

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Dari hasil pengolahan data dan analisis, maka didapatkan kesimpulan yaitu:

1. Tingkat kepentingan konsumen di Jakarta dan Bandung yang sudah pernah menggunakan produk ini.
  1. Desain kemasan produk.
  2. Ketersediaan produk dalam berbagai ukuran.
  3. Peningkatan performa mesin.
  4. Hemat terhadap konsumsi bbm.
  5. Peningkatan terhadap kinerja mesin.
  6. Keterteraan nilai oktan pada kemasan.
  7. Keterteraan nama perusahaan pada kemasan.
  8. Kerapihan segel pada tutup kemasan.
  9. Kemudahan membuka tutup botol.
  10. Kemudahan memegang produk.
  11. Kesesuaian antara harga dengan kualitas.
  12. Kesesuaian harga terhadap variasi produk.
  13. Kemudahan dalam pemesanan produk.
  14. Ketersediaan produk di bengkel-bengkel.
  15. Kemudahan mendapatkan produk di toko.
  16. Kemudahan menemukan iklan di media masa.
  17. Kemudahan menemukan iklan di media web-site.
  18. Kemudahan mendapatkan brosur.

2. Tingkat kepuasan konsumen di Jakarta dan Bandung yang sudah pernah menggunakan produk ini.
  1. Desain kemasan produk.
  2. Ketersediaan produk dalam berbagai ukuran.
  3. Peningkatan performa mesin.
  4. Hemat terhadap konsumsi bbm.
  5. Peningkatan terhadap kinerja mesin.
  6. Keterteraan nilai oktan pada kemasan.
  7. Keterteraan nama perusahaan pada kemasan.
  8. Kerapihan segel pada tutup kemasan.
  9. Kemudahan membuka tutup botol.
  10. Kesesuaian antara harga dengan kualitas.
  11. Kemudahan dalam pemesanan produk.
  12. Ketepatan waktu pengiriman barang.
  13. Ketersediaan produk di bengkel-bengkel.
  14. Kemudahan mendapatkan produk di toko.
  15. Kemudahan menemukan iklan di media masa
  16. Kemudahan menemukan iklan di media web-site.
  17. Kemudahan mendapatkan brosur.

3. Minat konsumen di kota Bandung tentang *additive* bahan bakar bagi kendaraan.

Melihat dari hasil data kuesioner diatas bahwa masyarakat yang mengetahui *additive* memiliki persentase sebesar 85%, hal ini memberikan gambaran bahwa di kota Bandung ini banyak masyarakat yang mengetahui mengenai *additive*.

Namun dilihat dari persentase ketertarikan masyarakat terhadap produk ini yang hanya sebesar 26% dari 34% konsumen yang sudah menggunakan *additive*, maka dapat dilihat bahwa sebenarnya masih ada peluang bagi perusahaan untuk menjual produk ini di kota Bandung. Apabila melihat persentase ketertarikan konsumen dari konsumen yang sudah pernah pakai *additive*, angka 76% merupakan angka yang cukup besar. Perusahaan perlu lebih extra dalam melakukan strategi pemasaran dalam tahap pengenalan produk tersebut.

4. Usulan *Segmentation*, *targeting*, dan *positioning* yang perlu dilakukan terhadap produk *Power Max Fuel* di Bandung.

#### ***Segmentation***

*Segmentation* perusahaan untuk kota Bandung adalah pengguna bahan bakar premium 93%, dengan pengisian bahan bakar sekali ngisi 3-10 liter 69%. 11-20 liter 16%, dan 21-30 liter 14%.

#### ***Targeting***

Target pasar adalah konsumen yang menggunakan bahan bakar premium.

#### ***Positioning***

Pada hal ini, memberikan suatu ciri-ciri produk agar lain dan mudah diingat oleh konsumen ialah “Bioenergi, tarikan yahud, kantong irit”

5. Usulan strategi bauran pemasaran tahap pengenalan produk *Power Max Fuel* di Bandung berdasarkan variabel yang diprioritas pertama dan kedua.

Strategi yang perlu dilakukan oleh perusahaan pada tahap pengenalan ini adalah Strategi penetrasi cepat (*rapid penetration strategy*) dengan peluncuran produk pada harga yang rendah dengan biaya promosi yang besar. Promosi besar-besaran perlu dilakukan untuk menjanjikan pasar yang diinginkan oleh perusahaan mengingat produk ini masih tergolong baru dan belum pernah ada di kota Bandung. Dasar dari usulan strategi ini adalah mengingat hasil dari kuesioner yang menunjukkan pengguna bahan bakar premium sangat banyak yaitu sebesar 93%.

- Prioritas pertama adalah variabel yang berada pada kuadran 2 yang harus diperbaiki.
  - Desain Kemasan Produk  
Desain kemasan yang diberikan harus menarik, seperti gambar kendaraan bermotor mobil dan sepeda motor. Kemasan dengan dominan berwarna hijau. Menuliskan kata “Bioenergi”, “tarikan yahud” pada kemasan.
  - Keterteraan Nilai Oktan Pada Kemasan  
Keterteraan nilai oktan pada kemasan lebih diperjelas dengan kata atau besar huruf yang sesuai sehingga nilai oktan pada kemasan jelas terlihat.
  - Kerapihan Segel Pada Tutup Kemasan.  
Usulan yang diberikan terhadap segel adalah memberikan warna hijau pada segel agar terlihat lebih menarik yang tidak hanya plastik bening biasa. Kualitas bahan segel diganti dengan plastik yang lebih tebal.

- **Kesesuaian Harga Terhadap Kualitas**  
Usulan yang diberikan adalah dengan memberikan harga yang dinilai sesuai dengan kualitas produk. Misalkan untuk mencampurkan terhadap premium dengan nilai oktan 88 untuk menjadikan bahan bakar setara pertamax plus dengan nilai oktan 95, maka biaya yang dikeluarkan tidak melebihi harga jual pertamax plus.
  
- **Kesesuaian Harga terhadap Variasi Produk**  
Pengisian 3-10 liter ditujukan bagi pengguna sepeda motor, maka variasi produk yang dibuat adalah kemasan 500ml. Untuk pengisian 11-20 liter ditujukan bagi pengendara mobil, ukuran kemasan yang ditawarkan bagi pengguna mobil adalah isi 1.5 liter. Kemasan 500ml tentu lebih murah dibandingkan kemasan 1.5 liter.
  
- **Kemudahan Mendapatkan Produk di Toko**  
Usulan yang diberikan adalah dengan penyebaran produk di toko-toko otomotif seperti bengkel-bengkel yang dekat dengan SPBU. Kemudian usulan juga diberikan agar membuka gerai atau toko khusus menjual produk ini yang berlokasi dekat dengan SPBU..
  
- **Prioritas kedua adalah variabel yang berada pada kuadran 1 yang harus dipertahankan.**
  - **Peningkatan performa mesin**  
Usulannya adalah lebih ditingkatkan dan dipertahankan dari kualitas produk ini, dengan perkembangan teknologi, dapat memberikan hasil yang lebih lagi terhadap peningkatan performa mesin.

- Hemat terhadap konsumsi BBM  
Usulan yang diberikan adalah pertahankan keunggulan dari produk ini yang dapat menghemat konsumsi BBM.
  - Peningkatan terhadap kinerja mesin  
Keunggulan kualitas produk ini harus dipertahankan.
  - Kemudahan membuka tutup botol  
Usulan yang diberikan selain dipertahankan adalah ditingkatkan kualitas dari tutup botol. Tutup botol dapat dibuat dengan bahan yang lebih mumpuni seperti plastik yang lebih kuat sehingga resiko untuk pecah atau bocor dapat berkurang.
  - Ketersediaan produk di bengkel-bengkel  
Usulan yang diberikan adalah lebih diperluas ketersediaan di bengkel-bengkel. Semakin banyak bengkel yang menjual, pasar pun ikut meluas. Terutama bengkel-bengkel yang mempunyai lokasi dekat dengan SPBU.
- Dilihat berdasarkan bauran pemasaran
    1. *Product*  
Perusahaan memberikan desain kemasan yang menarik. Dengan memberikan gambar kendaraan mobil dan sepeda motor, memberikan kata “Bioenergi” dan “tarikan yahud” pada kemasan. Kemasan berwarna hijau. Mengganti segel dengan plastik yang lebih tebal dan berwarna hijau. Tutup botol dengan bahan yang lebih baik dan agar tidak mudah bocor. Keterteraan nilai oktan pada kemasan produk diperjelas. Keunggulan terhadap performa mesin, hemat BBM, dan peningkatan kinerja mesin harus dipertahankan

2. *Price*

Usulan yang diberikan mengenai harga produk untuk di Bandung adalah Rp 25.000 per botol isi 1.5 liter dan Rp 9.000 untuk kemasan 500ml.

3. *Place*

Usulan yang diberikan adalah ketersediaan di bengkel-bengkel dan membuka gerai atau toko khusus produk yang berlokasi dekat dengan SPBU.

4. *Promotion*

Usulannya adalah membuat iklan diberbagai media, seperti koran otomotif, majalah otomotif, dan iklan-iklan di internet. Melakukan promosi di event-event otomotif, misalkan ajang balap dan pameran mobil. Serta menjadi sponsor dalam ajang otomotif tersebut.

## **6.2 Saran**

### **6.2.1 Saran Bagi Perusahaan**

PT. WATS adalah salah satu perusahaan yang mengembangkan bioenergi yaitu bioetanol di Indonesia. Produk yang ditawarkan sangat memberikan manfaat seperti ramah lingkungan karena terbuat dari bahan nabati. Produk bioenergi tersebut harus dapat diterima masyarakat. Saran yang diberikan peneliti bagi perusahaan ialah harus melakukan tahap pengenalan yang sangat baik, perlu ditingkatkan dalam hal promosi produk agar masyarakat mengenal produk ini dengan baik.

### **6.2.2 Saran Bagi Penelitian Yang Akan Datang**

Dalam penelitian kali ini tidak membahas adanya persaingan. Mengingat produk ini baru dan belum ada produk lain yang merupakan bioetanol. Kedepannya mungkin akan ada produk sejenis yang hadir dipasaran. Saran yang diberikan kepada penelitian yang akan datang ialah membahas persaingan karena mungkin di kemudian hari akan hadir produk sejenis.