah Tangga dengan penghasilan dalam keluarga berkisaran antara 2 – 4 juta rupiah/bulan.

2. Toko Foet memiliki kelebihan dibandingkan dengan para pesaing untuk beberapa variabel. Toko Foet juga memiliki kekurangan dibandingkan dengan toko para pesaing. Yaitu :

Kelebihan Toko Foet

Kelebihan yang dimiliki oleh toko Foet dibandingkan dengan pesaing lainnya yaitu :

- Kelengkapan variasi produk
- Ketersediaan produk
- Masa kadaluarsa produk yang baik
- Kualitas produk yang dijual
- Dekatnya lokasi toko dengan konsumen
- Adanya tempat parkir
- Penerangan di dalam toko cukup baik
- Keramahan pelayan toko pada konsumen
- Kesiapan pelayan toko untuk membantu konsumen
- Pelayan toko tanggap pada keluhan setiap konsumen
- Proses pembayaran dilakukan dengan cepat dan tepat
- Temperatur suhu di dalam toko sudah cukup baik
- Lokasi toko berada di pinggir jalan raya

Kekurangan Toko Foet

Kekurangan yang dimiliki oleh toko Foet dibandingkan dengan pesaing lainnya yaitu :

- Harga produk yang mahal
- Harga yang tidak bersaing (lebih mahal)
- Tidak adanya promo barang yang akan didiskon
- Kebersihan di dalam toko yang kotor
- Kemasan produk tidak bersih
- Harga barang tidak mudah untuk ditawar
- Tata letak barang yang tertata tidak rapi
- Jumlah pelayan toko hanya seorang
- Tidak adanya penyediaan jasa antar air galon dan gas
- Tidak adanya diskon jika membeli banyak
- Harga tidak ditetapkan dengan label harga
- Tidak ada jalur transportasi menuju toko
- Proses pembayaran tidak flexibel (tidak bisa kartu kredit)

3. Hal-hal utama yang membedakan toko Foet dibandingkan dengan para pesaing lainnya yaitu :

- Kelengkapan variasi produk
- Keramahan pelayan toko pada konsumen

4. Usulan positioning bagi toko Foet ialah dengan memberikan slogan "Lengkap barangnya, ramah pelayanannya, dan nyaman tokonya". Dengan adanya slogan ini dapat membuat para konsumen mudah mengingat toko Foet sebagai toko yang memiliki barang dagangan yang paling lengkap, dengan pelayanan di dalam toko yang ramah, dan kondisi di dalam toko yang nyaman.

5. Strategi bauran pemasaran 7P yang digunakan ialah :

Prioritas perbaikan 1 :

- Harga produk yang murah.
- Harga yang sudah ditetapkan dengan label harga.
- Harga yang bersaing.
- Adanya promo barang yang akan didiskon.
- Kebersihan toko.
- Tata letak barang yang tertata dengan rapi.

Prioritas perbaikan 2 :

- Kebersihan kemasan produk.
- Adanya diskon jika membeli banyak.
- Adanya jalur transportasi menuju toko.
- Temperatur suhu di dalam toko.
- Penyediaan jasa antar air dan galon.
- Kemudahan proses pembayaran.

Prioritas perbaikan 3 :

- Tidak ada prioritas perbaikan 3

Prioritas perbaikan 4 :

- Masa kadaluarsa produk.
- Penerangan di dalam toko.

Prioritas perbaikan 5 :

- Kemudahan menawar harga.
- Lokasi toko di pinggir jalan raya.

Prioritas perbaikan 6 :

- Kelengkapan variasi produk.
- Ketersediaan produk.
- Kualitas produk yang dijual.
- Dekatnya lokasi toko dengan konsumen.
- Adanya tempat parkir.
- Keramahan pelayan toko pada konsumen.
- Kesiapan pelayan toko untuk membantu konsumen.
- Pelayan toko tanggap pada keluhan konsumen.
- Proses pembayaran dilakukan dengan cepat dan tepat.

Hal-hal yang tidak perlu diperbaiki :

- Toko berada di tempat keramaian.
- Musik di dalam toko.
- Jumlah pelayan toko banyak.

6.2 Saran

- Perlu dilakukan adanya penelitian yang lebih lanjut untuk melakukan perancangan *layout* di dalam toko Foet, agar para konsumen yang berbelanja di dalam toko ini merasa nyaman.
- Dari penelitian ditemukan bahwa jumlah konsumen kebanyakan memilih warung sebagai tempat berbelanja kebutuhan sehari-hari dibandingkan dengan minimarket, jadi diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai perilaku berbelanja konsumen di kompleks Rama ini.