

BAB VI

KESIMPULAN & SARAN

6.1 Kesimpulan

Setelah pengolahan data dan analisis yang dilakukan, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Berikut merupakan kesimpulan dari penelitian ini antara lain:

1. Faktor-faktor yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih buku persiapan UAN SMA & SNMPTN antara lain :

Tabel 6.1
Faktor Penting buku persiapan UAN SMA & SNMPTN

No.	Variabel	Pernyataan
1	1	Ringkasan materi pelajaran sesuai dengan materi soal yang disajikan
2	3	Sumber soal yang lengkap dari SNMPTN beberapa tahun sebelumnya
3	4	Materi soal sesuai dengan perkembangan ilmu terbaru
4	5	Materi soal relevan dengan materi pelajaran di sekolah
5	6	Materi soal sesuai dengan kurikulum pendidikan yang berlaku saat ini
6	7	Materi soal yang mutakhir
7	8	Prediksi soal yang akurat
8	10	Penyajian materi soal yang mudah dipelajari
9	11	Sistematika penyajian yang konsisten
10	13	Kelengkapan kunci jawaban dan pembahasan untuk setiap soal latihan
11	14	Kunci jawaban dan pembahasan yang tepat
12	15	Kunci jawaban dan pembahasan yang mudah dimengerti
13	16	Kunci jawaban / rumus cepat yang tepat
14	17	Kunci jawaban / rumus alternatif yang tepat
15	18	Kelengkapan buku persiapan UAN SMA/MA & SNMPTN untuk berbagai mata pelajaran
16	19	Kelengkapan buku persiapan UAN SMA/MA & SNMPTN untuk berbagai penjuruan (IPA, IPS, IPC, Bahasa)
17	20	Penulis buku yang ternama dan berpengalaman
18	21	Minimnya kesalahan pengetikan
19	22	Penyajian layout buku yang menarik
20	23	Design cover yang menarik
21	24	Tulisan dalam buku yang mudah dibaca (jenis dan ukuran font)
22	26	Kualitas jenis kertas yang baik
23	29	Tersedianya CD interaktif (Try out simulasi SPMB, analisis hasil pengerjaan & pembahasan soal, prediksi kelulusan, rekomendasi jurusan)
24	30	Harga buku yang bersaing dengan buku - buku dari penerbit lain
25	31	Discount - discount yang ditawarkan menarik
26	33	Kesesuaian harga buku dengan tampilan fisik buku
27	34	Kesesuaian harga buku dengan image penerbit
28	35	Kesesuaian harga buku dengan image penulis
29	36	Event khusus di sekolah (contoh:pembahasan soal bersama,persiapan ujian,dll)
30	37	Event promo di toko buku (contoh: acara launching buku, kupas tuntas soal, pengenalan buku, dll)
31	38	Iklan yang menarik perhatian
32	40	Iklan di media internet (situs, jejaring sosial, dll)
33	41	Kesesuaian tampilan buku dengan iklan
34	42	Buku mudah didapatkan di toko - toko buku besar (Gramedia, Gunung Agung, Togamas, dsb)
35	44	Buku dapat diperoleh secara online (contoh: situs, jejaring sosial, dll)

2. Tingkat performansi buku persiapan UAN SMA & SNMPTN terbitan CV.

Yrama Widya menurut konsumen adalah sebagai berikut:

Tabel 6.2
Variabel Dengan Tingkat Performansi Tinggi Menurut Konsumen

No.	Variabel	Kesimpulan
1	Ringkasan materi pelajaran sesuai dengan materi soal yang disajikan	Tinggi
2	Ilustrasi gambar sesuai dengan materi soal	Tinggi
3	Sumber soal yang lengkap dari SNMPTN beberapa tahun sebelumnya	Tinggi
8	Prediksi soal yang akurat	Tinggi
9	Materi soal disusun berdasarkan tingkat kesulitan	Tinggi
10	Penyajian materi soal yang mudah dipelajari	Tinggi
11	Sistematika penyajian yang konsisten	Tinggi
12	Penyajian materi soal yang merangsang pola pikir kreatif	Tinggi
13	Kelengkapan kunci jawaban dan pembahasan untuk setiap soal latihan	Tinggi
14	Kunci jawaban dan pembahasan yang tepat	Tinggi
17	Kunci jawaban / rumus alternatif yang tepat	Tinggi
18	Kelengkapan buku persiapan UAN SMA/MA & SNMPTN untuk berbagai mata pelajaran	Tinggi
19	Kelengkapan buku persiapan UAN SMA/MA & SNMPTN untuk berbagai jurusan (IPA, IPS, IPC, Bahasa)	Tinggi
22	Penyajian layout buku yang menarik	Tinggi
23	Design cover yang menarik	Tinggi
27	Ukuran buku yang mudah dibawa	Tinggi
29	Tersedianya CD interaktif (Try out simulasi SPMB, analisis hasil pengerjaan & pembahasan soal, prediksi kelulusan, rekomendasi)	Tinggi
43	Buku mudah didapatkan di toko - toko buku kecil (Pasar buku dsb)	Tinggi
44	Buku dapat diperoleh secara online (contoh: situs, jejaring sosial, dll)	Tinggi

Tabel 6.3
Variabel Dengan Tingkat Performansi Rendah Menurut Konsumen

No.	Variabel	Kesimpulan
4	Materi soal sesuai dengan perkembangan ilmu terbaru	Rendah
5	Materi soal relevan dengan materi pelajaran di sekolah	Rendah
6	Materi soal sesuai dengan kurikulum pendidikan yang berlaku saat ini	Rendah
7	Materi soal yang mutakhir	Rendah
15	Kunci jawaban dan pembahasan yang mudah dimengerti	Rendah
16	Kunci jawaban / rumus cepat yang tepat	Rendah
20	Penulis buku yang ternama dan berpengalaman	Rendah
21	Minimnya kesalahan pengetikan	Rendah
24	Tulisan dalam buku yang mudah dibaca (jenis dan ukuran font)	Rendah
25	Penyajian konten buku yang berwarna	Rendah
26	Kualitas jenis kertas yang baik	Rendah
28	Bonus pembelian yang menarik (contoh : pembatas buku, alat tulis, dll)	Rendah
30	Harga buku yang bersaing dengan buku - buku dari penerbit lain	Rendah
31	Discount - discount yang ditawarkan menarik	Rendah
34	Kesesuaian harga buku dengan image penerbit	Rendah
35	Kesesuaian harga buku dengan image penulis	Rendah
36	Event khusus di sekolah (contoh:pembahasan soal bersama,persiapan ujian,dll)	Rendah
37	Event promo di toko buku (contoh: acara launching buku, kupas tuntas soal, pengenalan buku, dll)	Rendah
38	Iklan yang menarik perhatian	Rendah
39	Iklan di media cetak (koran, majalah, brosur, katalog dll)	Rendah
40	Iklan di media internet (situs, jejaring sosial, dll)	Rendah
41	Kesesuaian tampilan buku dengan iklan	Rendah

3. Kelebihan maupun kelemahan dari produk CV. Yrama Widya dibandingkan dengan para pesaingnya adalah sebagai berikut :

Tabel 6.4
Keunggulan CV. Yrama Widya Dibandingkan Erlangga

No.	Kelebihan CV. Yrama Widya
1	Ringkasan materi pelajaran sesuai dengan materi soal yang disajikan
2	Penyajian materi soal yang mudah dipelajari
3	Sistematika penyajian yang konsisten
4	Penyajian materi soal yang merangsang pola pikir kreatif
5	Kelengkapan kunci jawaban dan pembahasan untuk setiap soal latihan
6	Kunci jawaban dan pembahasan yang mudah dimengerti
7	Tersedianya CD interaktif (Try out simulasi SPMB, analisis hasil pengerjaan & pembahasan soal, prediksi kelulusan, rekomendasi jurusan)
8	Harga buku yang bersaing dengan buku - buku dari penerbit lain
9	Discount - discount yang ditawarkan menarik
10	Potongan harga untuk pembelian paket buku
11	Kesesuaian harga buku dengan tampilan fisik buku
12	Kesesuaian harga buku dengan image penerbit
13	Iklan di media internet (situs, jejaring sosial, dll)
14	Kesesuaian tampilan buku dengan iklan
15	Buku mudah didapatkan di toko - toko buku kecil (Pasar buku dsb)

