

## BAB 6

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi Garucci Shoes

- *Strengths*

1	Kualitas produk yang ditawarkan
2	Kebersihan produk saat dipajang
3	Kerapihan produk saat dipajang
4	Banyaknya variasi produk yang dipajang (model)
5	Produk yang tersedia di katalog selalu ada
6	Adanya produk dengan model berbeda tiap minggu
7	Label harga tercantum pada produk
8	Harga produk lebih murah dibandingkan kompetitor
9	Kesesuaian harga dengan kualitas produk
10	Kemudahan menemukan lokasi (ada plang)
11	Papan nama toko yang menarik
12	Papan nama toko yang jelas
13	Lokasi dilalui oleh angkutan kota
14	Terletak pada jalan utama
15	Terletak di pertokoan
16	Keasrian di dalam toko (terdapat tanaman pot)
17	Adanya iklan di papan billboard
18	Adanya iklan di media elektronik
19	Adanya iklan di media cetak
20	Pembagian brosur secara langsung
21	Adanya pemberitahuan akan adanya event
22	Adanya diskon pada hari-hari tertentu
23	Adanya diskon khusus member
24	Adanya voucher untuk pembelian dg nominal tertentu

25	Adanya undian berhadiah yang diundi tiap bulan
26	Penampilan pelayan toko (adanya seragam)
27	Keramahan karyawan toko
28	Kesopanan karyawan toko
29	Kecepatan pelayanan (coba nomor lain)
30	Jumlah karyawan dalam toko
31	Pengetahuan karyawan akan produk
32	Jumlah kasir memadai (antrian tidak terlalu panjang)
33	Proses pembayaran yang cepat
34	Ketepatan jam operasional toko
35	Pilihan proses pembayaran (kredit card, debit)
36	Kebersihan toko
37	Kerapihan toko
38	Dekorasi toko pada event tertentu (lebaran, natal)
39	Penerangan ruangan yang memadai
40	Terdapat tempat penitipan barang
41	Terdapat petugas keamanan (satpam)
42	Terdapat tempat parkir yang memadai
43	Terdapat AC
44	Terdapat WC
45	Terdapat hiburan saat berbelanja (lagu)
46	Disediakannya kursi bagi pengunjung
47	Jumlah etalase
48	Luas gang antar etalase

- *Weaknesses*

1. Banyaknya variasi produk yang dipajang (warna)
2. Penukaran barang dalam batas waktu tertentu

- *Opportunities:*

1. Gaya hidup masyarakat yang semakin konsumtif
2. Lemahnya kekuatan tawar menawar pemasok
3. Penyebaran penduduk yang tidak merata
4. Pertumbuhan penduduk yang pesat

- **Threats**
  1. Pertumbuhan ekonomi yang tidak stabil
  2. Kekuatan tawar-menawar pembeli
  3. Adanya barang substitusi
  4. Ancaman pendatang potensial
  5. Pesaing dengan harga dan kualitas yang sama
  6. Kenaikan harga barang,
  7. Kenaikan harga bahan baku
  8. Kenaikan harga bahan penunjang (BBM)
- 2. Tingkat kepuasan konsumen di toko Garucci shoes dilihat dari matriks IPA:  
Berdasarkan kuesioner penelitian yang telah dilakukan, rata-rata tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja Garucci tinggi meskipun ada beberapa faktor tidak memuaskan konsumen. Faktor-faktor yang membuat konsumen tidak puas terletak pada kuadran I pada metode IPA yaitu:
  - a. Label harga tercantum pada produk
  - b. Papan nama toko yang menarik
  - c. Jumlah karyawan dalam toko
- 3. Segmentasi, *targeting*, dan *positioning* Garucci shoes:
  - a. Segmentasi:
    - Jenis kelamin: pria dan wanita
    - Usia: < 17 th, 17 - 24 th, 25 - 34 th, 35 – 50 th, dan > 50 th
    - Pekerjaan: pelajar/mahasiswa, P. Negeri, P. swasta, wiraswasta, ibu rumah tangga dan lainnya.
    - Uang saku per bulan: <Rp. 200.000, Rp. 200.000 - Rp. 5.000.000, Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000, dan >Rp. 1 juta,
    - Tingkat penghasilan per bulan: <Rp. 800.000, Rp. 800.001 - Rp. 2.000.000, Rp. 2.000.001 - Rp. 5.000.000, dan > Rp. 5.000.000.
  - b. *Targeting*:  
Berdasarkan responden terbanyak, maka target konsumen adalah pria dan wanita berusia 25-34 tahun yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta dengan penghasilan Rp. 2.000.001 - Rp. 5.000.000 per bulan. Akan

tetapi dengan pertimbangan usia dari hasil wawancara, maka *targeting* usulan yang diberikan yaitu segmen usia >20 tahun, dengan pekerjaan sebagai pegawai dan ibu rumah tangga.

c. *Positioning*:

*Positioning* awal: toko sepatu yang memiliki produk dengan beragam jenis, model, dan warna.

*Positioning* usulan: sebagai toko sepatu yang memiliki kualitas (jenis kulit berkualitas dan awet), keunikan tersendiri yang membedakan produknya dibandingkan di toko sepatu lainnya (model yang tidak pasaran, *custom hand-made* dari para pengrajin di sekitar Cibaduyut) namun dengan harga yang cukup bersaing.

4. Strategi-strategi pemasaran yang dapat diterapkan dan dikembangkan Garucci:

***Product***

- Meningkatkan kualitas produk
- Menjaga kebersihan dan kerapihan produk saat dipajang
- Menambah variasi model
- Menambah variasi warna yang dipajang

***Price***

- Mencantumkan harga pada produk
- Menjaga harga yang lebih murah dibandingkan dengan kompetitor

***Place***

- Meningkatkan kemudahan dalam menemukan lokasi
- Papan nama toko yang menarik

***People***

- Menjaga penampilan pelayan toko
- Mempercepat pelayanan dengan menambah jumlah karyawan

***Process***

- Menambah jam operasional pada *weekend*
- Menambah jangka waktu penukaran barang dan ada notanya

***Promotion***

- Adanya pemberitahuan akan adanya diskon pada hari-hari tertentu

***Physical Evidence***

- Meningkatkan kerapihan toko
- Menjaga fasilitas toko

**6.2 Saran**

- Saran untuk Perusahaan:

Sebaiknya Garucci mempertimbangkan usulan dari hasil penelitian ini untuk lebih meningkatkan minat konsumennya sehingga dapat meningkatkan penjualan dengan merekrut desainer di luar pengrajin Cibaduyut agar modelnya lebih bervariasi dan mempertimbangkan apakah produk *hand-made* selalu lebih baik.

- Saran untuk Penelitian Lebih Lanjut:

Adanya penelitian mengenai persaingan toko sepatu di sepanjang Jl.Cibaduyut Bandung karena daerah tersebut merupakan pusat pengrajin sepatu kulit di Bandung.