

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 KESIMPULAN

1. Faktor-faktor apa saja yang dipentingkan bagi para konsumen dalam memilih toko komputer:

- Ketersediaan garansi untuk barang
- Harga dapat bersaing dengan toko lain
- Terdapat potongan harga untuk pembelian dalam jumlah banyak
- Toko berada di pinggir jalan raya
- Memasang iklan di media elektronik (*facebook, twitter, BBM, Radio*)
- Menjadi sponsor dalam *event* tertentu
- Teknisi komputer yang ahli dalam mencari permasalahan komputer
- Kejelasan harga pada setiap produk yang dijual
- Kebersihan toko
- Terdapat tempat menunggu yang memadai (kursi)
- Toko yang ber AC
- Proses pembayaran dapat dilakukan dengan debit
- Melakukan pameran di mall pada saat *event* tertentu
- Keramahan karyawan
- Ketanggapan karyawan dalam melayani pembeli
- Teknisi komputer yang ahli dalam menyelesaikan permasalahan di komputer
- Kejelasan nama toko di depan toko
- Kerapihan penataan dalam toko
- Adanya bukti pembelian yang jelas (Nota, Garansi lengkap)
- Perhitungan biaya-biaya yang tepat dalam nota

2. Dari hasil penelitian dan analisis, maka didapatkan hasil tingkat performansi toko di mata para konsumen:

Performansi

- Tingkat performansi yang tergolong Tidak Baik dalam performansi:
 - Kelengkapan sparepart untuk komputer
 - Kelengkapan produk software
 - Ketersediaan garansi untuk barang
 - Harga dapat bersaing dengan toko lain
 - Adanya paket murah dengan harga khusus untuk pembelian komputer
 - Terdapat potongan harga untuk pembelian dalam jumlah banyak
 - Toko berada di pinggir jalan raya
 - Memasang iklan di media elektronik (facebook, twitter, BBM, Radio)
 - Menjadi sponsor dalam event tertentu
 - Kesigapan karyawan dalam hal pembayaran kredit maupun cash
- Tingkat performansi yang tergolong Baik:
 - Beragamnya kualitas jenis barang
 - Ketersediaan persediaan barang dagangan
 - Kelengkapan produk komputer/laptop/netbook
 - Keahlian teknisi dalam servis komputer
 - Kerapihan teknisi dalam servis komputer
 - Ketersediaan sparepart komputer
 - Toko berada di daerah yang dilalui kendaraan umum
 - Toko berada di dekat daerah Universitas
 - Melakukan pameran di mall pada saat event tertentu
 - Menyebarkan brosur ke masyarakat
 - Karyawan menguasai seluk beluk komputerisasi

- Teknisi komputer yang ahli dalam mencari permasalahan di komputer
- Keramahan karyawan
- Ketanggapan karyawan dalam melayani pembeli
- Teknisi komputer yang ahli dalam menyelesaikan permasalahan di komputer
- Adanya tempat parkir yang memadai
- Kejelasan harga pada setiap produk yang dijual
- Kejelasan nama toko di depan toko
- Sirkulasi udara
- Kebersihan toko
- Kerapihan penataan dalam toko
- Terdapat tempat menunggu yang memadai (kursi)
- Toko yang ber AC
- Ketepatan waktu dalam menyediakan barang yang dipesan
- Ketepatan waktu dalam menyelesaikan servis sesuai waktu yang dijanjikan
- Proses pembayaran dapat dilakukan dengan kredit
- Proses pembayaran dapat dilakukan dengan debit
- Adanya bukti pembelian yang jelas (Nota, Garansi lengkap)
- Perhitungan biaya-biaya yang tepat dalam nota

3. Hasil *Segmentasi, Targeting, dan Positioning*

Segmentasi berdasarkan Demografi:

1. Jenis kelamin
2. Usia
3. Pekerjaan
4. Uang Saku
5. Penghasilan

Segmentasi berdasarkan Geografis:

1. Tempat tinggal

Segmentasi berdasarkan Perilaku:

1. Jenis komponen yang biasa dibeli.
2. Dana yang biasa dikeluarkan untuk membeli komponen.
3. Merk komputer yang biasa dibeli.
4. Dana yang biasa dikeluarkan untuk membeli komputer.
5. Jenis aksesoris yang biasa dibeli.
6. Dana yang biasa dikeluarkan untuk membeli aksesoris.
7. Jenis software yang biasa dibeli.
8. Dana yang biasa dikeluarkan untuk membeli software.
9. Produk yang sering dibeli konsumen di toko komputer.
10. Jenis diskon yang paling diminati konsumen.
11. Faktor utama konsumen dalam memilih toko komputer.

Hasil targetting yang didapatkan:

- Mahasiswa pria yang bertempat tinggal di Semarang Tengah dengan usia antara 19 – 30 tahun.