Tabel 6.5
Kelemahan CV. Yrama Widya Dibandingkan Erlangga

No.	Kelemahan CV. Yrama Widya
1	Ilustrasi gambar sesuai dengan materi soal
2	Materi soal yang mutakhir
3	Prediksi soal yang akurat
4	Materi soal disusun berdasarkan tingkat kesulitan
5	Kunci jawaban / rumus cepat yang tepat
6	Kunci jawaban / rumus alternatif yang tepat
7	Kelengkapan buku persiapan UAN SMA/MA & SNMPTN untuk berbagai penjuruan (IPA, IPS, IPC, Bahasa)
8	Penulis buku yang ternama dan berpengalaman
9	Minimnya kesalahan pengetikan
10	Penyajian layout buku yang menarik
11	Design cover yang menarik
12	Tulisan dalam buku yang mudah dibaca (jenis dan ukuran font)
13	Penyajian konten buku yang berwarna
14	Kualitas jenis kertas yang baik
15	Ukuran buku yang mudah dibawa
16	Bonus pembelian yang menarik (contoh : pembatas buku, alat tulis, dll)
17	Kesesuaian harga buku dengan image penulis
18	Event khusus di sekolah (contoh: pembahasan soal bersama, persiapan ujian, dll)
19	Event promo di toko buku (contoh: acara launching buku, kupas tuntas soal, pengenalan buku, dll)
20	Iklan yang menarik perhatian
21	Buku mudah didapatkan di toko - toko buku besar (Gramedia, Gunung Agung, Togamas, dsb)

Tabel 6.6
Berimbang Antara CV. Yrama Widya Dibandingkan Erlangga

No.	CV. Yrama Widya Berimbang Erlangga
3	Sumber soal yang lengkap dari SNMPTN beberapa tahun sebelumnya
4	Materi soal sesuai dengan perkembangan ilmu terbaru
5	Materi soal relevan dengan materi pelajaran di sekolah
6	Materi soal sesuai dengan kurikulum pendidikan yang berlaku saat ini
14	Kunci jawaban dan pembahasan yang tepat
18	Kelengkapan buku persiapan UAN SMA/MA & SNMPTN untuk berbagai mata pelajaran
39	Iklan di media cetak (koran, majalah, brosur, katalog dll)
44	Buku dapat diperoleh secara online (contoh: situs, jejaring sosial, dll)

4. Kesimpulan perilaku dari konsumen buku persiapan UAN SMA & SNMPTN berdasarkan penyebaran kuesioner penelitian bagian 1 antara lain:
- Pada rangsangan pemasaran terdapat faktor – faktor seperti produk yaitu buku persiapan UAN SMA & SNMPTN, harga dari buku persiapan UAN SMA & SNMPTN, distribusi buku persiapan UAN SMA & SNMPTN, dan komunikasi dari penerbit buku persiapan UAN SMA & SNMPTN kepada konsumen. Untuk faktor harga, tidak terdapat stimuli dari CV. Yrama Widya maupun Erlangga. Untuk faktor distribusi dan komunikasi stimuli Erlangga lebih baik bila dibandingkan dengan CV. Yrama Widya.
 - Karakteristik target pasar untuk CV. Yrama Widya antara lain :
 1. Konsumen yang bersekolah di SMA Negeri maupun Swasta.
 2. Konsumen dengan penjuruan IPA atau IPS semasa SMA.
 3. Konsumen yang memilih buku baru dibandingkan dengan buku turunan.
 4. Konsumen dengan sumber dana pembelian buku dari orangtua.
 - Pada proses keputusan pembelian, konsumen dipengaruhi juga oleh faktor kebutuhan akan buku persiapan UAN SMA & SNMPTN, cara mendapatkan informasi, jenis media yang digunakan, dan penilaian terhadap buku yang telah digunakan.

