

BAB VI

KESIMPULAN & SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih toko material:

- Keanekaragaman jenis alat pertukangan (palu, gergaji, obeng, dan lainnya.)
- Keanekaragaman jenis material utama (besi beton, semen, cat, dan lainnya.)
- Ketersediaan berbagai macam merek suatu produk
- Keadaan produk yang masih baik saat dijual
- Kualitas jasa angkut mobil pengantar material
- Seringnya event potongan harga pada saat-saat tertentu
- Kejelasan nota pembelian
- Harga yang lebih murah dibanding toko material lain
- Harga jasa antar material yang terjangkau
- Kejelasan iklan melalui media elektronik
- Besarnya potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu
- Kemudahan mendapatkan tempat parkir
- Keamanan lingkungan toko material
- Penerangan dalam toko material
- Luasnya tempat parkir yang memadai
- Kondisi toko material yang bersih dan terawat
- Kesigapan pegawai apabila konsumen datang
- Kecepatan pegawai dalam melayani konsumen
- Pengetahuan pegawai tentang material
- Keramahan pegawai
- Kesopanan pegawai
- Kejujuran pegawai
- Ketelitian pegawai
- Jumlah pegawai yang memadai
- Kejelasan informasi yang diberikan pegawai
- Kesesuaian produk yang diberikan dengan yang diminta
- Keanekaragaman alternatif cara pembayaran (*cash*, kartu kredit, dan lainnya.)

- Ketepatan perhitungan harga dan kembalian saat bertransaksi
 - Kejelasan proses pengembalian barang bermasalah (garansi toko)
 - Kecepatan waktu pengiriman jasa antar material
2. Tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa penjualan yang ditawarkan oleh TB Sumber Bangunan
- Variabel yang Memuaskan Menurut Konsumen:
 - Keanekaragaman jenis alat pertukangan (palu, gergaji, obeng, dan lainnya.)
 - Keanekaragaman jenis material utama (besi beton, semen, cat, dan lainnya.)
 - Ketersediaan berbagai macam merek suatu produk
 - Kerapian penyusunan produk di toko
 - Keadaan produk yang masih baik saat dijual
 - Kejelasan nota pembelian
 - Harga jasa antar material yang terjangkau
 - Keberadaan letak toko material yang mudah temukan
 - Keberadaan letak toko material yang mudah dijangkau
 - Keanekaragaman kendaraan umum yang melalui toko material
 - Keamanan lingkungan toko material
 - Luas toko material yang cukup besar
 - Kebersihan toko material
 - Penerangan dalam toko material
 - Keadaan sirkulasi udara dalam toko material
 - Keadaan suhu udara dalam toko material
 - Kondisi toko material yang bersih dan terawat
 - Kejelasan papan nama di depan toko material
 - Kesigapan pegawai apabila konsumen datang
 - Pengetahuan pegawai tentang material
 - Keramahan pegawai
 - Kesopanan pegawai
 - Keraihan pegawai
 - Kejujuran pegawai
 - Ketelitian pegawai
 - Kesesuaian produk yang diberikan dengan yang diminta
 - Ketepatan perhitungan harga dan kembalian saat bertransaksi
 - Kejelasan proses pengembalian barang bermasalah (garansi toko)
 - Kualitas pelayanan melalui telepon
 - Kecepatan waktu pengiriman jasa antar material

- Variabel yang Belum Memuaskan Menurut Konsumen:
 - Keanekaragaman jenis material pelengkap (baut, kabel, paku, dan lainnya.)
 - Kualitas jasa angkut mobil pengantar material
 - Seringnya event potongan harga pada saat-saat tertentu
 - Harga yang lebih murah dibanding toko material lain
 - Kejelasan iklan melalui media cetak
 - Kejelasan iklan melalui media elektronik
 - Kejelasan tersedianya gratis jasa antar pada saat tertentu
 - Besarnya potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu
 - Kemudahan mendapatkan tempat parkir
 - Luasnya tempat parkir yang memadai
 - Kecepatan pegawai dalam melayani konsumen
 - Jumlah pegawai yang memadai
 - Kejelasan informasi yang diberikan pegawai
 - Keanekaragaman alternatif cara pembayaran (*cash*, kartu kredit, dan lainnya.)

