

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil kuesioner pendahuluan diketahui bahwa dua pesaing utama dari *Laundry Si Cukil* adalah *Laundry Freshwash* dan *Laundry Kinclong* yang memiliki persentase terbesar dibandingkan *laundry* lainnya yaitu sebesar 36,67 % dan 30 %.
2. Konsumen dikatakan penting apabila memberikan nilai 3 keatas pada kuesioner. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dan dilihat dari hasil rata-rata tiap variabel konsumen menganggap bahwa semua variabel penting, hanya saja terdapat variabel yang sangat penting dan penting berdasarkan besarnya nilai rata-rata tiap variabel. *Berdasarkan Importance Performance Analysis (IPA)* bahwa variabel yang tingkat kepentingannya diatas rata-rata berada pada kuadran I dan II :

Kuadran I (Focus Improvement Effort Here)

Variabel di Kuadran I

- Keharuman hasil cucian
- Ketersediaan pelayanan khusus untuk pemegang member (adanya delivery service, potongan harga,dll)
- Harga sesuai dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan
- Ketersediaan potongan harga untuk pengambilan paket-paket cucian tertentu
- Ketersediaan potongan harga cucian untuk event-event tertentu.
- Ketersediaan potongan harga cucian bagi pemegang member card
- Tempat laundry dilalui oleh kendaraan umum

- Pengetahuan karyawan mengenai jenis-jenis pelayanan cucian (cuci kiloan, cuci kering, setrika, dll)
- Pengetahuan karyawan mengenai macam-macam jenis cucian (cuci baju, cuci selimut, cuci spre, dll)
- Ketanggapan karyawan dalam melayani permintaan konsumen
- Kemudahan dalam proses pembayaran jasa laundry (tunai/flash/debit)

Kuadran II (Maintain Performance)

Variabel di kuadran II

- Kebersihan hasil laundry
- Kerapihan hasil setrika laundry
- Keutuhan warna hasil laundry (warna hasil cucian tidak pudar dan tidak luntur)
- Keanekaragaman jenis pelayanan laundry yang ditawarkan (cuci kiloan, setrika, cuci kering, dll)
- Keakuratan dalam penimbangan cucian
- Keakuratan dalam hal pengembalian hasil cucian (tidak ada cucian yang hilang)

3. Dilihat dari hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa dari 40 variabel yang ada konsumen merasa puas sebanyak 13 variabel dan konsumen merasa tidak puas sebanyak 22 variabel yaitu :

- Kebersihan hasil *laundry*
- Kerapihan hasil setrika *laundry*
- Keharuman hasil cucian
- Keutuhan warna hasil *laundry* (warna hasil cucian tidak pudar dan tidak luntur)
- Kerapihan pengemasan hasil *laundry*

- Keanekaragaman jenis pelayanan *laundry* yang ditawarkan (cuci kiloan, setrika, cuci kering, dll)
- Penggunaan peralatan dan bahan-bahan *laundry* yang berkualitas (cth: mesin cuci, dryer, detergen, pewangi dll)
- Harga sesuai dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan
- Ketersediaan potongan harga untuk pengambilan paket-paket cucian tertentu
- Ketersediaan potongan harga cucian bagi pemegang member card
- Tempat *laundry* dilalui oleh kendaraan umum
- Ketersediaan brosur mengenai macam-macam pelayanan *laundry* yang ada (cuci baju, cuci selimut, cuci spre, dll)
- Ketersediaan brosur mengenai macam-macam harga pelayanan *laundry* yang ditawarkan
- Pengetahuan karyawan mengenai jenis-jenis pelayanan cucian (cuci kiloan, cuci kering, setrika, dll)
- Pengetahuan karyawan mengenai macam-macam jenis cucian (cuci Ketepatan dalam memberikan kembalian baju, cuci selimut, cuci spre, dll)
- Keakuratan dalam penimbangan cucian
- Ketersediaan layanan pengambilan cucian
- Keakuratan dalam hal pengembalian hasil cucian (tidak ada cucian yang hilang)
- Ketersediaan area parkir *laundry* yang memadai
- Keamanan area parkir
- Tempat laundy mudah ditemukan atau dilihat (terdapat papan nama didepan *laundry*)

