

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen Corniche adalah sebagai berikut :
 - Harga yang ditawarkan
 - Model produk yang ditawarkan memiliki ciri khas
 - Model produk mengikuti tren mode yang sedang berlangsung saat ini.
 - Terdapat model yang baru setiap bulannya.
 - Produk memiliki warna yang beragam.
 - Produk memiliki ukuran yang bervariasi.
 - Jenis produk yang ditawarkan bervariasi.
 - Bahan yang digunakan nyaman.
 - Pola pakaian nyaman.
 - Produk tidak mudah rusak.
 - Penataan barang di dalam counter penjualan.
 - Sales promotion di dalam tempat penjualan.
 - Produk dijual di *department store*.
 - Pemberian souvenir setelah melakukan pembelian.
 - Terdapat hotline untuk menyalurkan keluhan.

2. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pendapat dari konsumen Corniche adalah sebagai berikut :

Variabel Corniche yang memiliki kinerja produk yang baik adalah :

 - Harga yang ditawarkan
 - Model produk yang ditawarkan memiliki ciri khas
 - Model produk mengikuti tren mode yang sedang berlangsung saat ini.
 - Terdapat model yang baru setiap bulannya.
 - Produk memiliki warna yang beragam.

- Produk memiliki ukuran yang bervariasi.
- Jenis produk yang ditawarkan bervariasi.
- Bahan yang digunakan nyaman.
- Pola pakaian nyaman.
- Produk tidak mudah rusak.
- Penataan barang di dalam counter penjualan.
- Sales promotion di dalam tempat penjualan.

Variabel Corniche yang memiliki kinerja produk yang kurang baik adalah :

- Produk dijual di toko khusus secara eksklusif.
- Promosi dilakukan melalui surat kabar.
- Promosi dilakukan melalui majalah.
- Promosi dilakukan melalui katalog gratis secara berkala.
- Promosi dilakukan melalui media internet.
- Pemberian souvenir setelah melakukan pembelian.
- Terdapat hotline untuk menyalurkan keluhan.

3. *Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threat* PT Octa Putra Jaya adalah sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa *strength* yang dimiliki oleh PT Octa Putra Jaya adalah sebagai berikut :
 - Suasana kekeluargaan antar karyawan PT Octa Putra Jaya
 - Kemampuan melihat trend luar negeri dengan penyesuaian local.
 - PT Octa Putra Jaya memiliki tenaga kerja produksi yang berkualitas.
 - PT Octa Putra Jaya memiliki posisi tawar yang lebih besar dibandingkan dengan dengan supplier.
 - Sistem Informasi Manajemen PT Octa Putra Jaya dapat menyediakan data secara cepat dan akurat.
 - PT Octa Putra Jaya memiliki jaringan distribusi dari Jawa, Kalimantan, Sumatera dan Bali.
 - Produk Corniche memiliki kualitas yang baik di dalam konsumen Corniche.

- Harga yang ditawarkan oleh Corniche sudah baik bagi konsumen.
 - Produk Corniche dijual di department store.
- b. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa *weakness* yang dimiliki oleh PT Octa Putra Jaya adalah sebagai berikut :
- Promosi yang dilakukan Corniche kurang baik.
 - PT Octa Putra Jaya memiliki posisi tawar yang lebih kecil dibandingkan department store.
 - PT Octa Putra Jaya jarang melakukan riset pemasaran.
 - Corniche tidak memiliki toko secara eksklusif.
- c. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa *opportunity* yang dimiliki oleh PT Octa Putra Jaya adalah sebagai berikut :
- Industri garmen sulit dimasuki oleh pengusaha baru karena dibutuhkan modal yang besar.
 - Posisi Bandung sebagai kota mode dan wisata.
 - Jumlah penduduk yang banyak dan memiliki dana yang cukup untuk membeli pakaian.
 - Supplier Corniche memasok bahan yang berkualitas dan bisa dikembalikan jika berkualitas buruk.
 - Hubungan yang baik dengan pihak departemen store.
 - Sistem konsinyasi yang dipakai oleh Corniche.
- d. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa *threat* yang dimiliki oleh PT Octa Putra Jaya adalah sebagai berikut :
- Terdapat merek pakaian wanita di dalam segmen yang sama dari luar negeri.
 - Terdapat merek pakaian wanita di dalam segmen yang sama dari dalam negeri.
 - Perubahan perilaku pembelian dari departemen store menjadi ke factory outlet.
 - Produk buatan departemen store yang ada di lokasi penjualan.

4. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui strategi yang cocok untuk PT Octa Putra Jaya adalah pengembangan produk Corniche, yang berisi strategi-strategi berikut :

- Memperkuat image Corniche di benak konsumennya.
- Mengembangkan pasar di Kalimantan dan Sumatera
- Membangun butik Corniche
- Memberikan diskon dan promo pada periode tertentu
- Melakukan promosi secara intensif untuk Corniche
- Melakukan evaluasi pemasaran secara rutin

6.2 Saran

Berikut adalah saran yang bisa diberikan kepada PT Octa Putra Jaya :

- Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan variable 7P
- Seragam SPG di dalam lokasi penjualan dibuat lebih menarik lagi.
- Penyebaran kuesioner lebih mudah dilakukan di cabang Yogya Kepatihan karena pengunjungnya lebih banyak.