

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

##### 6.1.1 Atribut Yang Dianggap Penting Oleh Konsumen

Atribut yang dianggap penting oleh konsumen dapat dilihat dari hasil uji hipotesis dimana melihat kepuasan yang dirasakan konsumen berdasarkan tingkat kepentingan yang diinginkan konsumen dan performansi yang ditunjukkan PD Warna Harapan.

Berikut adalah tabel hasil dari uji hipotesis :

**Tabel 6.1**  
**Uji Hipotesis**

Variabel	Performansi		Kepentingan		(Z1 - Z2)	$\frac{Z_1 - Z_2}{\sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$	Keputusan	Kesimpulan
	$\bar{X}_1$	$\sigma_1^2$	$\bar{X}_2$	$\sigma_2^2$				
1	3.203	0.406	3.305	0.216	-0.102	-0.991	terima Ho	Konsumen puas
2	3.169	0.350	3.339	0.228	-0.169	-1.712	tolak Ho	Konsumen tidak puas
3	3.119	0.313	3.271	0.201	-0.153	-1.634	terima Ho	Konsumen puas
4	3.186	0.361	3.136	0.223	0.051	0.511	terima Ho	Konsumen puas
5	3.186	0.258	3.254	0.193	-0.068	-0.776	terima Ho	Konsumen puas
6	3.305	0.250	3.339	0.228	-0.034	-0.377	terima Ho	Konsumen puas
7	2.932	0.375	3.424	0.248	-0.492	-4.783	tolak Ho	Konsumen tidak puas
8	2.881	0.831	3.763	0.184	-0.881	-6.721	tolak Ho	Konsumen tidak puas
9	3.102	0.334	3.186	0.154	-0.085	-0.931	terima Ho	Konsumen puas
10	3.085	0.320	3.153	0.132	-0.068	-0.775	terima Ho	Konsumen puas
11	2.949	0.290	3.492	0.254	-0.542	-5.645	tolak Ho	Konsumen tidak puas
12	2.932	0.340	3.322	0.222	-0.390	-3.993	tolak Ho	Konsumen tidak puas
13	3.254	0.469	3.271	0.201	-0.017	-0.159	terima Ho	Konsumen puas
14	3.203	0.406	3.576	0.248	-0.373	-3.540	tolak Ho	Konsumen tidak puas
15	2.932	0.409	3.305	0.250	-0.373	-3.528	tolak Ho	Konsumen tidak puas
16	2.949	0.497	3.119	0.106	-0.169	-1.676	tolak Ho	Konsumen tidak puas
17	2.831	0.902	3.407	0.245	-0.576	-4.133	tolak Ho	Konsumen tidak puas
18	2.898	0.438	3.508	0.254	-0.610	-5.634	tolak Ho	Konsumen tidak puas
19	3.017	0.500	3.424	0.248	-0.407	-3.612	tolak Ho	Konsumen tidak puas
20	2.983	0.638	3.186	0.154	-0.203	-1.756	tolak Ho	Konsumen tidak puas
21	3.034	0.620	3.288	0.209	-0.254	-2.146	tolak Ho	Konsumen tidak puas
22	3.068	0.444	3.169	0.178	-0.102	-0.991	terima Ho	Konsumen puas
23	3.102	0.507	3.220	0.175	-0.119	-1.104	terima Ho	Konsumen puas
24	3.305	0.216	3.339	0.228	-0.034	-0.391	terima Ho	Konsumen puas
25	2.712	0.553	3.441	0.251	-0.729	-6.242	tolak Ho	Konsumen tidak puas
26	3.000	0.483	3.475	0.254	-0.475	-4.248	tolak Ho	Konsumen tidak puas
27	3.322	0.222	3.373	0.238	-0.051	-0.576	terima Ho	Konsumen puas
28	3.02	0.500	3.542	0.252	-0.525	-4.653	tolak Ho	Konsumen tidak puas

Dilihat dari tabel di atas maka konsumen tidak merasa puas pada atribut yang ditunjukkan oleh 2,14,21,8,7,11,12,17,19,25,26,16,28,15,16 dan 20.

### 6.1.2 Tingkat Kepentingan dan Performansi PD Warna Harapan

Dapat dilihat dengan menggunakan matriks IPA dimana atribut-atribut yang tersaji dalam kuesioner berada pada kuadran berapa berdasarkan pada tingkat kepentingan dan performansi.