3. Keunggulan dan kelemahan dari TB Sumber bangunan dibandingkan pesaingnya yang diperoleh dari hasil pengolahan *Correspondence Analysis (CA)*:

- Keunggulan TB Sumber Bangunan:
 - Keanekaragaman jenis material utama (besi beton, semen, cat, dan lainnya.)
 - Kerapian penyusunan produk di toko
 - Keadaan produk yang masih baik saat dijual
 - Harga jasa antar material yang terjangkau
 - Kejelasan iklan melalui media elektronik
 - Keamanan lingkungan toko material
 - Kebersihan toko material
 - Penerangan dalam toko material
 - Keadaan sirkulasi udara dalam toko material
 - Keadaan suhu udara dalam toko material
 - Kondisi toko material yang bersih dan terawat
 - Kejelasan papan nama di depan toko material
 - Keramahan pegawai
 - Kesopanan pegawai
 - Kesesuaian produk yang diberikan dengan yang diminta

- Ketepatan perhitungan harga dan kembalian saat bertransaksi
 - Kejelasan proses pengembalian barang bermasalah (garansi toko)
 - Kualitas pelayanan melalui telepon
- Kelemahan TB Sumber Bangunan:
- Keanekaragaman jenis alat pertukangan (palu, gergaji, obeng, dan lainnya.)
 - Kualitas jasa angkut mobil pengantar material
 - Seringnya event potongan harga pada saat-saat tertentu
 - Kejelasan nota pembelian
 - Harga yang lebih murah dibanding toko material lain
 - Kejelasan iklan melalui media cetak
 - Kejelasan tersedianya gratis jasa antar pada saat tertentu
 - Besarnya potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu
 - Keberadaan letak toko material yang mudah ditemukan
 - Keanekaragaman kendaraan umum yang melalui toko material
 - Kemudahan mendapatkan tempat parkir
 - Luas toko material yang cukup besar
 - Luasnya tempat parkir yang memadai
 - Kesigapan pegawai apabila konsumen datang
 - Kecepatan pegawai dalam melayani konsumen
 - Pengetahuan pegawai tentang material
 - Ketelitian pegawai
 - Jumlah pegawai yang memadai
 - Kejelasan informasi yang diberikan pegawai
 - Keanekaragaman alternatif cara pembayaran (*cash*, kartu kredit, dan lainnya.)
 - Kecepatan waktu pengiriman jasa antar material
- Variabel yang bersaing:
- Keaneragaman jenis material pelengkap (baut, kabel, paku, dan lainnya.)
 - Ketersediaan berbagai macam merek suatu produk
 - Keberadaan letak toko material yang mudah dijangkau
 - Kerapian pegawai
 - Kejujuran pegawai

4. *Segmentation, targeting* dan *positioning* yang sesuai dengan kondisi TB

Sumber Bangunan:

➤ *Segmentation*

- Segmentasi berdasarkan geografis:
 - Tempat tinggal/wilayah
- Segmentasi berdasarkan demografis:
 - Pekerjaan/profesi
 - Penghasilan/bulan
- Segmentasi berdasarkan psikografis:
 - Produk yang diminati
- Segmentasi berdasarkan perilaku:
 - Penggunaan
 - Pihak yang menyarankan
 - Jenis produk
 - Paket pembelian
 - Jenis media

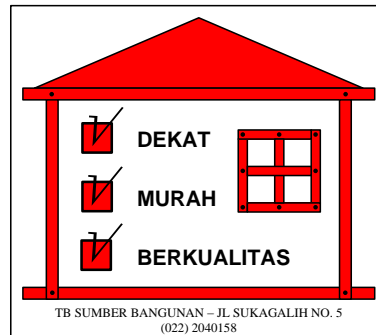
➤ *Targeting*

Hasil *targeting* yang didapatkan:

- Daerah Sukajadi
- Penghasilan per bulan < Rp. 1.500.000,00
- Bidang pekerjaan non-bangunan
- Kebutuhan personal

➤ *Positioning*

Agar *positioning* perusahaan semakin kokoh melekat dalam benak para konsumennya, TB Sumber Bangunan dapat merancang sebuah slogan “Dekat, Murah dan Berkualitas” atau logo. Namun untuk mewakili keduanya, TB Sumber Bangunan dapat membuat sebuah logo yang juga mewakili slogan yang dapat melekat di benak konsumen. Berikut adalah logo yang dapat dipertimbangkan oleh pihak TB Sumber Bangunan.



