

## BAB 6

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

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

1. Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan toko ritel dalam memilih distributor :

Tabel 6.1  
Variabel Penting (persepsi toko)


No	Variabel Penting
1	Kondisi produk ban yang prima
2	Ketersediaan variasi tipe ban
3	Ketersediaan variasi ukuran ban
4	Kerapihan <i>Packaging</i> ban
5	Stok ban yang selalu tersedia
6	Kesesuaian harga ban dengan kualitasnya
7	Lokasi gudang yang terletak di daerah kota
8	Diskon-diskon khusus yang diberikan
9	Pemberian souvenir dalam pembelian jumlah tertentu
10	Variasi souvenir yang diberikan (payung, topi, kalender, dll)
11	Intensitas diadakannya promo-promo khusus
12	Keramahan salesman dalam berbicara
13	Kemahiran salesman dalam menjelaskan produknya (terlatih)
14	Kecepatan kasir di kantor dalam melayani proses transaksi
15	Fasilitas pemesanan lewat telepon
16	Kemudahan proses pemesanan lewat telepon
17	Line telepon yang selalu <i>ready</i>
18	Kemudahan proses transaksi dan pembayaran
19	Kecepatan waktu pengiriman barang
20	Ketepatan pengiriman pesanan ban
21	Alternatif pilihan cara pembayaran (cash, transfer rek., dll)
22	Fasilitas cicilan pembayaran
23	Ketersediaan alat transportasi produk yang memadai
24	Terdapat petugas keamanan (satpam)

2. Faktor yang menjadi kelemahan dari CV. Santosa jika dibandingkan dengan para pesaingnya :

Tabel 6.2  
Kelemahan CV. Santosa dibanding pesaing

No	Variabel Kelemahan
1	Kerapihan <i>Packaging</i> ban
2	Ketersediaan ban tipe racing/modifikasi
3	Kemudahan proses pemesanan lewat telepon
4	Fasilitas cicilan pembayaran
5	Ketersediaan variasi ukuran ban
6	Kebersihan ban saat dikirim
7	Diskon-diskon khusus yang diberikan
8	Kelengkapan informasi pada brosur/catalog
9	Intensitas diadakannya promo-promo khusus
10	Kecepatan kasir di kantor dalam melayani proses transaksi
11	Line telepon yang selalu <i>ready</i>
12	Akses pemesanan lewat internet( <i>website</i> )

 Kelemahan CV. Santosa dibanding CV. Abadi Baru

 Kelemahan CV. Santosa dibanding PT. GSM

3. Faktor-faktor yang menurut toko ritel sudah merasa puas dan tidak puas terhadap terhadap pelayanan dari distributor CV. Santosa :

Tabel 6.3  
Faktor Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen (toko ban)

No	Variabel Puas	Variabel Tidak Puas
1	Kondisi produk ban yang prima	Kerapihan <i>Packaging</i> ban
2	Ketersediaan variasi tipe ban	Harga ban yang standar dengan distributor lain
3	Ketersediaan variasi ukuran ban	Diskon-diskon khusus yang diberikan
4	Stok ban yang selalu tersedia	Kelengkapan informasi pada brosur/catalog
5	Kesesuaian harga ban dengan kualitasnya	Intensitas diadakannya promo-promo khusus
6	Lokasi gudang yang terletak di daerah kota	Kerapihan penampilan dari salesman
7	Pemberian souvenir dalam pembelian jumlah tertentu	Kemahiran salesman dalam menjelaskan produknya(terlatih)
8	Variasi souvenir yang diberikan(payung,topi,kalender,dll)	Kecepatan kasir di kantor dalam melayani proses transaksi
9	Keramahan salesman dalam berbicara	Line telepon yang selalu <i>ready</i>
10	Kerapihan seragam pegawai kantor	Fasilitas cicilan pembayaran
11	Fasilitas pemesanan lewat telepon	Ketersediaan fasilitas penunjang di ruang tamu(sofa,AC)
12	Kemudahan proses pemesanan lewat telepon	Ketersediaan fasilitas hiburan di ruang tamu(TV, musik)
13	Kemudahan proses transaksi dan pembayaran	
14	Kecepatan waktu pengiriman barang	
15	Ketepatan pengiriman pesanan ban	
16	Alternatif pilihan cara pembayaran(cash, transfer rek., dll.)	
17	Kenyamanan suasana kantor	
18	Ketersediaan alat transportasi produk yang memadai	
19	Terdapat tempat parkir yang memadai	
20	Terdapat petugas keamanan(satpam)	

4. Upaya (strategi) yang dapat diusulkan untuk digunakan oleh distributor CV. Santosa untuk memenuhi target penjualan dan memenangkan persaingan :

Tabel 6.4  
Usulan Strategi-strategi Bersaing CV. Santosa

No	Marketing Mix	Strategi SWOT	Strategi IE Matrix	
			Market Penetration	Market Development
1	Product	S-O	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>Φ meningkatkan kapasitas stok ban untuk mengantisipasi toko ban baru yang bertambah</li> <li>Φ meningkatkan dan menjaga ketersediaan variasi tipe ban guna memenuhi permintaan dari berbagai segmen</li> </ul>
2	Price	S-O	<ul style="list-style-type: none"> <li>Φ meningkatkan kapasitas stok barang untuk tipe unggulan guna meningkatkan daya tawar pemasok</li> </ul>	-
		W-O	<ul style="list-style-type: none"> <li>Φ membuat syarat dan ketentuan mengenai diskon yang lebih fleksibel agar dapat membuat harga lebih rendah dari pesaing</li> </ul>	
3	Place	S-O	<ul style="list-style-type: none"> <li>Φ lokasi gudang yang strategis sehingga memudahkan alur distribusi ke berbagai toko lama maupun toko baru</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Φ mencari toko-toko disekitar lokasi gudang CV.Santosa sebagai calon toko pelanggan baru</li> </ul>
		S-T	<ul style="list-style-type: none"> <li>Φ mengoptimalkan jalur distribusi yang efisien dengan ketersediaan mobil <i>delivery</i> yang ada guna mengantisipasi kenaikan harga BBM</li> </ul>	-
4	Promotion	S-O	<ul style="list-style-type: none"> <li>Φ Terus meningkatkan pelayanan dalam segala hal kepada konsumen guna menguatkan dan memperluas identitas brand Bridgestone</li> <li>Φ lebih meningkatkan pemberian jumlah souvenir dengan bekerjasama dengan tomo</li> </ul>	-
		W-O	<ul style="list-style-type: none"> <li>Φ meningkatkan intensitas kegiatan bulan-bulan promo seperti potongan harga jika mencapai target jumlah pembelian pada bulan tertentu.</li> </ul>	
		S-T	<ul style="list-style-type: none"> <li>Φ lebih meningkatkan pelayanan <i>free delivery cost</i> dan pemberian souvenir cantik Bridgestone guna mengimbangi ancaman kenaikan harga ban Bridgestone</li> </ul>	
5	People	S-O	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>Φ terus meningkatkan kemampuan salesman guna memasarkan ke toko ban lama maupun toko baru</li> </ul>
6	Process	W-O	<ul style="list-style-type: none"> <li>Φ lebih mengoptimalkan line telepon dengan menambah operator khusus penerima pesanan</li> <li>Φ membuat persyaratan dan ketentuan yang lebih ringan untuk fasilitas cicilan pembayaran</li> </ul>	-
		W-T	<ul style="list-style-type: none"> <li>Φ proses pelayanan dalam hal transaksi harus ditingkatkan seperti kecepatan kasir fasilitas telepon(kesigapan operator) guna mengantisipasi kualitas pelayanan dari distributor pesaing baru</li> </ul>	
7	Physical Evidence	S-O	<ul style="list-style-type: none"> <li>Φ meningkatkan dan mengoptimalkan ketersediaan kendaraan <i>delivery</i> yang memadai guna melayani meluasnya jaringan toko baru</li> </ul>	-

## 6.2 Saran

- Saran untuk penelitian lebih lanjut :

Adanya penelitian mengenai persaingan antar distributor yang cakupannya lebih luas (tidak hanya di dalam satu kota saja) serta dilengkapi dengan input data internal perusahaan yang lebih banyak, kuat, dan akurat. Dan juga penelitian berikutnya diharapkan untuk menganalisis lebih dalam mengenai loyalitas pelanggan baru agar menjadi pelanggan yang sangat loyal seperti pelanggan lama.