BAB 6
KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, serta saran perbaikan yang dapat diberikan oleh penulis kepada pihak tempat penelitian dalam memecahkan masalah yang sedang dihadapi.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih Toko Plastik berdasarkan tingkat kepentingannya adalah:

Tabel 6.1
Tabel atribut dan tingkat kepentingan

No	Atribut	% Kepentingan
1	Kelengkapan produk plastik	**89.4%**
2	Kualitas produk plastik	**90.4%**
3	Harga yang rendah	**94%**
4	Kejelasan nota pembelian	**86.8%**
5	Potongan harga (diskon)	**90.4%**
6	Pembayaran dapat dicicil	**79.8%**
7	Lokasi toko plastik yang strategis	**90.8%**
8	Adanya papan merk toko di pinggir jalan	**86%**
9	Ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen	**91.6%**
10	Jumlah karyawan yang memadai	**88.4%**
11	Keramahan karyawan	**90.6%**
12	Persediaan barang yang cukup (*ready stock*)	**92%**
13	Kecepatan pelayanan pembelian	**91.6%**
14	Ketepatan dalam perhitungan harga	**90%**
15	Kecepatan dalam perhitungan harga	**88.2%**
16	Adanya pengantaran barang	**86.4%**

2. Persepsi konsumen terhadap persaingan Toko Mulia Plastik dengan Toko Plastik Sinar Abadi sebagai pesaing utamanya pada peta posisi *Correspondence Analysis* (*CA*) berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih Toko Plastik adalah sebagai berikut:

   Keunggulan Toko Mulia Plastik dibandingkan Sinar Abadi:

   - Kelengkapan produk plastik. (tingkat kepuasan 88%)
   - Harga yang rendah. (tingkat kepuasan 88.8%)
   - Kejelasan nota pembelian. (tingkat kepuasan 93%)
   - Potongan harga. (tingkat kepuasan 89.8%)
   - Ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen. (91.6%)
   - Keramahan karyawan. (tingkat kepuasan 90.6%)
   - Kecepatan pelayanan pembelian. (tingkat kepuasan 92%)

   Kelemahan Toko Mulia Plastik dibandingkan Sinar Abadi:

   - Kualitas produk plastik (tingkat kepentingan 90.4%)
   - Pembayaran dapat dicicil (tingkat kepentingan 79.8%)
   - Adanya papan merk di pinggir jalan (tingkat kepentingan 86%)
   - Jumlah karyawan yang memadai (tingkat kepentingan 88.4%)
   - Persediaan barang yang cukup (tingkat kepentingan 92%)
   - Adanya pengantaran barang (tingkat kepentingan 86.4%)

3. *Segmentation, targeting,* serta *positioning* pada Toko Mulia Plastik adalah :

   • **Profil responden untuk kebutuhan *Segmentation* berdasarkan pada :**

   ❖ Jenis Kelamin : • Pria
   • Wanita

   ❖ Usia : • 15 tahun - 25 tahun
   • 26 tahun - 35 tahun
   • 36 tahun - 45 tahun
   • Diatas 45 tahun

- Pekerjaan : • Pedagang sayur/makanan
  • Ibu Rumah Tangga
  • Pegawai Swasta
  • Pegawai Negeri
  • Wiraswasta
- Penghasilan bersih : • Dibawah 1 juta
  • 1 juta <Penghasilan ≤ 2 juta
  • 2 juta <Penghasilan ≤ 3 juta
  • Diatas 3 juta
- Tempat tinggal : - Bogor Utara
  - Bogor Selatan
  - Bogor Barat
  - Bogor Timur
  - Luar kota Bogor

• Targeting

Penetapan pasar sasaran (*Targeting*) merupakan proses penetapan segmen pasar mana yang akan dibidik. Berdasarkan data yang diperoleh pasar sasaran (*Targeting*) dari Toko Mulia Plastik adalah orang yang berusia di atas 45 tahun, dengan pekerjaan sebagai pedagang. Kelas yang dapat diraih adalah dengan penghasilan per bulan sebesar 1 juta rupiah <Penghasilan ≤ 2 juta rupiah. Lokasi tempat tinggal dari konsumen Mulia Plastik berasal dari kawasan Bogor Timur, hal ini sesuai dengan posisi Toko Mulia Plastik sendiri yang berada di kawasan Bogor Timur.

• Positioning

Penetapan posisi pasar (*Positioning)* merupakan langkah yang ditempuh untuk melakukan sesuatu berdasarkan pikiran pelanggan. Mengingat target pasar dari Toko Mulia Plastik adalah pedagang dengan penghasilan per bulan sebesar 1

juta rupiah <Penghasilan ≤ 2 juta rupiah. Untuk itu Toko Mulia Plastik harus memposisikan dirinya sebagai toko yang mengutamakan kualitas produk dengan harga rendah serta memberikan pelayanan yang ramah, tanggap, dan cepat terhadap konsumen.

4. Upaya-upaya yang perlu dilakukan untuk dapat meningkatkan daya saing Toko Mulia Plastik dilihat dari metode *Corespondence Analysis (CA)* dalam hal kelemahan yang dimiliki, maka perlu dilakukan upaya perbaikan sebagai berikut :

- Memilih produk plastik dari *supplier* yang berkualitas cukup baik sesuai keinginan konsumen namun dengan harga yang relatif rendah dibandingkan dengan Toko Sinar Abadi.
- Menawarkan pembayaran yang dapat dicicil untuk para pelanggan.
- Memasang papan merk toko di pinggir jalan (atribut 8)
- Menambah jumlah karyawan dan menyediakan jasa pengantaran barang untuk daerah Bogor. (atribut 10 dan atribut 16)
- Memperhatikan persediaan barang (atribut 12)

6.2 Saran

Adapun beberapa saran yang diajukan untuk penelitian lebih lanjut adalah sebagai berikut:

- Adanya analisis SWOT sehingga dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, dan peluang serta ancaman yang ada.
- Adanya analisis besarnya gudang sehingga berpengaruh terhadap persediaan barang.