Gambar 6.1
Usulan Logo TB Sumber Bangunan

5. Strategi bauran pemasaran berdasarkan 7P (*Product, Price, Promotion, Place, Physical Evidence, People* dan *Process*) yang dapat dilakukan kepada TB Sumber Bangunan untuk meningkatkan penjualannya:

➤ *Product*

- TB Sumber Bangunan dapat menyusun jadwal *service* berkala untuk kendaraan angkutan material agar kualitasnya meningkat
- TB Sumber Bangunan menyediakan berbagai jenis alat pertukangan yang dibutuhkan oleh konsumen

➤ *Price*

- TB Sumber Bangunan dapat melakukan *event* potongan harga di saat daya beli konsumen meningkat seperti pada awal atau akhir bulan dan hari raya tertentu
- TB Sumber Bangunan harus memilih distributor yang dapat memberikan produk dengan harga yang lebih murah

➤ *Promotion*

- TB Sumber Bangunan dapat memberikan aturan atau persyaratan yang pasti dalam jumlah pembelian tertentu agar konsumen mengetahui informasi yang jelas tentang tersedianya jasa antar gratis

- TB Sumber Bangunan dapat menekan harga jual atau memberikan potongan harga pada jumlah pembelian tertentu dengan mencari distributor produk yang menawarkan harga lebih murah
- *Place*
 - Kendaraan angkutan material milik toko yang sedang tidak beroperasi dapat diparkirkan di garasi milik TB Sumber Bangunan
 - TB Sumber Bangunan harus membuat papan pamflet yang cukup besar, menarik dan jelas agar konsumen mudah menemukan keberadaan toko materialnya
- *Physical Evidence*
 - TB Sumber Bangunan dapat mengusahakan untuk tidak memarkirkan kendaraan angkutan tokonya di lahan parkir toko material agar tidak memakan luas tempat parkir yang ada
 - TB Sumber Bangunan dapat menata ulang sistem penyimpanan produk-produk yang memakan luas toko sehingga konsumen dapat leluasa dalam melakukan transaksi di TB Sumber Bangunan
- *People*
 - TB Sumber Bangunan membuat denah letak penyimpanan produk yang mudah dibaca oleh pegawai agar mudah menentukan letak produk yang diminta oleh konsumen
 - TB Sumber Bangunan dapat menempatkan pegawai yang sedang tidak berkerja untuk membantu bagian pelayanan atau pengambilan produk agar pelayanan yang dilakukan pada TB Sumber Bangunan dapat berjalan dengan baik

➤ *Process*

- TB Sumber Bangunan menerapkan *learning by doing* kepada pegawai dengan cara pemilik TB Sumber Bangunan berada beberapa saat di toko untuk ikut serta dalam memberikan informasi dan saran kepada konsumen agar pegawai dapat menyampaikan informasi dengan baik
- TB Sumber Bangunan mengadakan sistem pembayaran melalui rekening bank untuk mendukung pemesanan melalui telepon tersebut dan juga untuk mendukung perkembangan teknologi yang semakin maju

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan kepada TB Sumber Bangunan adalah untuk terus mengadakan penelitian lebih lanjut, sehingga kinerja dari TB Sumber Bangunan dapat terus meningkat seiring dengan perkembangan zaman yang memungkinkan kebutuhan masyarakat akan material bangunan meningkat. Apabila pasar potensial di wilayah sekitar TB Sumber Bangunan dirasa sudah mati, maka penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan memperluas ruang lingkup responden, sebagai contoh responden yang bertempat tinggal di Bandung Utara dan sekitarnya. Dan untuk terus menarik minat beli konsumen, pihak TB Sumber Bangunan dapat mempertimbangkan beberapa promo-promo yang membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian seperti mengadakan paket-paket yang terdiri dari material bahan bangunan berserta jasa pembangunannya dengan suatu konsep yang menarik.