4. Berdasarkan hasil pengolahan CA dapat diketahui bahwa variabel-variabel yang masih tertinggal dibandingkan dengan pesaing adalah :
- Kerapihan hasil setrika *laundry*
 - Keanekaragaman jenis pelayanan *laundry* yang ditawarkan (cuci kiloan, setrika, cuci kering, dll)
 - Harga sesuai dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan
 - Ketersediaan potongan harga untuk pengambilan paket-paket cucian tertentu
 - Ketersediaan potongan harga cucian untuk event-event tertentu.
 - Ketersediaan potongan harga cucian bagi pemegang member card
 - Ketersediaan promosi melalui selebaran (brosur)
 - Ketersediaan brosur mengenai macam-macam harga pelayanan *laundry* yang ditawarkan
 - Ketersediaan brosur mengenai macam-macam harga pelayanan *laundry* yang ditawarkan
 - Ketanggapan karyawan dalam melayani permintaan konsumen
 - Ketepatan dalam memberikan kembalian
 - Ketersediaan layanan pengambilan cucian
 - Keakuratan dalam hal pengembalian hasil cucian (tidak ada cucian yang hilang)
 - Kebersihan tempat *laundry*
 - Ketersediaan area parkir *laundry* yang memadai
5. Hasil Segmentasi, *Targeting* dan *Positioning Laundry* Si Cukil:
- Segmentasi

Tabel 6.1
Segmentasi

Jenis	Segmentasi
Usia	16 - 23 thn ,24 - 30thn ,31 - 40thn ,> 41 thn
Pekerjaan	Pelajar,Mahasiswa,Pegawai Swasta ,Pegawai
Daerah Tempat Tinggal	Sekejati,Margasari,Cijawura,Jatisari,Batununggal,Wates,Mengger,
Penghasilan	≤ Rp 1 juta
	Rp 1,1 juta - Rp 3 juta
	Rp 3,1 juta - Rp 6 juta
	Rp. 6,1 juta - Rp 10 juta
Uang Saku	≥ Rp 10,1 juta
	Uang saku ≤ Rp 500.000
	Rp 600.000 - Rp 1 juta
	Rp 1,1 juta - Rp. 2,5 juta
Frekuensi ke Laundry	Rp. 2,6 juta - 4 juta
	≥ 4,1 juta
	1 Minggu Sekali , 1 Minggu Dua Kali, 2 Minggu Sekali, Sebulan Sekali, Lainnya.....
	Pengeluaran Untuk Laundry
Rp.11.000 –Rp.50.000	
Rp.51.000 – Rp.100.000	
Pengeluaran ≥ Rp.101.000	
Mengetahui Laundry Si Cukil	Temannya, Kebetulan Lewat, Lainnya
Jasa Laundry Yang Sering Digunakan	Cuci Kiloan, Cuci Kering , Cuci Setrika, Lainnya
Barang Yang Sering di laundry	Pakaian, Selimut, Sprei , Lainnya
Situasi Pada Saat Menggunakan Jasa Laundry	Banyaknya Cucian Setelah Liburan,Tidak Ada Pembantu Dirumah,Tidak Ada Waktu Untuk Mencuci, Repot Apabila Mencuci Sendiri,Cuaca (musim hujan), Lainnya

- *Targeting*

Tabel 6.2
Target Pasar

Jenis	Segmentasi
Usia	24 - 30thn
Pekerjaan	Pegawai Swasta
Daerah Tempat Tinggal	Margasari
Penghasilan	Rp 3,1 juta - Rp 6 juta
Uang Saku	Rp 1,1 juta - Rp. 2,5 juta
Frekuensi ke Laundry	1 Minggu Sekali
Pengeluaran Untuk Laundry	Rp.11.000 –Rp.50.000
Mengetahui Laundry Si Cukil	Kebetulan Lewat
Jasa Laundry Yang Sering Digunakan	Cuci Kiloan
Barang Yang Sering di laundry	Pakaian
Situasi Pada Saat Menggunakan Jasa Laundry	Tidak Ada Waktu Untuk Mencuci

- *Positioning*

Positioning usulan untuk *Laundry Si Cukil* lebih yaitu dengan adanya slogan baru “ *Speed Laundry, Great Service*” diharapkan *Laundry Si Cukil* mampu memberikan kesan positif bahwa jasa dari *Laundry Si Cukil* mengedepankan kecepatan penyelesaian cucian dan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen.

