

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Tingkat Kepentingan terhadap dimensi-dimensi Bauran Pemasaran yang dianggap penting bagi pelanggan produk Water filter dengan merek MAXI adalah :

- Bau air yang dihasilkan
- Lama penyaringan sebelum penggantian/penambahan komponen (pasir akrif, karbon, zeolite, dll)
- Tidak mudah korosi
- Warna tahan lama
- Variasi ukuran Filter
- Variasi harga filter
- Merek Filter
- Fasilitas layanan antar
- Fasilitas layanan pasang (instalansi)
- Lama garansi produk
- Penjualan Komponen- komponen *Water Filter*
- Potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu
- Harga produk yang terjangkau
- Brosur mengenai produk yang bersangkutan
- Bonus/hadiah untuk setiap pembelian pada *event* tertentu
- Keramahan karyawan dalam mengatasi masalah
- Ketanggapan karyawan dalam mengatasi masalah
- Pengetahuan karyawan mengenai Water Filter
- Ketersediaan produk pada saat dibutuhkan
- Kelengkapan pajangan produk

- Model filter yang memperlihatkan proses penyaringan
 - Kemudahan dalam proses memperoleh garansi
 - Jasa perbaikan
 - Pembayaran secara mencicil
2. Tingkat *Performance* terhadap dimensi-dimensi Bauran Pemasaran yang dirasakan telah baik oleh pelanggan produk *Water filter* dengan merek MAXI adalah :
- Bau air yang dihasilkan
 - Lama penyaringan sebelum penggantian/penambahan komponen (pasir akrif, karbon, zeolite, dll)
 - Variasi ukuran Filter
 - Variasi harga filter
 - Fasilitas layanan antar
 - Penjualan Komponen- komponen *Water Filter*
 - Ketanggapan karyawan dalam mengatasi masalah
 - Pengetahuan karyawan mengenai Water Filter
 - Ketersediaan produk pada saat dibutuhkan
 - Kelengkapan pajangan produk

3. STP (Segmentasi, targeting, dan positioning) untuk PT. Maxi FiltraTech yang terbentuk.

* **Segmentasi**

* **Demografis** terdiri atas :

1. Pekerjaan
2. Tingkat Penghasilan

* **Psikografis** terdiri atas :

1. Media Informasi produk
2. Uang saku Pelanggan
3. Alasan Membeli produk
4. Mengetahui Produk *Water Filter*

* **Karakteristik** terdiri atas :

1. Lama Garansi
2. Ukuran produk
3. Warna Produk
4. Layanan Perbaikan
5. Informasi Teknis Penggunaan

* **Targeting** pasar yang akan di pilih adalah :

1. Pekerjaan
2. Tingkat Penghasilan
3. Media Informasi Produk
4. Uang Saku Pelanggan

Sehingga dapat disimpulkan bahwa target pasar yang dipilih akan berdasarkan Pekerjaan, Mengetahui Produk *Water Filter*, Lama Garansi, Layanan Perbaikan, dan Informasi Teknis Penggunaan.

* **Positioning** :

Positioning yang diusulkan adalah “ Produk Water Filter Yang Memberikan Kemudahan Dalam Pelayanan dan Perawatan “, dimana hal ini didukung dengan adanya pelayanan produk *Water Filter* yang maksimal seperti disediakannya

layanan antar, layanan pasang (instalasi), penjualan komponen-komponen *Water Filter*, jasa perbaikan, dan pembayaran secara mencicil, dimana hal ini akan memberi kemudahan bagi konsumen dalam menggunakan produk *Water Filter*.

4. Beberapa usulan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan yaitu sebagai berikut:

*** *Product***

Pada kuadran A Prioritas Utama (*Concentrate here*) antara lain :

Hal yang perlu diperhatikan untuk variabel ini adalah perusahaan disarankan untuk meningkatkan kualitas dari produk untuk menghasilkan air yang jernih dan meningkatkan daya penyaringan yang lebih lama sebelum penggantian atau penambahan komponen dari produk.

Hal lain yang perlu diperhatikan untuk variabel ini adalah perusahaan disarankan untuk memperhatikan variasi harga yang sesuai dengan pendapatan pelanggan.

Hal lain yang perlu diperhatikan untuk variabel ini adalah perusahaan diharapkan untuk menjual komponen-komponen dari produk secara terpisah.

Hal lain yang perlu diperhatikan untuk variabel ini adalah perusahaan disarankan untuk memberikan jasa perbaikan produk.

*** *Price***

Pada kuadran D atau Berlebihan (*Possible Overkill*) antara lain :

Hal yang perlu diperhatikan untuk variabel ini adalah perusahaan disarankan untuk memberikan potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu.

*** *Place***

* Prioritas perbaikan akan dilakukan pada kuadran A dan B tidak ada karena atribut yang ada telah tereliminasi pada pengolahan uji *Chocran*. Namun perusahaan disarankan untuk memperhatikan atribut kemudahan tempat untuk dijangkau, hal ini dilakukan untuk mempermudah pembelian media-media produk yang rusak atau habis.

*** Promotion**

Pada kuadran B atau Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*) antara lain :

Hal yang perlu diperhatikan untuk variabel ini adalah perusahaan disarankan untuk membuat brosur mengenai produk yang bersangkutan.

*** People**

Pada kuadran B atau Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*) antara lain :

Hal yang perlu diperhatikan untuk variabel ini adalah perusahaan disarankan untuk melatih para pegawai pada kantor pemasaran agar para pegawai dapat secara tanggap menjelaskan dan mengatasi masalah seputar produk yang dijual secara tanggap dan memuaskan.

*** Process**

Pada kuadran A Prioritas Utama (*Concentrate here*) antara lain :

Hal yang perlu diperhatikan untuk variabel ini adalah perusahaan disarankan untuk memperhatikan jasa perbaikan dan mengadakan program mencicil bagi penjualan produknya.

Pada kuadran B atau Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*) antara lain :

Hal yang perlu diperhatikan untuk variabel ini adalah perusahaan disarankan untuk kemudahan dalam proses memperoleh garansi atas produk yang bersangkutan.

*** Physical Evidence**

Pada kuadran B atau Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*) antara lain :

Hal yang perlu diperhatikan untuk variabel ini adalah perusahaan disarankan untuk memperhatikan ketersediaan produk pada saat dibutuhkan dan memperhatikan kelengkapan pajangan.

6.2 Saran

Beberapa saran bagi pihak perusahaan yang diharapkan dapat berguna dan bermanfaat, adalah sebagai berikut:

Melakukan pengembangan penelitian untuk keadaan diluar perusahaan mengingat banyaknya perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama, yaitu dengan melakukan penelitian yang menganalisis pada keadaan lingkungan eksternal perusahaan dengan perusahaan lain sebagai pesaing dengan metode teknik yang ada.