

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

6.1.1 Faktor-Faktor yang Dianggap Penting Oleh Distributor dalam Memilih Suatu *Stockist* untuk Berbelanja.

Berikut ini terdapat 25 variabel yang dianggap penting oleh para distributor dalam memilih sebuah *stockist* untuk berbelanja produk-produk Tianshi.

Tabel 6.1
Faktor-Faktor yang Dianggap Penting oleh Distributor dalam Memilih *Stockist* untuk Berbelanja Produk Tianshi

| NO | PERNYATAAN |
|----|--|
| 1 | Kelengkapan produk suplemen kesehatan |
| 2 | Kelengkapan produk alat kesehatan |
| 3 | Kelengkapan alat bantu pemasaran (cth : majalah, CD, brosur) |
| 4 | Kebersihan alat-alat bantu pemasaran yang disediakan |
| 5 | Kerapihan kemasan produk suplemen |
| 6 | Kebersihan bungkus produk kesehatan dan alat kesehatan yang disediakan |
| 7 | Kerapihan penyediaan produk alat kesehatan |
| 8 | Kerapihan penyediaan alat bantu pemasaran |
| 9 | Harga alat bantu pemasaran sesuai dengan jumlah isinya |
| 10 | Letak <i>stockist</i> mudah dijangkau |
| 11 | Adanya promosi <i>stockist</i> berupa <i>cash reward</i> |
| 12 | Keramahan karyawan <i>stockist</i> dalam melayani distributor |
| 13 | Karyawan <i>stockist</i> yang cepat tanggap dalam memenuhi keperluan distributor |
| 14 | Adanya daftar harga barang-barang di <i>stockist</i> |
| 15 | Kesopanan karyawan <i>stockist</i> dalam melayani distributor |
| 16 | Pengetahuan karyawan tentang semua produk dan alat bantu pemasaran yang ada |
| 17 | Kebersihan <i>stockist</i> |
| 18 | Ketersediaan tempat parkir yang aman |
| 19 | Kenyamanan suasana <i>stockist</i> |
| 20 | Transaksi pembayaran secara tunai |
| 21 | <i>Update</i> produk-produk baru dengan cepat |
| 22 | Ketersediaan kembali stok produk lama dengan cepat setelah habis terjual |
| 23 | Ketepatan perhitungan total nilai transaksi |
| 24 | Ketersediaan informasi terbaru yang bisa didapatkan distributor secara cepat |
| 25 | Ketepatan nominal bonus yang diberikan kepada distributor |

6.1.2 Kondisi Kepuasan dan Kepentingan Distributor Terhadap *Sub Stockist 38*

Dari 25 variabel yang dianggap penting oleh para distributor dalam memilih *stockist* sebagai tempat berbelanja produk Tianshi, ada 9 variabel dimana distributor merasa belum puas atas pelayanan dari *sub stockist 38*. Berikut 9 variabel dimana nilai kepuasan distributor lebih kecil dibandingkan nilai kepentingan mereka terhadap *sub stockist 38*.

Tabel 6.2
Variabel-Variabel yang Menyatakan Ketidakpuasan Distributor Atas Pelayanan *Sub Stockist 38*

| No. Variabel | Pernyataan |
|--------------|--|
| 1 | Kelengkapan produk suplemen kesehatan |
| 3 | Kelengkapan alat bantu pemasaran (cth : majalah, CD, brosur) |
| 4 | Kebersihan alat-alat bantu pemasaran yang disediakan |
| 5 | Kerapihan kemasan produk suplemen |
| 13 | Karyawan <i>sub stockist</i> yang cepat tanggap dalam memenuhi keperluan distributor |
| 17 | Kebersihan <i>sub stockist</i> |
| 21 | <i>Update</i> produk-produk baru dengan cepat |
| 22 | Ketersediaan kembali stok produk lama dengan cepat setelah habis terjual |
| 25 | Ketepatan nominal bonus yang diberikan kepada distributor |

