

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Hasil Segmentasi, *Targeting* dan *Positioning* Sky Karaoke :

- **Segmentasi**

- a. Jenis Kelamin : Pria, Wanita.
- b. Usia : 15-25 tahun, 26-35 tahun, 36-45 tahun, >45 tahun.
- c. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa, Wiraswasta, Pegawai Swasta, Pegawai Negeri, dan lainnya.
- d. Lokasi : Cianjur Kota, Cianjur Selatan.
- e. Uang Saku : < 1 juta, 1 juta < Uang Saku ≤ 2 juta, 2 juta < Uang Saku ≤ 3 Juta dan lainnya.
- f. Penghasilan : <2 juta, 2 juta < Penghasilan ≤ 4 juta, 4 juta < Penghasilan ≤ 6 Juta, dan lainnya.
- g. Tempat Karaoke yang sering dikunjungi : Sky Karaoke, LM KTV.
- h. Dengan sapa mengunjungi karaoke : Teman, Pasangan, Keluarga, Lainnya.
- i. Jam mengunjungi karaoke : 10.00 -14.00, 14.00 – 18.00, 18.00 – 22.00, 22.00 – 02.00.
- j. Frekuensi Kedatangan : 1 kali, 2 kali, 3 kali, lainnya.
- k. Jenis lagu yang disukai : Pop, Rock, Jazz, lainnya.
- l. Ukuran karaoke yang sering dikunjungi : Small, Medium, VIP, lainnya.
- m. Kapasitas ruangan small : 2 orang, 4 orang, 6 orang, dan lainnya.
- n. Kapasitas ruangan medium : 6 orang, 8 orang, 10 orang, dan lainnya.
- o. Kapasitas ruangan VIP : 8 orang, 10 orang, 12 orang, dan lainnya.

- **Targeting**

- a. Jenis Kelamin : Pria dan Wanita.
- b. Usia : 15-25 tahun dan 26-35 tahun.
- c. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa dan Wiraswasta.
- d. Lokasi : Cianjur Kota.
- e. Uang Saku : $< 1 \text{ juta}$ dan $1 \text{ juta} < \text{Uang Saku} \leq 2 \text{ juta}$.
- f. Penghasilan : $< 2 \text{ juta}$ dan $2 \text{ juta} < \text{Penghasilan} \leq 4 \text{ juta}$.
- g. Tempat Karaoke yang sering dikunjungi : LM KTV.
- h. Dengan siapa mengunjungi karaoke : Teman dan Pasangan.
- i. Jam mengunjungi karaoke : 14.00 – 18.00, 18.00 – 22.00, dan 22.00 – 02.00.
- j. Jenis lagu yang disukai : Pop, Rock, dan jazz.
- k. Ukuran karaoke yang sering dikunjungi : Small dan Medium.

- **Positioning**

Positioning yang diberikan untuk Sky Karaoke adalah “*Let’s Sing and Make Your Life Not Only Black & White*” yang artinya Mari Menyanyi dan Membuat Hidup Anda Bukan Hanya Hitam & Putih melainkan harus penuh warna.

2. Hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih suatu tempat karaoke adalah :

Tabel 6.1
Hasil Tingkat Kepentingan

No	Variabel	Penting	Tidak Penting	Presentase %	
				Penting	Tidak
1	Ketersediaan beraneka ragam minuman	22	8	73%	27%
2	Rasa dari minuman	19	11	63%	37%
3	Kebersihan makanan	16	14	53%	47%
4	Kebersihan minuman	17	13	57%	43%
5	Kenyamanan tempat duduk (sofa) ruang karaoke	16	14	53%	47%
6	Jumlah <i>microphone</i> sesuai dengan kapasitas ruangan	25	5	83%	17%
7	Kualitas <i>sound system</i>	30	0	100%	0%
8	Kualitas tampilan pada layar TV	28	2	93%	7%
9	Dekorasi ruangan karaoke yang menarik	28	2	93%	7%
10	Harga yang bersaing dibanding kompetitor	29	1	97%	3%
11	Harga sesuai dengan kenyamanan tempat	28	2	93%	7%
12	Kualitas minuman yang sesuai dengan harga	22	8	73%	27%
13	Lokasi karaoke yang terletak di pusat kota	18	12	60%	40%
14	Lokasi karaoke yang dapat dilalui kendaraan umum	17	13	57%	43%
15	Lokasi karaoke terletak di pinggir jalan raya	18	12	60%	40%
16	Ketersediaan paket karaoke yang lebih terjangkau	25	5	83%	17%
17	Ketersediaan <i>discount</i> dengan syarat-syarat tertentu (member, kartu pelajar, acara-acara tertentu)	29	1	97%	3%
18	Pemasangan iklan melalui spanduk	19	11	63%	37%
19	Kesopanan karyawan dalam melayani konsumen	28	2	93%	7%
20	Kejujuran karyawan dalam menghadapi konsumen	30	0	100%	0%
21	Keramahan karyawan dalam menghadapi konsumen	27	3	90%	10%
22	Ketanggapan karyawan dalam menghadapi keluhan konsumen	25	5	83%	17%
23	Keterbukaan karyawan untuk menerima kritik konsumen	22	8	73%	27%
24	Kesigapan karyawan dalam menghadapi keluhan konsumen	27	3	90%	10%
25	Pengetahuan karyawan dalam menghadapi keluhan konsumen	30	0	100%	0%
26	Ketepatan kasir dalam proses pembayaran	30	0	100%	0%
27	Kecepatan kasir dalam proses pembayaran	28	2	93%	7%
28	Ketersediaan bukti pembayaran	21	9	70%	30%
29	Kecepatan karyawan dalam menanggapi permintaan konsumen	30	0	100%	0%
30	Ketersediaan pembayaran dalam bentuk (debit, cash, credit, flash)	24	6	80%	20%
31	Dekorasi ruang tunggu karaoke yang menarik	28	2	93%	7%
32	Kebersihan ruangan karaoke	30	0	100%	0%
33	Kesejukan ruangan dengan fasilitas Ac	30	0	100%	0%
34	Kerapihan ruangan karaoke	26	4	87%	13%
35	Ketersediaan tempat parkir yang memadai	25	5	83%	17%

3. Tingkat kepuasan konsumen terhadap performansi Sky Karaoke :

Dilihat pada kuadran 2 (*Maintain Performance*) yang menunjukkan dimana performansi tinggi dan harapan tinggi terdapat pada variabel :

- Variabel 32, kebersihan ruangan karaoke
- Variabel 33, kesejukan ruangan dengan fasilitas Ac
- Variabel 24, kesigapan karyawan dalam menanggapi keluhan konsumen
- Variabel 27, kecepatan kasir dalam proses pembayaran
- Variabel 12, kualitas minuman yang sesuai dengan harga
- Variabel 30, ketersediaan pembayaran dalam bentuk (debit,cash,credit,flash)
- Variabel 25, pengetahuan karyawan dalam menghadapi keluhan konsumen
- Variabel 11, harga sesuai dengan kenyamanan tempat.

4. Keunggulan, kelemahan dan persaingan Sky Karaoke terhadap LM KTV :

- Terdapat 10 variabel yang menunjukkan keunggulan Sky Karaoke dibandingkan dengan LM KTV.

Tabel 6.2
Keunggulan Sky Karaoke

No	Pernyataan
1	Ketersediaan beraneka ragam minuman
2	Rasa dari minuman
3	Kebersihan makanan
4	Kebersihan minuman
5	Kenyamanan tempat duduk (sofa) ruang karaoke
9	Dekorasi ruangan karaoke yang menarik
31	Dekorasi ruang tunggu karaoke yang menarik
32	Kebersihan ruangan karaoke
34	Kerapihan ruangan karaoke
35	Ketersediaan tempat parkir yang memadai

- Terdapat 18 variabel yang menunjukkan kelemahan Sky Karaoke dibandingkan dengan LM KTV.

Tabel 6.3
Kelemahan Sky Karaoke

No	Pernyataan
6	Jumlah <i>microphone</i> sesuai dengan kapasitas ruangan
7	Kualitas <i>sound system</i>
8	Kualitas tampilan pada layar TV
10	Harga yang bersaing dibanding kompetitor
11	Harga sesuai dengan kenyamanan tempat
12	Kualitas minuman yang sesuai dengan harga
16	Ketersediaan paket karaoke yang lebih terjangkau
17	Ketersediaan <i>discount</i> dengan syarat-syarat tertentu (member, kartu pelajar, acara-acara tertentu)
18	Pemasangan iklan melalui spanduk
21	Keramahan karyawan dalam menghadapi konsumen
22	Ketanggapan karyawan dalam menghadapi keluhan konsumen
23	Keterbukaan karyawan untuk menerima kritik konsumen
24	Kesigapan karyawan dalam menghadapi keluhan konsumen
25	Pengetahuan karyawan dalam menghadapi keluhan konsumen
27	Kecepatan kasir dalam proses pembayaran
28	Ketersediaan bukti pembayaran
29	Kecepatan karyawan dalam menanggapi permintaan konsumen
30	Ketersediaan pembayaran dalam bentuk (debit, cash, credit, flash)

- Terdapat 7 variabel yang menunjukkan variabel-variabel yang bersaing antara Sky Karaoke dengan LM KTV.