Berikut adalah hasil dari pengolahan matriks IPA :

**Tabel 6.2**  
**Matriks IPA**

Kuadran II ( <i>Focus Improvement Effort Here</i> )		Uji Hipotesis	Kuadran I ( <i>Maintain Performance</i> )		Uji Hipotesis		
No Var	Variabel di kuadran II		No Var	Variabel di Kuadran I			
8	Jaminan asuransi produk	-6.721	tidak puas	2	Ketersediaan pilihan warna	-1.712	tidak puas
7	Kemudahan melakukan pembelian (pemesanan barang)	-4.783	tidak puas	14	Kemudahan sistem pembayaran	-3.540	tidak puas
11	Harga kompetitif dengan pesaing	-5.645	tidak puas	24	Packing produk	-0.391	puas
12	Kejelasan nota pembelian	-3.993	tidak puas	27	Ketepatan dalam perhitungan harga	-0.576	puas
6	Bau tinta	-0.377	puas				
17	Lokasi dekat dengan jalan raya	-4.133	tidak puas				
19	Promosi melalui media elektronik	-3.612	tidak puas				
25	Papan nama distributor tinta	-6.242	tidak puas				
26	Kecepatan dalam melakukan pengiriman	-4.2479	tidak puas				
18	Promosi melalui media cetak	-5.6341	tidak puas				
28	Ketersediaan produk	-4.6534	tidak puas				
Kuadran III ( <i>Medium Low Priority</i> )		Uji Hipotesis	Kuadran IV ( <i>Reduce Emphasis</i> )		Uji Hipotesis		
No Var	Variabel di kuadran III		No Var	Variabel di Kuadran IV			
15	Jangka waktu pembayaran	-3.528	tidak puas	1	Keanekaan jenis tinta	-0.991	puas
16	Biaya pengiriman murah	-1.676	tidak puas	3	Warna tidak mudah pudar	-1.634	puas
20	Adanya potongan harga untuk pembelian jumlah tertentu	-1.756	tidak puas	4	Tidak mudah kering	0.511	puas
				5	Kekentalan tinta	-0.776	puas
				9	Tahan terhadap air	-0.931	puas
				10	Kualitas produk setelah dicetak	-0.775	puas
				13	Kemudahan dalam pembayaran (angsuran)	-0.159	puas
				21	Kecepatan dalam melayani	-2.146	tidak puas
				22	Keramahan karyawan/sales	-0.991	puas
				23	Pengertian karyawan /sales mengenai produk	-1.104	puas

### 6.1.3 Strategi Yang Tepat Berdasarkan Posisi Perusahaan

Berdasarkan hasil pengolahan dengan matriks IE perusahaan berada pada sel 2 dengan nilai total skor IFE adalah 2.650 dan skor EFE adalah 3.020 dimana didapatkan perusahaan berada dalam *growth strategy* dengan strategi yang sesuai adalah strategi intensif seperti *market penetration*, *market development* dan *product development*.

**Tabel 6.3**  
**Matriks IE**

		SKOR TOTAL IFE		
		Kuat	Rata-rata	Lemah
S K O R  T O T A L  E F E	Tinggi	I	II	III
	Sedang	IV	V	VI
	Rendah	VII	VIII	IX

### 6.1.4 Kekuatan Kelemahan Peluang Ancaman

Didapatkan dengan menggunakan matriks SWOT berdasarkan internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dengan eksternal perusahaan (peluang dan ancaman). Dilihat dari matriks SWOT didapatkan hasil strategi sebagai berikut :

**Tabel 6.4**  
**Hasil Matriks SWOT**

<i>Strategy</i>	<i>Alternatif Strategy</i>	<i>Matriks</i>	<i>Jenis Strategy</i>
SO	Memberikan kemudahan saat melakukan transaksi	S13,S14,S27:O1,O2,O3	<i>market penetration</i>
	Menyediakan produk yang dibutuhkan konsumen	S1,S2:O1,O2	<i>product development</i>
ST	Meningkatkan kualitas SDM	S23,S27:T1,T2,T4	<i>market development</i>
WO	Memberikan jaminan pada konsumen	W8,W26;O2,O3	<i>product development</i>
	Memanjakan konsumen yang bertransaksi dalam skala besar	W20;O1,O2,O4	<i>market penetration</i>
WT	Memberikan harga yang sesuai	W11,W16,T1,T2,T6,T7	<i>market penetration</i>

### 6.1.5 Segmentasi, *Targeting* dan *Positioning* PD Warna Harapan

#### a) Psikografi → Informasi :

Informasi	Media Cetak	3	5.085
	Web site	7	11.864
	Teman/Saudara	16	27.119
	Rekan bisnis	33	55.932

#### b) Perilaku → minimal pemesanan

Minimal Pemesanan	< 50 kg	29	49.153
	50 - 100 kg	23	38.983
	> 100 kg	7	11.864

#### → cara pembayaran

Cara Pembayaran	Giro	2	3.390
	Kredit	42	71.186
	Tunai / cash	15	25.424

#### → kemudahan pembayaran

Kemudahan Pembayaran	Angsuran	38	64.407
	E - banking	8	13.559
	Kartu Kredit	11	18.644
	Tenggang Waktu	2	3.390

#### ✓ *Targeting*

Target dari perusahaan adalah memprioritaskan pemasaran dengan penyampaian informasi dari konsumen yang setia dengan PD Warna Harapan serta teman/ saudara yang bergerak dalam industri percetakan. Target utama adalah konsumen yang membeli dalam skala < 50kg dan

50 kg-100 kg dengan cara pembayaran konsumen dengan kredit ataupun *cash*. Dan memberikan kemudahan konsumen dalam melakukan pembayaran yaitu dengan sistem angsuran.

✓ **Positioning**

PD Warna Harapan merupakan *supplier* tinta DIC untuk wilayah Jawa Tengah dengan pelayanan yang menarik baik dari segi pengiriman maupun dalam harga yang ditawarkan kepada konsumen serta kualitas yang lebih baik. Oleh sebab itu slogan yang dirasa tepat untuk PD Warna Harapan adalah “*easy process and understand your desire, your printing solutions*”. Dari slogan di atas dapat diketahui bahwa PD Warna Harapan memberikan pelayanan yang mudah prosesnya mulai dari pemesanan sampai barang didapatkan serta mengerti keinginan anda dalam melakukan pembelian.

### 6.1.6 Usulan Strategi

Usulan strategi didapatkan berdasarkan penggabungan antara prioritas perbaikan (uji hipotesis dan matriks IPA) dan strategi perusahaan (matriks IE dan matriks SWOT).

Berikut adalah usulan strategi :

**Tabel 6.5**  
**Prioritas Usulan Strategi**

Prioritas Perbaikan	SWOT	Usulan Perbaikan
1	Menetapkan harga yang sesuai (WT)	Memberikan harga di bawah pesaing
2	Memberikan jaminan pada konsumen (WO)	Garansi jika produk rusak
3		Garansi jika terlambat dalam pengiriman
4	Menyediakan produk yang dibutuhkan konsumen (SO)	Menerapkan metode peramalan
5	Memberikan kemudahan saat melakukan transaksi (SO)	Fasilitas dalam melakukan pembayaran
6	Menetapkan harga yang sesuai (WT)	Biaya pengiriman lebih murah
7	Memanjakan konsumen yang bertransaksi dalam skala besar (WO)	Memberikan diskon
8	Meningkatkan kualitas SDM (ST)	Memberikan pelatihan dalam memasarkan produk
9		Menyesuaikan upah sesuai UMR
10	Memberikan kemudahan saat melakukan transaksi (SO)	Menyediakan gambar produk

## 6.2 Saran

1. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya dilakukan penelitian lanjutan mengenai persaingan-persaingan yang terjadi pada *supplier* tinta untuk wilayah Jawa Tengah.
2. Masih terdapat beberapa masalah dalam perusahaan yang dapat dijadikan topik untuk Tugas Akhir, untuk itu sebaiknya perusahaan lebih membuka diri agar data yang dibutuhkan mudah didapat guna membantu perusahaan mendapat alternatif bantuan untuk masalahnya. Beberapa masalah lain yaitu:
  - Masalah dalam pengendalian persediaan.
  - Masalah dalam melakukan pengiriman atau jumlah transportasi yang dimiliki oleh PD Warna Harapan agar dapat menjangkau semua konsumen.
  - Masalah dalam sumber daya manusia yaitu menganalisis motifasi para karyawan agar dapat bekerja secara maksimal.
  - Melakukan perhitungan lanjutan mengenai strategi usulan yang diberikan menggunakan metode QSPM.
3. Melakukan penelitian lanjutan mengenai variasi produk lainnya yang dipasarkan PD Warna Harapan.