6. Usulan yang diberikan kepada *Laundry Si Cukil* agar dapat mengungguli laundry pesaingnya adalah :

- ❖ Memisahkan proses pencucian antara konsumen satu dengan yang lainnya agar cucian tidak tertukar
- ❖ Memberikan training terhadap karyawan bagaimana teknik-teknik menyetrika yang tepat agar hasil setrika rapih.
- ❖ Menambah jenis – jenis pelayanan cucian agar konsumen merasa tertarik untuk menggunakan jasa *Laundry Si Cukil*.
- ❖ Memberikan *training* terhadap karyawan agar lebih tanggap dalam menanggapi semua permintaan dari konsumen.
- ❖ Memberikan potongan harga cucian untuk event-event tertentu yang lebih besar ataupun setara dengan pesaing agar konsumen mau beralih menggunakan jasa *laundry* di *Laundry Si Cukil*.
- ❖ Meningkatkan kualitas hasil cucian agar konsumen sehingga seimbang antara harga yang ditawarkan dengan hasil cucian dengan begitu konsumen akan merasa lebih puas.
- ❖ Memberikan potongan harga yang setara dengan pesaing agar konsumen mau beralih pada *Laundry Si Cukil*.
- ❖ Tidak sering melakukan pergantian tugas sehingga karyawan tidak bingung dan konsentrasi terhadap tugasnya, sehingga dapat mengingat jenis-jenis pelayanan cucian.

- ❖ Memberikan potongan harga bagi pemegang member card yang lebih besar atau setara dengan pesaing agar konsumen mau beralih pada *Laundry Si Cukil*.
- ❖ Mencantumkan harga-harga dari pelayanan *laundry* yang ditawarkan dalam brosur.
- ❖ Merapikan setiap kendaraan yang parkir dan tidak memperbolehkan orang lain selain konsumen untuk parkir di area *Laundry Si Cukil*.
- ❖ Menghitung kembali jumlah kembalian sebelum diberikan kepada konsumen.
- ❖ Membagikan selebaran atau brosur ke tempat kost-kostan yang terletak di daerah *Laundry Si Cukil*.
- ❖ Memberlakukan piket untuk setiap karyawan dalam hal membersihkan tempat *laundry*.

7. Usulan Tambahan

- ❖ Memberikan alternatif wewangian agar konsumen dapat memilih wangi yang mereka sukai untuk pakaiannya.
- ❖ Tempat *laundry* dekat dengan pusat keramaian.
- ❖ Membuat promosi melalui media internet (facebook, twitter, toko bagus, dll)
- ❖ Membuat promosi melalui radio sesuai dengan target pasar dari *Laundry Si Cukil*.
- ❖ Membuat promosi melalui media cetak dengan target pasar yang sudah ditentukan.

6.2 Saran

Saran untuk *Laundry Si Cukil* sebaiknya meningkatkan performansi kualitas hasil cucian karena merupakan variabel yang terbukti berpengaruh dan mendapatkan prioritas perbaikan yang paling penting, dengan cara memberikan training kepada pegawai bagaimana langkah – langkah apa saja yang seharusnya dilakukan agar hasil cucian bersih dan tidak pudar, juga *Laundry Si Cukil* dapat mengganti peralatan atau bahan mencuci dengan kualitas yang lebih baik.

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah *Laundry Si Cukil* dapat mengembangkan penelitiannya dalam hal loyalitas konsumen, sehingga *Laundry Si Cukil* dapat mengukur sejauh mana loyalitas konsumen terhadap *Laundry Si Cukil*, serta hal-hal apa saja yang mempengaruhi loyalitas konsumen. *Laundry si cukil* juga dapat mengembangkan penelitiannya dalam hal menentukan strategi yang cocok untuk bersaing dengan pesaingnya. Metode yang digunakan dapat lebih dikembangkan lagi agar dapat memberikan saran yang lebih baik lagi pada perusahaan. Waktu untuk melakukan penelitian sebaiknya lebih lama sehingga penelitian dapat dilakukan secara menyeluruh dan dapat membahas semua masalah yang melatarbelakangi penelitian.

: