

BAB VI

KESIMPULAN & SARAN

6.1 Kesimpulan

Setelah pengolahan data dan analisis yang dilakukan, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Berikut merupakan kesimpulan dari penelitian ini antara lain:

1. Faktor-faktor yang dipentingkan oleh pelanggan jasa *service* Bengkel Bintang Timur Motor adalah:

- Bengkel motor memiliki garansi *service*.
- Bengkel motor memiliki garansi *spare part*.
- Bengkel motor menjual berbagai macam *spare part* untuk berbagai macam merk motor.
- Bengkel motor memiliki kelengkapan fasilitas *service* (mesin,kaki-kaki, listrik).
- Hasil *service* yang memuaskan.
- Kebersihan motor setelah *diservice*.
- Bengkel memberikan ongkos *service* yang bersaing.
- Bengkel memberikan ongkos *service* sesuai dengan hasil yang didapat.
- Bengkel memberikan harga *spare part* yang bersaing.
- Bengkel menyediakan paket *service* (misalnya:paket *service* motor+busi+oli)
- Seringnya mengadakan promosi berkala seperti potongan harga/*discount*.
- Kemampuan bengkel motor mengiklankan jasanya di media cetak/elektronik.
- Bengkel motor memberikan jasa antar jemput motor yang akan *diservice*.
- Bengkel mudah untuk ditemukan oleh konsumen.
- Bengkel berlokasi di jalan utama.
- Bengkel dilalui oleh kendaraan umum.
- Parkir kendaraan yang aman.
- Bengkel memiliki mekanik yang ramah dan tanggap terhadap keluhan konsumen.

- Bengkel memiliki staf kasir dan resepsionis (penerima tamu) yang ramah dan sopan.
 - Mekanik melakukan pemeriksaan yang teliti terhadap motor yang di *service*.
 - Pemilik bengkel yang mudah ditemui untuk proses klaim.
 - Bengkel memberikan waktu proses pelayanan yang cepat.
 - Proses pembayaran yang cepat.
 - Pembayaran dapat menggunakan kartu debit.
 - Pembayaran dapat menggunakan kartu kredit.
 - Bengkel memiliki kapasitas ruang tunggu konsumen yang mencukupi.
 - Bengkel memiliki kursi tunggu yang nyaman untuk digunakan oleh konsumen.
 - Bengkel memiliki wc/toilet yang bersih untuk konsumen.
 - Bengkel memiliki ventilasi udara yang baik (tidak berbau, tidak pengap)
 - Bengkel memiliki televisi yang berfungsi dengan baik di ruang tunggu.
 - Bengkel menjual makanan kecil dan minuman.
 - Kualitas musholla yang baik.
 - Kualitas wi-fi yang baik.
 - Keseragaman pakaian karyawan.
 - Kejelasan spanduk atau papan nama di pinggir jalan.
2. Faktor-faktor yang dianggap tidak puas oleh pelanggan jasa *service* terhadap pelayanan *service* motor Bengkel Bintang Timur adalah:
- Ketersediaan *spare part* motor pada saat diperlukan.
 - Hasil *service* yang memuaskan.
 - Kebersihan motor setelah di *service*.
 - Bengkel memberikan ongkos *service* yang bersaing.
 - Bengkel memberikan ongkos *service* sesuai dengan hasil yang didapat.
 - Bengkel memberikan harga *spare part* yang bersaing.
 - Bengkel motor memberikan jasa antar jemput motor yang akan di *service*.
 - Bengkel berlokasi di jalan utama.
 - Mekanik melakukan pemeriksaan yang teliti terhadap motor yang di *service*.
 - Bengkel memberikan waktu proses pelayanan yang cepat.

