

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

6.1.1 Atribut yang dianggap penting oleh pelanggan BSW Mart

Skala peringkat untuk tingkat kepentingan suatu atribut menggunakan skala 4 titik (1,2,3,4). Rata-rata untuk skala tingkat kepentingan adalah 2,5. Maka dari itu atribut yang dianggap penting oleh konsumen adalah atribut yang memiliki rata-rata tingkat kepentingan $\geq 2,5$. Berikut adalah atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen.

1. Lokasi yang dekat dengan akses angkutan umum
2. Kebersihan lingkungan mini market
3. Jangka waktu masa berlaku yang masih panjang dari produk yang dijual
4. Tempat duduk yang nyaman untuk menunggu
5. Variasi produk makanan
6. Kebersihan dan kerapian tempat kerja
7. Keramahan karyawan mini market
8. Kejelasan papan nama mini market yang jelas dan menarik
9. Toilet/WC yang bersih
10. Menyediakan plastik/kresek yang ramah lingkungan
11. Penyejuk ruangan yang berfungsi dengan baik
12. Pencahayaan ruangan yang cukup
13. Variasi merk produk makanan
14. Variasi merk produk peralatan mandi
15. Penampilan yang menarik dan rapi dari karyawan mini market
16. Harga yang sesuai dengan kualitas
17. Lingkungan mini market yang luas sehingga mencegah kemacetan di jalan sekitar
18. Kondisi produk yang bersih

19. Papan nama penunjuk lokasi suatu produk
20. Variasi produk pewangi
21. Kebersihan kemasan produk yang dijual
22. Variasi merk produk minuman
23. Harga yang mampu bersaing dengan harga mini market lain
24. Jangka waktu garansi untuk produk tertentu
25. Keamanan tempat parkir
26. Kecepatan kasir dalam melayani pembayaran oleh konsumen
27. Variasi produk minuman
28. Variasi produk peralatan mandi
29. Variasi produk alat kebersihan (Sapu, penggepel, serbet, dll)
30. Tempat parkir yang memadai
31. Keterangan harga suatu produk di posisi produk berada
32. Karyawan yang cepat tanggap dalam melayani konsumen

6.1.2 *Segmentation, Targetting, dan Positioning*

6.1.2.1 Segmentation

- Segmentasi geografi
Segmentasi geografi untuk BSW Mart dapat dilihat dari mayoritas tempat tinggal dari BSW Mart yaitu adalah orang-orang yang tinggal di Komplek Bumi Sari Wangi dan sekitarnya.
- Segmentasi Demografi
 - Segmentasi demografi berdasarkan jenis kelamin dari konsumen BSW Mart merupakan wanita dan pria
 - Segmentasi demografi berdasarkan usia dari konsumen BSW Mart merupakan orang-orang yang berusia antara 26 – 35 tahun.
 - Segmentasi demografi berdasarkan pekerjaan dari konsumen BSW Mart merupakan ibu rumah tangga dan karyawan/i.
 - Segmentasi demografi berdasarkan gaji per bulan dari konsumen BSW Mart merupakan orang-orang yang dapat digolongkan ke dalam ekonomi menengah ke atas.

- Segmentasi demografi berdasarkan uang saku per bulan dari konsumen BSW Mart merupakan orang-orang yang mendapatkan uang saku >Rp 2.000.000,-/bulan.
- Segmentasi Perilaku konsumen
 - Segmentasi perilaku berdasarkan pengeluaran sekali belanja dari konsumen BSW Mart adalah Rp 50.000,00 – Rp 100.000,00.
 - Segmentasi perilaku berdasarkan jadwal belanja dari konsumen BSW Mart adalah sore hari.
 - Segmentasi perilaku berdasarkan alasan belanja di BSW Mart dari konsumen adalah dekat dari tempat tinggal.
 - Segmentasi perilaku berdasarkan status pelanggan di BSW Mart adalah hanya mencoba-coba.
 - Segmentasi perilaku berdasarkan produk yang paling sering dibeli adalah produk makanan ringan dan produk minuman.

6.1.2.2 Targetting

Setelah melihat segmentasi pasar dari BSW Mart, dapat dievaluasi beberapa segmen dan memutuskan berapa banyak dan segmen mana yang akan dijadikan target pasar. Target pasar dari BSW Mart dilihat dari segmen yang ada adalah orang-orang yang tinggal di Komplek Bumi Sari Wangi khususnya wanita yang memiliki pendapatan sebesar Rp 4.000.000,00 – Rp 8.000.000,00 / bulan dan memiliki kebiasaan berkunjung ke suatu mini market pada sore hari.