6.1.3 Target-Target Pasar yang Dapat Diusulkan Untuk *Sub Stockist 38*

Target-target yang akan dipilih oleh *sub stockist 38* adalah: orang-orang berusia 15-35 tahun dengan profesi pelajar dan usahawan dan berdomisili di Bandung Selatan dengan rata-rata uang saku per bulan untuk pelajar adalah Rp 500.001,00 – Rp 2.000.000,00 dan untuk usahawan dan karyawan dengan penghasilan per bulan Rp 500.001,00 – Rp 5.000.000,00. Orang-orang tersebut membeli produk Tianshi untuk menjaga kesehatan dan dijual kembali dimana tingkat keseringan membeli produk Tianshi adalah sebulan sekali dengan nilai belanja per sekali transaksi adalah Rp 500.001,00 – Rp 2.000.000,00.

6.1.4 Usulan-Usulan Perbaikan yang Perlu Dilakukan Manajemen *Sub Stockist* 38

Usulan-usulan yang dapat diberikan untuk *sub stockist* 38 adalah:

Prioritas Perbaikan Utama:

1. Melengkapi produk suplemen kesehatannya dengan lebih banyak menyediakan stok produk-produk yang berfungsi penguat dan penjaga kebugaran dengan rentang harga Rp 100.000,00 sampai Rp 2.500.000,00.
2. Melengkapi alat-alat bantu pemasaran dengan lebih banyak menyediakan buku-buku kesehatan dan buku-buku positif tentang pengembangan diri, pengaturan keuangan dll dengan harga yang terjangkau.
3. Mendisplinkan karyawan *sub stockist* untuk menjaga kebersihan *sub stockist*, menyediakan asbak dan tong sampah di ruang tunggu *sub stockist* sehingga dengan keadaan yang bersih maka kesehatan pun akan terjaga.
4. Mengalokasikan dana untuk bisa mempekerjakan seorang karyawan yang bertugas khusus bolak-balik kantor pusat untuk mengambil stok produk lama yang habis terjual.

Prioritas Perbaikan Kedua:

1. Menyediakan map besar untuk menyimpan alat bantu pemasaran agar kebersihan dan kerapihannya terjaga.
2. Menyediakan rak-rak kaca untuk *men-display* produk-produk suplemen kesehatan agar terlihat rapi oleh distributor.
3. Mengajarkan kepada karyawan cara bekerja yang cepat dan efektif agar waktu pelayanan terhadap satu orang distributor tidak memakan waktu yang lama.
4. Menjadwalkan jam buka dan tutup bagi para distributor yang ingin mengambil bonus, menyediakan nomor antri bagi para distributor yang

ingin mengambil bonus agar bila ada suatu saat distributor yang datang disaat bersamaan untuk mengambil bonus, dapat lebih teratur.

Prioritas Perbaikan Ketiga

1. Mengalokasikan dana untuk bisa mempekerjakan seorang karyawan yang bertugas khusus bolak-balik kantor pusat untuk mengambil stok produk baru yang sudah *launching*.

6.2 Saran

6.2.1 Saran untuk *Sub Stockist* 38

Saran bagi *sub stockist* 38, yaitu agar bisa meningkatkan lagi strategi pemasarannya dengan melaksanakan usulan-usulan yang diberikan oleh penulis dibagian kesimpulan. Lalu *sub stockist* juga bisa menambah satu karyawan lagi untuk membantu pekerjaan administrasi dan logistik. Hal ini dilakukan untukantisipasi akan bertambahnya beberapa jumlah distributor baru di *sub stockist* 38.

6.2.2 Saran untuk Penelitian Lebih Lanjut

Dikarenakan adanya keterbatasan waktu, tenaga serta biaya, maka penelitian pemasaran produk hanya lebih melihat gap untuk tingkat kepentingan dan kepuasan distributor dan IPA untuk melihat hal prioritas perbaikan. Sehingga pada penelitian selanjutnya perlu dilakukan juga penelitian untuk persaingan dengan *stockist* dan *sub stockist* lain yang ada di Kota Bandung dengan metode *correspondence analysis*.