

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Faktor-faktor yang Dianggap Penting oleh Konsumen dan Toko Grosir dalam Memilih Produk Saos.

Tabel 6.1
Faktor yang Dianggap Penting oleh Konsumen

No	Atribut Pernyataan
1	Keanekaragaman rasa saos
2	Variasi ukuran saos
3	Rasa dari produk saos
4	Kemenarikan kemasan saos
5	Warna dari produk saos
6	Komposisi bahan pembentuk saos
7	Harga yang terjangkau
8	Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan
9	Tersedianya potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu
10	Konsistensi harga
11	Adanya potongan harga (diskon khusus) pada waktu-waktu tertentu
12	Kejelasan harga produk saos yang ditawarkan
13	Jumlah karyawan yang memadai
14	Kemasan produk yang baik sehingga tidak bocor
15	Proses <i>packing</i> dengan baik dan rapih

Tabel 6.2
Faktor yang Dianggap Penting oleh Toko Grosir

No	Atribut Pernyataan
1	Rasa dari produk saos
2	Warna dari produk saos
3	Ketersediaan produk saos yang ditawarkan
4	Harga yang terjangkau
5	Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan
6	Tersedianya potongan harga (diskon khusus)
7	Kejelasan nota pembelian
8	Konsistensi harga
9	Adanya potongan harga (diskon khusus) pada waktu-waktu tertentu
10	Kejelasan harga produk saos yang ditawarkan
11	Jumlah karyawan yang memadai
12	Kemasan produk yang baik sehingga tidak bocor
13	Jumlah angkutan yang disediakan
14	Kebersihan alat angkutan yang digunakan
15	Adanya layanan pengiriman langsung ke konsumen
16	Proses <i>packing</i> dengan baik dan rapih

2. Tingkat Kepuasan Konsumen dan Toko Grosir Terhadap Kinerja Perusahaan “SWAN Terbang”.

- ☞ Tingkat Kepuasan Konsumen → Dilihat dari hasil pengolahan data menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk Konsumen, konsumen sudah merasa puas terlihat pada semua atribut-atribut pernyataan yang terdapat di kuadran 1. Oleh karena itu, faktor-faktor yang menunjukkan bahwa konsumen sudah merasa puas terhadap hasil kinerja perusahaan “SWAN Terbang” adalah:

Tabel 6.4
Faktor-faktor yang Sudah Memuaskan Konsumen

No	Kuadran 1
3	Rasa dari produk saos
9	Tersedianya potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu
10	Konsistensi harga
11	Adanya potongan harga (diskon khusus) pada waktu-waktu tertentu
12	Kejelasan harga produk saos yang ditawarkan
13	Jumlah karyawan yang memadai
15	Proses <i>packing</i> dengan baik dan rapih

- ☞ Tingkat Kepuasan Toko Grosir → Dilihat dari hasil pengolahan data menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk Toko Grosir, toko grosir sudah merasa puas terlihat pada semua atribut-atribut pernyataan yang terdapat di kuadran 1. Oleh karena itu, faktor-faktor yang menunjukkan bahwa toko grosir sudah merasa puas terhadap hasil kinerja perusahaan “SWAN Terbang” adalah:

Tabel 6.4
Faktor-faktor yang Sudah Memuaskan Toko Grosir

No	Kuadran 1
2	Warna dari produk saos
3	Ketersediaan produk saos yang ditawarkan
4	Harga yang terjangkau
10	Kejelasan harga produk saos yang ditawarkan
16	Proses <i>packing</i> dengan baik dan rapih

3. Kelebihan dan Kelemahan Produk Saos “*SWAN Terbang*” Dibanding dengan Produk Saos Pesaingnya.

- Kelebihan produk saos “*SWAN Terbang*” dibandingkan dengan produk saos pesaingnya menurut konsumen adalah:

Tabel 6.5
Kelebihan Produk Saos “*SWAN Terbang*” Menurut Konsumen

No	Atribut Pernyataan
1	Keanekaragaman rasa saos
2	Variasi ukuran saos
3	Rasa dari produk saos
4	Kemenarikan kemasan saos
5	Warna dari produk saos
7	Harga yang terjangkau

- Kelebihan produk saos “*SWAN Terbang*” dibandingkan dengan produk saos pesaingnya menurut toko grosir adalah:

Tabel 6.6
Kelebihan Produk Saos “*SWAN Terbang*” Menurut Toko Grosir

1	Rasa dari produk saos
2	Warna dari produk saos
6	Tersedianya potongan harga (diskon khusus)
9	Adanya potongan harga (diskon khusus) pada waktu-waktu tertentu
12	Kemasan produk yang baik sehingga tidak bocor

- Kekurangan produk saos “*SWAN Terbang*” dibandingkan dengan produk saos pesaingnya menurut konsumen adalah:

Tabel 6.7
Kekurangan Produk Saos “*SWAN Terbang*” Menurut Konsumen

No	Atribut Pernyataan
8	Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan
9	Tersedianya potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu
10	Konsistensi harga
12	Kejelasan harga produk saos yang ditawarkan

- Kekurangan produk saos “SWAN Terbang” dibandingkan dengan produk saos pesaingnya menurut toko grosir adalah:

Tabel 6.8
Kekurangan Produk Saos “SWAN Terbang” Menurut Toko Grosir

No	Atribut Pernyataan
3	Ketersediaan produk saos yang ditawarkan
4	Harga yang terjangkau
7	Kejelasan nota pembelian

4. *Segmentation, Targeting, dan Positioning* pada Perusahaan “SWAN Terbang”.

a. *Segmentation, Targeting, dan Positioning* untuk Konsumen.

➤ *Segmentation*

- Dipandang dari segi demografi → konsumen yang dituju adalah pria dan wanita dengan usia berkisar 12 tahun s/d ≥ 51 tahun, baik yang sudah menikah maupun yang belum menikah; pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa dengan uang saku/bulan sekitar \leq Rp.500.000 dan/atau Rp.500.001-Rp.3.000.000, dan sebagai pegawai negeri, pegawai swasta, ibu rumah tangga dan wiraswasta dengan penghasilan/bulan sekitar Rp.500.001-Rp.3.000.000 dan/atau \geq Rp.3.000.001.
- Dipandang dari segi geografi → lokasi tempat tinggal berada di Bandung Utara, Bandung Tengah dan Bandung Barat; dan lokasi tempat pembelian yang paling sering dikunjungi adalah Pasar Sederhana-Sukajadi, Pasar Antri-Cimahi, Pasar Ciroyom, dan Pasar Baru.
- Dipandang dari segi perilaku → alasan mengkonsumsi produk saos untuk kebutuhan sendiri dan kebutuhan usaha, dengan tujuan sebagai pelengkap makan bakso, makan mie ayam, dan makanan lainnya; dan waktu luang per hari untuk membeli produk saos pada pukul 04.00-16.00 WIB dan lainnya.

➤ *Targeting*

Konsumen yang menjadi target perusahaan “*SWAN Terbang*” adalah pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa dengan uang saku/bulan sekitar Rp.500.001-Rp.2.000.000, sebagai ibu rumah tangga dan wiraswasta dengan penghasilan/bulan sekitar Rp.1.000.001-Rp.3.000.000; alasan membeli saos untuk kebutuhan usaha dengan tujuan sebagai pelengkap makan bakso; dan lokasi tempat pembelian yang paling sering dikunjungi Pasar Baru dan Pasar Sederhana.

➤ *Positioning*

Produk saos “*SWAN Terbang*” merupakan salah satu produk saos yang sampai saat ini masih tetap berjuang untuk mempertahankan kualitas rasa dan warna dari saos tersebut yaitu dengan memperhatikan komposisi bahan pembentuk saos yang digunakan. Tak lain kenaikan harga bahan-bahan pokok di pasaran seperti bawang dan cabe, yang kemudian akan menjadi kendala perusahaan “*SWAN Terbang*” dalam menetapkan harga penjualan saos ini di pasaran. Namun, perusahaan tetap berjuang sesuai dengan target yang telah ditetapkan yaitu ditujukan kepada konsumen yang berada mulai dari kelas sosial menengah ke bawah maka perusahaan ini mengusung slogan “*Saos Cinta Rakyat*”. Jadi *positioning* perusahaan “*SWAN Terbang*” untuk konsumen akhir adalah perusahaan akan tetap berusaha dan berjuang untuk mempertahankan rasa dari produk saos dengan harga yang terjangkau untuk konsumen.

b. *Segmentation, Targeting, dan Positioning* untuk Toko Grosir

➤ *Segmentation*

☉ Dipandang dari segi demografi → toko grosir yang dituju adalah pria dan wanita dengan usia berkisar 18 tahun s/d ≥ 51 tahun, baik yang sudah menikah maupun yang belum menikah; pekerjaan sebagai ibu rumah tangga dan wiraswasta dengan penghasilan/bulan sekitar Rp.1.000.001-Rp.3.000.000 dan/atau \geq Rp.3.000.001.

- Dipandang dari segi geografi → lokasi tempat tinggal berada di Bandung Utara, Bandung Tengah dan Bandung Barat; dan lokasi tempat pembelian yang paling sering dikunjungi adalah Pasar Sederhana-Sukajadi, Pasar Antri-Cimahi, Pasar Ciroyom, dan Pasar Baru.
- Dipandang dari segi perilaku → alasan menjual produk saos untuk kebutuhan sendiri, kebutuhan usaha dan dijual kembali; dan waktu luang per hari untuk membeli produk saos pada pukul 00.00-19.00 WIB dan lainnya.

➤ *Targeting*

Toko grosir yang menjadi target perusahaan “*SWAN Terbang*” adalah pekerjaan sebagai ibu rumah tangga dan wiraswasta dengan penghasilan/bulan sekitar Rp.2.000.001 s/d \geq Rp.3.000.001; alasan membeli untuk dijual kembali; dan lokasi tempat pembelian yang paling sering dikunjungi Pasar Baru dan Pasar Sederhana.

➤ *Positioning*

Produk saos “*SWAN Terbang*” merupakan salah satu produk saos yang sampai saat ini masih tetap berjuang untuk mempertahankan kualitas rasa dan warna dari saos tersebut yaitu dengan memperhatikan komposisi bahan pembentuk saos yang digunakan. Tak lain kenaikan harga bahan-bahan pokok di pasaran seperti bawang dan cabe, yang kemudian akan menjadi kendala perusahaan “*SWAN Terbang*” dalam menetapkan harga penjualan saos ini di pasaran. Namun, perusahaan tetap berjuang sesuai dengan target yang telah ditetapkan yaitu ditujukan kepada toko grosir yang berada mulai dari kelas sosial menengah ke bawah maka perusahaan ini mengusung slogan “*Saos Cinta Rakyat*”.

5. Upaya Perbaikan yang Dapat Dilakukan oleh Pihak Perusahaan “SWAN Terbang” Ditinjau Berdasarkan *Segmentation*, *Targeting*, dan *Positioningnya*.

Tabel 6.9
Faktor-faktor yang Perlu Diperbaiki untuk Konsumen

No	Atribut Pernyataan
9	Tersedianya potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu
10	Konsistensi harga
12	Kejelasan harga produk saos yang ditawarkan
8	Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan
11	Adanya potongan harga (diskon khusus) pada waktu-waktu tertentu
13	Jumlah karyawan yang memadai
15	Proses <i>packing</i> dengan baik dan rapih
6	Komposisi bahan pembentuk saos
14	Kemasan produk yang baik sehingga tidak bocor
7	Harga yang terjangkau
3	Rasa dari produk saos
5	Warna dari produk saos
1	Keanekaragaman rasa saos
2	Variasi ukuran saos
4	Kemenarikan kemasan saos

Tabel 6.10
Faktor-faktor yang Perlu Diperbaiki untuk Toko Grosir

No	Atribut Pernyataan
3	Ketersediaan produk saos yang ditawarkan
4	Harga yang terjangkau
7	Kejelasan nota pembelian
11	Jumlah karyawan yang memadai
13	Jumlah angkutan yang disediakan
15	Adanya layanan pengiriman langsung ke konsumen
10	Kejelasan harga produk saos yang ditawarkan
16	Proses <i>packing</i> dengan baik dan rapih
8	Konsistensi harga
14	Kebersihan alat angkutan yang digunakan
5	Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan
1	Rasa dari produk saos
12	Kemasan produk yang baik sehingga tidak bocor
2	Warna dari produk saos
6	Tersedianya potongan harga (diskon khusus)
9	Adanya potongan harga (diskon khusus) pada waktu-waktu tertentu

6.2 Saran

1. Saran untuk Perusahaan “*SWAN Terbang*”.

- Mengadakan promosi iklan dan penjualan secara langsung.
- Harga produk saos yang ditawarkan lebih terjangkau dibanding dengan harga produk pesaing, serta jelas sesuai dengan kualitas produk saos yang ditawarkan.
- Bahan-bahan yang digunakan sebagai pembentuk saos agar tetap dipertahankan bahkan ditingkatkan dibanding dengan pesaingnya.
- Jumlah karyawan dan jumlah angkutan sebaiknya ditambah agar waktu yang dibutuhkan dalam proses pengantaran produk saos dapat dipercepat.
- Sebaiknya perusahaan dapat menambah jumlah produksi produk saos agar dapat memenuhi permintaan konsumen dan toko grosir.
- Nota pembelian diperjelas baik dari tulisan maupun kejelasan perhitungan.

2. Saran untuk Penelitian Lanjutan untuk Produk Saos “*SWAN Terbang*”.

- Memperbaharui metoda pengolahan data yang akan digunakan sesuai dengan perkembangan teknologi pada saat penelitian dilakukan.
- Lebih memperhatikan faktor ketersediaan barang yang ada di level toko grosir.
- Lebih memperhatikan faktor kapasitas produksi dari perusahaan pusat (apa yang menjadi kendala kenapa kapasitas produksi produk saos “*SWAN Terbang*” tidak diperbesar).
- Lebih memperhatikan saluran distribusi untuk produk saos “*SWAN Terbang*” yang dilakukan perusahaan selama ini.