

BAB VI

KESIMPULAN DAN 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 bagi para konsumen dalam memilih toko komputer:

- Keanekaragaman jenis kantong plastik yang tersedia.
- Kelengkapan jenis bahan kantong plastik.
- Kejelasan nota pembelian.
- Dekat dengan pusat pembelanjaan/pasar.
- Kecepatan karyawan dalam melayani konsumen.
- Keramahan karyawan.
- Kekuatan kantong plastik.
- Harga kompetitif dengan pesaing.
- Potongan harga (diskon) bagi yang sudah jadi pelanggan.
- Berlokasi dipinggir jalan raya pesaing.
- Potongan harga (diskon) untuk pembelian dalam jumlah tertentu.
- Barang – barang tersusun rapi.
- Adanya papan nama toko plastik dipinggir jalan.
- Sirkulasi udara didalam toko.
- Kecepatan dalam melayani permintaan.

2. Tingkat kepuasan konsumen toko dimata para konsumen:

- ❖ Ketersediaan barang yang dibutuhkan.
- ❖ Biaya pengiriman murah atau free.
- ❖ Adanya gudang barang.
- ❖ Kebersihan toko.
- ❖ Ketepatan dalam transaksi penjualan (tidak salah memberi barang).
- ❖ Kecepatan dalam melayani permintaan.
- ❖ Kemudahan dalam pembayaran (angsuran/cicilan).

❖ Adanya bukti pembelian yang jelas (Nota)

3. Hasil *Segmentasi*, *Targeting*, dan *Positioning* dari toko plastik TGC berdasarkan penyebaran kuesioner penelitian bagian 1 antara lain :

➤ *Segmentasi*

1. Tempat tinggal : Kabupaten Muara Enim
2. Usia : ≥ 17 tahun status sebagai pedagang dan dengan penghasilan per bulan Rp 2.600.000 sampai dengan Rp 5.000.000 dan ibu rumah tangga dengan penghasilan per bulan Rp 1.600.000 sampai dengan Rp 2.500.000.
3. Rutin dalam melakukan pembelian plastik : 5-6 perbulan.
4. Info mengenai toko plastik TGC : Teman atau saudara.
5. Cara pembayaran : Tunai dan mencicil.
6. Pada saat kapan membeli plastik : kebutuhan dan dijual kembali
7. Kriteria dalam memilih plastik: kualitas dan harga.
8. Tindakan yang dilakukan apabila terjadi kesalahan pemelian : mengganti dengan produk lain.

➤ *Targeting*

Target pasar untuk toko plastik TGC yang dituju yaitu konsumen yang berumur diatas 18 tahun dengan status atau pekerjaan sebagai pedagang dan dengan penghasilan per bulan Rp 2.600.000 sampai dengan Rp 5.000.000 dan ibu rumah tangga dengan penghasilan per bulan Rp 1.600.000 sampai dengan Rp 2.500.000, dan konsumen yang bertempat tinggal di Kabupaten Muara Enim.

➤ *Positioning*

Toko plastik TGC memposisikan dirinya sebagai toko plastik yang dapat memenuhi dan memberikan pelayanan yang baik untuk memenuhi kebutuhan konsumen, maka dari itu toko plastik TGC mengusung slogan “**Anda Mempercayai Kami Menjamin**” artinya kalau konsumen sudah memberi kepercayaan kepada toko plastik TGC, toko plastik TGC menjamin plastik yang dibeli berkualitas baik dan pelayanan yang baik. Slogan tersebut sangat cocok bagi toko plastik TGC yang bertujuan untuk memberikan produk yang berkualitas dan terbaik serta memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen agar konsumen dapat melakukan kegiatan setiap hari dengan lancar dan optimal untuk memenuhi kebutuhan mereka dan memperlancar bisnis atau usaha para responden.

4. Hal yang menjadi keunggulan dan kelemahan toko plastik TGC terhadap pesaing

❖ Keunggulan toko plastik TGC dibanding pesaing lain:

- Keanekaragaman jenis kantong plastik yang tersedia (PE, PP, Plastik klip, dan HDPE).
- Kelengkapan ukuran kantong plastik.
- Kekuatan kantong plastik.
- Potongan harga (diskon) bagi yang sudah jadi pelanggan.
- Promosi yang menarik melalui media elektronik (Radio).
- Adanya potongan harga (diskon) untuk pembelian jumlah tertentu.
- Biaya pengiriman murah/free.
- Kecepatan karyawan dalam melayani konsumen.
- Keramahan karyawan.
- Pengetahuan karyawan mengenai produk.
- Adanya gudang barang.
- Barang-barang tersusun rapi.
- Kebersihan toko.
- Ketepatan dalam transaksi penjualan (tidak salah memberi barang).
- Adanya tempat parkir yang memadai.
- Perhitungan biaya-biaya yang tepat dalam nota.
- Kecepatan dalam melayani permintaan.
- Kemudahan dalam pembayaran (angsuran/cicilan).
- Adanya bukti pembelian yang jelas (Nota).
- Proses pembayaran dapat dilakukan secara non tunai (debit).

❖ Kelemahan toko plastik TGC dibanding pesaing lain:

- Kelengkapan jenis bahan kantong plastik.
- Kesedian barang yang dibutuhkan.
- Kejelasan nota pembelian.
- Harga kompetitif dengan pesaing.
- Berlokasi dipinggir jalan raya utama.
- Dekat dengan pusat pembelanjaan/pasar.
- Lokasi dilalui oleh kendaraan umum.

- Jumlah karyawan yang memadai.
- Adanya papan merk toko plastik dipinggir jalan.
- Sirkulasi udara didalam toko.
- Kejelasan Papan nama toko plastik TGC.
- Pembayaran dapat dicicil.

5. Strategi pemasaran apa yang tepat agar dapat dipakai oleh toko TGC dalam meningkatkan penjualan:

- Memanfaatkan konsumen yang sebagian besar pedagang atau konsumen akhir sebagai pasar utama dengan menjual kantong plastik yang beraneka ragam jenis, ketebalan, dan kekuatan kantong plastik untuk memenuhi kebutuhan para konsumen.

Usulan yang diberikan kepada toko plastik TGC setelah dilakukannya analisis mengenai variabel yang dipentingkan serta segmenting, targeting, dan positioning yang diarahkan kepada target pasar yaitu pedagang atau konsumen akhir.

1. *Product (Produk)*

- Toko Plastik TGC harus mampu menyediakan bermacam kantong plastik yang dibutuhkan konsumen dengan lengkapnya ukuran dan jenis kantong plastik serta merek kantong plastik yang menyediakan kualitas kantong plastik yang baik. .

2. *Price (Harga)*

- Toko Plastik TGC dapat melakukan perbaikan dengan mencari distributor yang memberikan harga yang lebih murah dari distributor lain tapi tidak dengan tidak menguraing kualitas kantong plastik seperti yang diinginkan parah konsumen.

3. *Place (Tempat/ Lokasi)*

- Toko Plastik TGC dapat penambahan menyediakan kursi tunggu konsumen yang dapat dilipat agar bisa disimpan apa bila tidak digunakan dan tidak makan tempat.
- Toko Plastik TGC menambahkan fan agar dapat membuat sirkulasi udara cepat berganti agar konsumen nyaman masuk kedalam toko.

4. *Promotion (Promosi)*

- Toko Plastik TGC harus sering memberikan potongan harga pada konsumen yang sudah menjadi langganan dan konsumen yang berbelanja dalam jumlah banyak. Sehingga dapat menarik konsumen dan membuat konsumen menjadi puas dengan kinerja dari perusahaan.

5. *People (Orang/ Partisipan)*

- Toko Plastik TGC harus memberikan pelatihan kepada setiap pegawainya untuk mampu melayani keinginan konsumen dan dapat melatih cara berkomunikasi, cara menanggapi konsumen yang baik pada saat pekerja berhadapan dengan konsumen.

6. *Physical Evidence (Sarana Fisik)*

- Toko Plastik TGC dapat melakukan perencanaan tata letak ulang dari toko sehingga dapat membuat pekerja enak untuk bergerak pada saat melayani konsumen dan mudah untuk menjangkau barang.
- Toko Plastik TGC dapat menyediakan kendaraan (mobil) untuk melengkapi pelayanan dalam mengantar barang ketempat konsumen dan dapat membawah barang ketoko dengan mudah.

7. *Process (Proses)*

- Toko Plastik TGC dapat mengajarkan kepada pekerja bagaimana cara melayani konsumen dengan baik, memajarkan tentang produk yang dijual ditoko, dan mengajarkan bagaimana menghadapi konsumen yang baik.

6.2 Saran

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

- Mengutamakan atribut yang masih dirasakan belum puas oleh konsumen dan yang tertinggal dari pesaing.
- Sebaiknya dilakukan penelitian terhadap perilaku konsumen pada waktu berkunjung ke Toko Plastik TGC.
- Dilakukan penelitian lebih lanjut.