

# 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<br>K<br>O<br>R<br><br>T<br>O<br>T<br>A<br>L<br><br>E<br>F<br>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.