Tabel 6.4
Persaingan Sky Karaoke dengan LM KTV

No	Pernyataan
13	Lokasi karaoke yang terletak di pusat kota
14	Lokasi karaoke yang dapat dilalui kendaraan umum
15	Lokasi karaoke terletak di pinggir jalan raya
19	Kesopanan karyawan dalam melayani konsumen
20	Kejujuran karyawan dalam menghadapi konsumen
26	Ketepatan kasir dalam proses pembayaran
33	Kesejukan ruangan dengan fasilitas Ac

5. Strategi pemasaran yang dilakukan menggunakan metode 7P : *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence.*

❖ *Product*

- Ketersediaan beraneka ragam minuman
- Rasa dari minuman
- Kebersihan makanan

- Kebersihan minuman
- Kenyamanan tempat duduk (sofa) ruang karaoke
- Jumlah *microphone* sesuai dengan kapasitas ruangan
- Kualitas *sound system*
- Kualitas tampilan pada layar TV
- ❖ *Price*
 - Harga yang bersaing dibanding kompetitor
 - Harga sesuai dengan kenyamanan tempat
 - Kualitas minuman yang sesuai dengan harga
- ❖ *Place*
 - Lokasi karaoke yang terletak di pusat kota
 - Lokasi karaoke yang dapat dilalui kendaraan umum
 - Lokasi karaoke terletak di pinggir jalan raya
- ❖ *Promotion*
 - Ketersediaan paket karaoke yang lebih terjangkau
 - Ketersediaan *discount* dengan syarat-syarat tertentu (member, kartu pelajar, acara-acara tertentu)
 - Pemasangan iklan melalui spanduk
- ❖ *People*
 - Kesopanan karyawan dalam melayani konsumen
 - Kejujuran karyawan dalam menghadapi konsumen
 - Keramahan karyawan dalam menghadapi konsumen
 - Ketanggapan karyawan dalam menghadapi keluhan konsumen
 - Keterbukaan karyawan untuk menerima kritik konsumen
 - Kesigapan karyawan dalam menghadapi keluhan konsumen
 - Pengetahuan karyawan dalam mengahdapi keluhan konsumen
 - Kecepatan karyawan dalam menanggapi permintaan konsumen
- ❖ *Process*
 - Ketepatan kasir dalam proses pembayaran
 - Kecepatan kasir dalam proses pembayaran

- Ketersediaan bukti pembayaran
- Ketersediaan pembayaran dalam bentuk (debit, cash, credit, flash)

❖ *Physical Evidence*

- Dekorasi ruangan karaoke yang menarik
- Dekorasi ruang tunggu karaoke yang menarik
- Kebersihan ruangan karaoke
- Kesejukan ruangan dengan fasilitas Ac
- Kerapihan ruangan karaoke
- Ketersediaan tempat parkir yang memadai

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa strategi pemasaran yang harus dilakukan Sky Karaoke adalah dengan lebih banyak lagi memasang spanduk khususnya di daerah Cianjur Selatan agar orang-orang disana mengetahui keberadaan Sky Karaoke, lalu Sky Karaoke harus menyediakan paket-paket khusus untuk konsumen, *discount* dengan syarat-syarat tertentu ataupun promosi lainnya yang dapat menarik banyak konsumen.

6. Usulan yang diberikan adalah :

- ✓ Sky Karaoke dapat memperhatikan jumlah *microphone* yang berada di tiap-tiap jenis ruangan, khususnya untuk ruangan *small* seharusnya diberikan 2 *microphone*.
- ✓ Dapat memperhatikan masing-masing kualitas Tv dari tiap ruangan, yang paling utama adalah kualitas tampilan pada layar, karena pada saat berkaraoke konsumen berfokus pada tampilan layar. Maka dari itu, Sky karaoke harus berusaha untuk memperbaiki kualitas tampilan pada layar Tv demi kepuasan konsumen dengan cara mengontrol masing-masing ruangan dan memperbaiki bila terjadi kerusakan pada tampilan layar Tv.
- ✓ Memperhatikan kualitas *sound system* dengan cara mengontrol masing-masing ruangan dan memperbaiki *sound system* apabila terjadi kerusakan.
- ✓ Sky karaoke harus dapat menyesuaikan harga dengan kompetitor, dimana dilihat berdasarkan *targeting* uang saku konsumen yang berkisar uang saku ≤ 1 juta, $1 \text{ juta} < \text{uang saku} \leq 2 \text{ juta}$, dan yang sudah berpenghasilan

berkisar penghasilan ≤ 2 juta, 2 juta $<$ penghasilan ≤ 4 juta. Oleh karena itu, Sky Karaoke harus mempertimbangkan harga sesuai dengan pendapatan konsumen. Dengan demikian Sky Karaoke dapat memberikan kisaran harga yang tepat untuk harga karaoke, harga yang murah dibanding dengan kompetitor, sehingga dapat menarik konsumen untuk datang ke Sky Karaoke.

- ✓ Memperhitungkan kembali harga minuman dengan kualitasnya dengan cara lebih memperhatikan lagi rasa dari minuman tersebut dan ukuran minuman yang diberikan agar minuman yang ditawarkan dapat sesuai dengan biaya yang dikeluarkan.
- ✓ Melakukan harga khusus/memberikan *discount* yang lebih menarik dibandingkan dengan kompetitor.
- ✓ Membuat paket-paket yang harganya lebih terjangkau / lebih murah dari harga normal.
- ✓ Melakukan pemasangan iklan melalui spanduk khususnya di daerah Cianjur Selatan.
- ✓ Melakukan *training* kembali kepada para karyawan, guna melatih karyawan untuk dapat menghadapi konsumen yang lebih baik lagi dalam hal keramahan, kejujuran, keterbukaan, kesopanan, dll.
- ✓ Memperhatikan bukti pembayaran konsumen, agar konsumen mempunyai bukti yang jelas dengan mencantumkan keterangan ruangan yang digunakan beserta harga dan dengan tinta yang jelas agar dapat terlihat oleh konsumen.
- ✓ Memperhatikan kenyamanan tempat dengan memberikan fasilitas yang baik seperti ketersediaan *microphone* yang sesuai, kesejukan ruangan yang cukup, kualitas Tv dan *sound system* yang baik, dan yang lainnya yang berhubungan dengan karaoke. sehingga harga yang diberikan dapat sesuai dengan kenyamanan tempat yang tersedia.
- ✓ Untuk dekorasi ruangan tunggu maupun ruangan karaoke sebaiknya di desain *full colour*, agar dapat menarik konsumen dan sesuai dengan positioning yang diberikan dan target pasar yaitu anak muda.

6.2 Saran

Dari hasil pengolahan data dan analisis didapatkan beberapa usulan yang diberikan seperti pada kesimpulan di atas. Dengan landasan hasil pengolahan data, maka penulis memberikan beberapa saran untuk Sky Karaoke sebagai berikut :

- Sky Karaoke dapat mempertimbangkan usulan dari penulis untuk meningkatkan tingkat performansinya dimata konsumen.
- Melakukan *training* kembali kepada seluruh karyawan, agar karyawan dapat lebih baik lagi melayani konsumen baik dalam sikap maupun pengetahuan karyawan. *Training* ini juga dapat dilakukan dengan tujuan mengetahui posisi bagian kerja yang tepat bagi konsumen.
- Sky Karaoke harus lebih memperhatikan pesaingnya, karena di dalam penelitian ini sangat terlihat bahwa LM KTV lebih unggul dibandingkan dengan Sky Karaoke. Keunggulan-keunggulan tersebut merupakan hal penting bagi konsumen untuk menarik niat konsumen untuk datang ke suatu tempat karaoke.
- Sky Karaoke harus meneliti lebih dalam mengenai jenis lagu apa yang banyak diminati konsumen berdasarkan *targeting*, yaitu anak muda yang berumur 17-25 tahun, dan melakukan penelitian lebih lanjut terhadap dekorasi ruangan yang menjadi daya tarik konsumen serta peralatan/*sound system* yang lebih lengkap dan lebih canggih sejalan berkembangnya teknologi.
- Memiliki fasilitas *wifi* di setiap ruangan karaoke.