6.1.2.3 Positioning

Positioning adalah tindakan merancang citra usaha dan penawaran kita sehingga terjadi posisi perusahaan yang kompetitif dan berbeda dengan usaha pesaing. Positioning untuk BSW Mart dapat dilihat melalui keunggulan yang dimiliki BSW Mart dimana beberapa diantaranya adalah harga yang mampu bersaing dengan mini market lain dan memiliki tempat duduk untuk menunggu serta dengan melihat kebiasaan dari konsumen

seperti kebiasaan berbelanja pada waktu sore hari. Positioning untuk BSW dapat berupa tagline “*Praktis, Nyaman, dan Bersahabat*”.

6.1.3 Kelebihan dan kelemahan dari BSW Mart dibandingkan dengan pesaing

6.1.3.1 Kelebihan dari BSW Mart dilihat dari hasil *Correspondence Analysis* (CA)

- Variabel 7, yaitu variasi merk produk makanan
- Variabel 12, yaitu kondisi produk yang bersih
- Variabel 13, yaitu tempat parkir yang memadai
- Variabel 14, yaitu keamanan tempat parkir
- Variabel 19, yaitu tempat duduk yang nyaman untuk menunggu
- Variabel 20, yaitu penampilan yang menarik dan rapi dari karyawan mini market
- Variabel 23, yaitu pengetahuan karyawan mengenai posisi/letak suatu produk yang diinginkan konsumen
- Variabel 24, yaitu pengetahuan karyawan mengenai ketersediaan produk yang dijual
- Variabel 25, yaitu karyawan yang cepat tanggap dalam melayani konsumen
- Variabel 26, yaitu kecepatan kasir dalam melayani pembayaran oleh konsumen
- Variabel 28, yaitu harga yang mampu bersaing dengan harga dari mini market lain
- Variabel 33, yaitu lingkungan mini market yang luas sehingga mencegah kemacetan di jalan sekitar

6.1.3.2 Kelemahan dari BSW Mart dilihat dari hasil *Correspondence Analysis* (CA)

- Variabel 1, yaitu kebersihan kemasan produk yang dijual
- Variabel 2, yaitu variasi produk makanan
- Variabel 3, yaitu variasi produk minuman
- Variabel 4, yaitu variasi produk peralatan mandi
- Variabel 5, yaitu variasi produk alat kebersihan
- Variabel 6, yaitu variasi produk pewangi
- Variabel 8, yaitu variasi merk produk minuman
- Variabel 9, yaitu variasi merk produk peralatan mandi
- Variabel 10, yaitu jangka waktu masa berlaku yang masih panjang dari produk yang dijual
- Variabel 11, yaitu papan nama penunjuk lokasi suatu produk
- Variabel 15, yaitu penyejuk ruangan yang berfungsi dengan baik
- Variabel 16, yaitu kebersihan dan kerapian tempat belanja
- Variabel 17, yaitu pencahayaan ruangan yang cukup
- Variabel 18, yaitu toilet/wc yang bersih
- Variabel 21, yaitu keramahan karyawan mini market
- Variabel 22, yaitu karyawan mini market yang sopan santun dan selalu senyum
- Variabel 27, yaitu keterangan harga suatu produk di posisi produk berada
- Variabel 29, yaitu harga yang sesuai dengan kualitas
- Variabel 30, jangka waktu garansi untuk produk tertentu
- Variabel 31, yaitu menyediakan plastik/kresek yang ramah lingkungan
- Variabel 32, yaitu kejelasan papan nama mini market yang jelas dan menarik
- Variabel 34, yaitu lokasi yang dekat dengan akses angkutan umum
- Variabel 35, yaitu kebersihan lingkungan mini market

6.1.4 Atribut-atribut yang memuaskan dan tidak memuaskan menurut konsumen

- Variabel yang memuaskan menurut pelanggan BSW Mart dari hasil Uji Hipotesis

Tabel 6.1

Variabel yang memuaskan

Variabel yang memuaskan menurut pelanggan BSW Mart
Pengetahuan karyawan mengenai posisi/letak suatu produk yang diinginkan konsumen
Pengetahuan karyawan mengenai ketersediaan produk yang dijual
Karyawan yang cepat tanggap dalam melayani konsumen
Keterangan harga suatu produk di posisi produk berada

- Variabel yang tidak memuaskan menurut pelanggan BSW Mart dari hasil Uji Hipotesis