Hasil *positioning* toko Introcom, yaitu toko Introcom memposisikan dirinya sebagai toko komputer yang dapat memenuhi dan memberikan solusi dalam pemilihan komputer mahasiswa sesuai aktifitas yang dilakukannya dalam hal komputerisasi, serta memberikan solusi dalam permasalahan kerusakan komputer para mahasiswa, maka dari itu toko Introcom mengusung slogan “Beraktifitas Lancar Dengan Komputer Optimal”. Slogan tersebut sangat cocok bagi toko Introcom yang bertujuan untuk memberikan pelayanan perbaikan yang terbaik bagi para mahasiswa yang sangat membutuhkan komputer dalam setiap aktifitas perkuliahan maupun aktifitas lainnya.

4. Hal yang menjadi keunggulan dan kelemahan toko Introcom terhadap pesaing

Keunggulan toko Introcom dibanding pesaing lain:

Tabel 6.1
Variabel Keunggulan Toko Introcom

Nomor	Variabel Keunggulan
1	Beragamnya kualitas jenis barang
2	Kelengkapan produk komputer/laptop/netbook
3	Kelengkapan produk software
4	Keahlian teknisi dalam servis komputer
5	Kerapihan teknisi dalam servis komputer
6	Toko berada di pinggir jalan raya
7	Toko berada di dekat daerah Universitas
8	Melakukan pameran di mall pada saat <i>event</i> tertentu
9	Memasang iklan di media elektronik (<i>facebook</i> , <i>twitter</i> , BBM, Radio)
10	Karyawan menguasai seluk beluk komputerisasi
11	Teknisi komputer yang ahli dalam mencari permasalahan di komputer
12	Keramahan karyawan
13	Ketanggapan karyawan dalam melayani pembeli
14	Teknisi komputer yang ahli dalam menyelesaikan permasalahan di komputer
15	Kesigapan karyawan dalam hal pembayaran kredit maupun <i>cash</i>
16	Kejelasan harga pada setiap produk yang dijual
17	Sirkulasi udara
18	Kebersihan toko
19	Kerapihan penataan dalam toko
20	Toko yang ber AC
21	Ketepatan waktu dalam menyelesaikan servis sesuai waktu yang dijanjikan
22	Adanya bukti pembelian yang jelas (Nota, Garansi lengkap)

Kelemahan toko Introcom dibanding pesaing lain:

Tabel 6.2
Variabel Kelemahan Toko Introcom

Nomor	Variabel Kelemahan
1	Ketersediaan persediaan barang dagangan
2	Kelengkapan sparepart untuk komputer
3	Ketersediaan garansi untuk barang
4	Ketersediaan sparepart komputer
5	Harga dapat bersaing dengan toko lain
6	Adanya paket murah dengan harga khusus untuk pembelian komputer
7	Terdapat potongan harga untuk pembelian dalam jumlah banyak
8	Toko berada di daerah yang dilalui kendaraan umum
9	Menjadi sponsor dalam <i>event</i> tertentu
10	Menyebarkan brosur ke masyarakat
11	Adanya tempat parkir yang memadai
12	Kejelasan nama toko di depan toko
13	Terdapat tempat menunggu yang memadai (kursi)
14	Ketepatan waktu dalam menyediakan barang yang dipesan
15	Proses pembayaran dapat dilakukan dengan kredit
16	Proses pembayaran dapat dilakukan dengan debit
17	Perhitungan biaya-biaya yang tepat dalam nota

5. Strategi persaingan yang sekarang dipakai oleh toko Introcom dalam menjalankan usahanya:

- Memanfaatkan konsumen yang sebagian besar mahasiswa sebagai pasar utama dengan membuka jasa servis dan menjual aksesoris untuk memenuhi kebutuhan para mahasiswa.

Usulan yang diberikan kepada toko Introcom setelah dilakukannya analisis mengenai variabel yang dipentingkan serta segmenting, targeting, dan positioning yang diarahkan kepada target pasar yaitu para mahasiswa.

Variabel yang menjadi prioritas adalah variabel yang dipentingkan konsumen serta dianggap tertinggal dibandingkan dengan pesaing, yaitu:

- Menyediakan garansi atau servis pada produk yang dijual
- Mencari distributor yang dapat memberikan harga lebih murah
- Memberikan potongan harga untuk pembelian jumlah banyak
- Menjadi sponsor
- Memberikan kenyamanan pada ruang tunggu
- Lebih memperhatikan sistem pembayaran debit agar memperlancar pembayaran

Strategi diatas didapatkan melalui hasil dari usulan gabungan serta dipadukan dengan STP pada pengolahan data.

6.2 Saran

Saran yang diberikan bertujuan untuk dilakukan penelitian yang lebih baik lagi agar dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi toko, yaitu:

- Karena belum terpisah dengan jelas perilaku target pasar dalam penelitian ini, maka perlu diadakan penelitian untuk mengetahui perilaku target pasar.