- Untuk keputusan pembelian terdapat beberapa aspek yang dipertimbangkan oleh konsumen antara lain, paket pembelian yang diminati, harga buku yang dibeli, tempat membeli buku, dan lokasi toko buku yang dikunjungi.
5. Usulan yang dapat diberikan kepada CV. Yrama Widya agar dapat meningkatkan penjualannya dan memenangkan persaingan antara lain:
- Menjalin kerjasama dengan lembaga-lembaga pendidikan dalam hal pemutakhiran soal, perkembangan ilmu terbaru, perkembangan materi pelajaran di sekolah, dan hal – hal lain yang bersangkutan dengan perubahan-perubahan materi yang mungkin terjadi.
 - Memperhatikan kembali fungsi *packaging*/penampilan fisik buku sebagai sarana utama berkomunikasi dan menunjukkan kelebihan kepada calon konsumen.
 - Menjalin komunikasi yang baik dan terbuka antara tim editor, penulis, serta redaksi dari CV. Yrama Widya
 - Menerapkan sistem *royalty* antara penulis dengan penerbit dalam kesepakatan penerbitan buku.
 - Merekrut editor ahli yang dipisahkan berdasarkan kemampuan untuk setiap mata pelajaran.
 - Pihak redaksi dapat ikut menginspeksi hasil pekerjaan editor, khususnya untuk kesempurnaan pengetikan.
 - Memperhatikan kembali pemilihan jenis dan ukuran *font*.
 - Mengganti jenis kertas yang sekarang digunakan dengan kualitas yang lebih baik.
 - Menyesuaikan kembali harga buku dengan *image* dari penulis.
 - Melaksanakan *event-event* khusus di sekolah.
 - Melaksanakan *event-event* promo di toko – toko buku.
 - Memanfaatkan radio dan televisi sebagai kesempatan melaksanakan pengiklanan.
 - Mempertimbangkan proporsi dari penjuruan semasa SMA antara IPA, IPS, dan IPC dalam pemilihan naskah, jumlah editor, dan jumlah produksi eksemplar.

- Memperhatikan kembali *layout* dalam buku agar lebih sistematis.
- Mempertimbangkan aspek-aspek penting dalam merancang *cover* buku persiapan UAN SMA & SNMPTN.
- Menjalani kerjasama yang saling menguntungkan dengan toko – toko buku besar.
- Memperhatikan konten dalam buku yang semestinya berwarna.
- Mempertimbangkan untuk menambah bonus pembelian tanpa merubah harga jual dari buku persiapan UAN SMA & SNMPTN.
- Memperhatikan aspek-aspek penting dalam penyusunan ilustrasi gambar di dalam buku.
- Menyusun materi soal berdasarkan tingkat kesulitan.
- Mempertimbangkan untuk mengubah ukuran buku persiapan UAN SMA & SNMPTN menjadi sedikit lebih kecil dan ringkas.
- Memperoleh pengakuan dari Mendiknas mengenai KTSP (Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan).
- Memperbaiki tampilan situs untuk pembelian *online*.
- Mempertimbangkan untuk melakukan promo iklan melalui media-media cetak.

6.2 Saran

- Saran yang dapat diberikan kepada CV. Yrama Widya adalah untuk terus mengadakan penelitian lebih lanjut, sehingga *continous improvement* dapat diterapkan sehubungan dengan usaha perbaikan performansi dari perusahaan untuk menghadapi persaingan di masa yang akan datang.

- Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya:
 1. Melakukan penelitian untuk jenis buku lain terbitan CV. Yrama Widya.
 2. Melakukan penelitian untuk aspek produksi mengenai terbatasnya kapasitas produksi dari perusahaan percetakan yang menjadi rekanan CV. Yrama Widya.
 3. Melakukan penelitian untuk Aspek manajemen *Research & Development* (R&D) mengenai manajemen asset *Research & Development* (R&D) dari CV. Yrama Widya.
 4. Lebih memperhatikan proses penyusunan kuesioner perilaku konsumen, khususnya untuk bagian *marketing stimuli*, *other stimuli*, dan *consumer psychology* agar analisis mengenai perilaku konsumen dapat dilakukan secara lebih mendalam.