Tabel 6.2

Variabel yang tidak memuaskan

Variabel yang tidak memuaskan menurut pelanggan BSW Mart
Kebersihan kemasan produk yang dijual
Variasi produk makanan
Variasi produk minuman
Variasi produk peralatan mandi
Variasi produk alat kebersihan (Sapu, pengepel, serbet, dll)
Variasi produk pewangi
Variasi merk produk makanan
Variasi merk produk minuman
Variasi merk produk peralatan mandi
Jangka waktu masa berlaku yang masih panjang dari produk yang dijual
Papan nama penunjuk lokasi suatu produk
Kondisi produk yang bersih
Tempat parkir yang memadai
Keamanan tempat parkir
Penyejuk ruangan yang berfungsi dengan baik
Kebersihan dan kerapian tempat belanja
Pencahayaan ruangan yang cukup
Toilet / WC yang bersih
Tempat duduk yang nyaman untuk menunggu
Penampilan yang menarik dan rapi dari karyawan mini market
Keramahan karyawan mini market
Karyawan mini market sopan santun dan selalu senyum
Kecepatan kasir dalam melayani pembayaran oleh konsumen
Harga yang mampu bersaing dengan harga dari mini market lain
Harga yang sesuai dengan kualitas
Jangka waktu garansi untuk produk tertentu
Menyediakan plastik/kresek yang ramah lingkungan
Kejelasan papan nama mini market yang jelas dan menarik
Lingkungan mini market yang luas sehingga mencegah kemacetan di jalan sekitar
Lokasi yang dekat dengan akses angkutan umum
Kebersihan lingkungan mini market

6.1.5 Usulan Strategi pemasaran

Usulan strategi pemasaran yang diberikan merupakan usulan yang sudah diurutkan berdasarkan prioritas usulan yang sudah didapatkan pada bab sebelumnya. Berikut adalah usulan strategi pemasaran untuk BSW Mart.

1. Pengelola dapat mengembangkan pelayanan seperti menyediakan jasa delivery untuk wilayah di sekitar Komplek Bumi Sari Wangi.
2. Pengelola dan karyawan BSW Mart sebaiknya memperhatikan kebersihan lingkungan mini market dengan cara melakukan kebersihan secara rutin, sehingga menarik minat dari pelanggan atau orang-orang yang melintas di depan BSW Mart.
3. Pengelola dapat melakukan hal-hal sebagai berikut:
 - Lebih teliti dalam menerima produk dari supplier untuk memastikan jangka waktu masa berlaku yang masih lama/panjang
 - Pengelola mengidentifikasi siklus produk mulai dari produk datang hingga produk terjual, agar mengetahui produk apa yang paling sering dibeli dan paling jarang diminati.
4. Pengelola BSW Mart sebaiknya menambahkan beberapa variasi untuk produk makanan karena berdasarkan hasil dari segmentasi produk yang paling sering dibeli oleh pengunjung suatu mini market adalah makanan ringan.
5. Pengelola BSW Mart sebaiknya mengontrol karyawan agar lebih peka terhadap kebersihan dan kerapian tempat belanja karena sebagian dari pelanggan BSW Mart menyatakan bahwa pelayanan dari BSW Mart merupakan alasan mereka berkunjung ke BSW Mart.
6. Karyawan BSW Mart sebaiknya lebih ramah kepada pelanggan yang sedang berbelanja agar pengunjung merasa nyaman pada saat berbelanja.
7. Pengelola BSW Mart sebaiknya merancang papan nama mini market agar dapat lebih menarik perhatian dari orang-orang yang sedang melintas karena sebagian besar konsumen dari mengetahui keberadaan mini market

- dengan melihat sendiri bukan melalui brosur atau majalah. Rancangan dapat berupa menambah warna atau lampu.
8. Pengelola BSW Mart sebaiknya lebih mengkoordinasikan toilet yang bersih terhadap karyawan BSW Mart untuk meningkatkan pelayanan dari BSW Mart.
 9. Pengelola BSW Mart dapat mempertimbangkan plastik/kertas organik sebagai bungkus dari produk yang dibeli pelanggan agar dapat menciptakan citra yang baik dari BSW Mart.
 10. Pengelola BSW Mart sebaiknya memperhatikan penyejuk ruangan, untuk menambah kenyamanan pelanggan pada saat berbelanja dan menambah kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dari BSW Mart.
 11. Pengelola BSW Mart sebaiknya memperhatikan pencahayaan di tempat belanja karena kondisi yang nyaman merupakan salah satu bentuk pelayanan dari suatu mini market sehingga pelanggan merasa nyaman pada saat memilih produk yang dijual di BSW Mart.
 12. Untuk atribut “harga yang sesuai dengan kualitas”, pengelola dapat melakukan hal-hal seperti berikut:
 - Pengelola sebaiknya lebih kritis untuk menerima produk yang datang dari supplier untuk melihat produk yang memiliki kondisi yang baik (tidak cacat)
 - Pengelola sebaiknya mencari tahu produk-produk apa saja yang sudah diakui kualitasnya atau produk yang paling sering dicari oleh konsumen.
 13. Pengelola BSW Mart sebaiknya merancang papan nama penunjuk lokasi suatu produk yang lebih jelas dan menarik untuk memberikan kemudahan pelanggan dalam mencari produk yang diinginkan.
 14. Pengelola sebaiknya menambah beberapa variasi baik untuk pewangi ruangan, pewangi mobil, dan lain-lain agar dapat memenuhi keinginan pelanggan yang memiliki selera yang variatif.
 15. Pengelola/karyawan BSW Mart sebaiknya meningkatkan kebersihan dari kemasan produk untuk mengurangi keraguan dari pelanggan untuk

membeli produk-produk yang dijual dengan cara melakukan pembersihan secara rutin.

16. Pengelola BSW Mart sebaiknya menambah variasi merk produk minuman untuk menjangkau lebih luas keinginan dari pelanggan, karena sebagian besar dari pengunjung mini market lebih sering membeli produk minuman.
17. Pengelola BSW Mart sebaiknya mempertahankan garansi untuk beberapa produk tertentu dengan cara melihat jaminan dari supplier karena sebagian dari pelanggan menyatakan kualitas produk sebagai alasan untuk belanja di BSW Mart.
18. Pengelola BSW Mart sebaiknya menambahkan beberapa variasi untuk produk minuman karena berdasarkan hasil dari segmentasi produk yang paling sering dibeli oleh pengunjung suatu mini market adalah makanan ringan.
19. Pengelola sebaiknya menambah variasi untuk jenis-jenis peralatan mandi dengan melihat produk peralatan mandi apa yang paling sering dibeli oleh konsumen.
20. Pengelola sebaiknya menambah variasi untuk jenis-jenis alat kebersihan dengan melihat produk peralatan kebersihan apa saja yang paling sering dibeli oleh konsumen.
21. Pengelola BSW Mart sebaiknya menanamkan kebiasaan untuk murah senyum dan sopan santun kepada karyawan BSW Mart sehingga dapat memberikan suasana yang bersahabat dengan pengunjung yang datang sehingga dapat meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan
22. Pengelola BSW Mart sebaiknya menambah variasi merk produk peralatan mandi untuk menjangkau lebih luas keinginan dari pelanggan.
23. Pengelola BSW Mart sebaiknya memperbaharui keterangan harga suatu produk di posisi produk berada.
24. Pengelola BSW Mart sebaiknya menyediakan tempat duduk yang nyaman sebagai fasilitas tambahan untuk orang yang sedang menunggu teman atau kerabat yang sedang berbelanja. Tempat duduk yang nyaman juga dapat

- menarik ketertarikan pelanggan untuk menjadikan BSW Mart sebagai tempat berbelanja dan tempat bersantai di sore hari.
25. Pengelola BSW Mart sebaiknya menambah variasi merk produk makanan untuk menjangkau lebih luas keinginan dari pelanggan, karena sebagian besar dari pengunjung mini market lebih sering membeli produk makanan.
 26. Pengelola BSW Mart sebaiknya meningkatkan kerapian dan merancang seragam yang menarik untuk karyawan BSW Mart sehingga dapat menciptakan citra yang berbeda dari mini market lain
 27. Karyawan BSW Mart sebaiknya melakukan pengecekan secara berkala untuk melakukan kebersihan terhadap produk yang dijual.
 28. Pengelola sebaiknya memberikan garis pembatas sebagai tanda tempat parkir agar kendaraan yang parkir dapat tertata dengan rapi. Dengan memberikan garis pembatas tempat parkir akan lebih tertata dan dapat memaksimalkan seluruh halaman untuk menyediakan tempat yang memadai untuk tempat parkir pelanggan yang datang.
 29. Pengelola BSW Mart sebaiknya mempertahankan harga yang mampu bersaing dengan mini market lain sehingga dapat mempertahankan dan menambah pelanggan tetap dari BSW Mart.
 30. Pengelola sebaiknya mempertahankan kondisi seperti saat ini maupun dapat meningkatkan dengan menambah petugas parkir atau menghimbau kepada karyawan untuk mengawasi kendaraan yang diparkir.
 31. Karyawan sebaiknya mempertahankan seperti kondisi pada saat ini dan lebih melakukan persiapan untuk uang tukar/kembalian.

6.2 Saran

- Sebaiknya dilakukan penelitian lebih mendalam terhadap performansi untuk variabel-variabel yang dianggap penting dan kebiasaan konsumen dalam membeli sebuah produk.
- Sebaiknya dilakukan penelitian lebih lanjut untuk loyalitas dari konsumen agar dapat meningkatkan faktor-faktor yang merupakan alasan konsumen untuk setia terhadap suatu produk atau jasa.