- Pembayaran dapat menggunakan kartu debit.
 - Pembayaran dapat menggunakan kartu kredit.
 - Bengkel memiliki kapasitas ruang tunggu konsumen yang mencukupi.
 - Bengkel memiliki wc/toilet yang bersih untuk konsumen.
 - Bengkel memiliki televisi yang berfungsi dengan baik di ruang tunggu.
 - Bengkel menjual makanan kecil dan minuman.
 - Kualitas musholla yang baik.
3. Peringkat Bengkel Bintang Timur dibandingkan dengan pesaingnya dilihat dari posisi tertinggal, bersaing, dan unggul:
1. Variabel tertinggal Bintang Timur Motor
 - Bengkel motor menjual berbagai macam spare part untuk berbagai macam merk motor.
 - Ketersediaan *spare part* motor pada saat diperlukan.
 - Kebersihan motor setelah *service*.
 - Bengkel memberikan ongkos *service* yang bersaing.
 - Bengkel memberikan ongkos *service* sesuai dengan hasil yang didapat.
 - Bengkel memberikan harga *spare part* yang bersaing.
 - Bengkel memberikan potongan harga untuk paket *service*.
 - Kemampuan bengkel motor mengiklankan jasanya di media cetak/elektronik.
 - Bengkel mudah untuk ditemukan oleh konsumen.
 - Mekanik melakukan pemeriksaan yang teliti terhadap motor yang di *service*.
 - Bengkel memberikan waktu proses pelayanan yang cepat.
 - Proses pembayaran yang cepat.
 - Pembayaran dapat menggunakan kartu debit.
 - Pembayaran dapat menggunakan kartu kredit.
 - Bengkel memiliki kursi tunggu yang nyaman untuk digunakan oleh konsumen.
 - Bengkel memiliki televisi yang berfungsi dengan baik di ruang tunggu.
 - Bengkel menjual makanan kecil dan minuman.
 - Kualitas musholla yang baik.

- Kejelasan spanduk atau papan nama dipinggir jalan.
2. Variabel Bersaing Bintang Timur Motor
- Seringnya mengadakan promosi berkala seperti potongan harga/*discount*.
 - Bengkel memiliki mekanik yang ramah dan tanggap terhadap keluhan konsumen.
 - Bengkel memiliki staf kasir dan resepsionis (penerima tamu) yang ramah dan sopan.
 - Bengkel memiliki kapasitas ruang tunggu konsumen yang mencukupi.
 - Bengkel memiliki ventilasi udara yang baik(tidak berbau, tidak pengap)
3. Variabel unggul Bintang Timur Motor
- Bengkel motor memiliki garansi *service*.
 - Bengkel motor memiliki garansi *spare part*.
 - Bengkel memiliki kelengkapan fasilitas *service* (mesin, kaki-kaki, listrik).
 - Hasil *service* yang memuaskan.
 - Bengkel menyediakan paket *service* (misalnya:paket *service* motor+busi+oli).
 - Bengkel motor memberikan jasa antar jemput motor yang akan *diservice*.
 - Bengkel berlokasi dijalan utama.
 - Bengkel dilalui oleh kendaraan umum.
 - Parkir kendaraan yang aman.
 - Pemilik bengkel yang mudah ditemui untuk proses klaim.
 - Proses pendaftaran *service* yang mudah.
 - Bengkel memiliki wc/toilet yang bersih untuk konsumen.
 - Kualitas wi-fi yang baik.
 - Keseragaman pakaian karyawan.

4. *Segmentation, Targeting, dan Positioning* dari Bengkel Bintang Timur berdasarkan penyebaran kuesioner penelitian bagian 1 antara lain:

☞ *Segmentation*

1. Tempat tinggal : Bandung timur dan Bandung selatan
2. Usia : 17-25 tahun status sebagai mahasiswa dengan uang saku per bulan Rp 1.000.000 sampai dengan Rp 1.500.000 dan 26-35 tahun status sebagai pegawai swasta dan pegawai negeri dengan penghasilan per bulan Rp 1.500.000 sampai dengan Rp 6.000.000.
3. Rutin dalam melakukan *service* : 2 bulan sekali.
4. Kualitas produk *spare part* yang digunakan : original.
5. Kriteria dalam memilih bengkel motor : kualitas dan harga.
6. Media informasi yang digunakan : media elektronik dan media cetak.
7. Media informasi radio yang digunakan : 99ers, ardan, dan prambors.
8. Media cetak koran yang dibaca : pikiran rakyat, kompas, dan tribun jabar.
9. Media cetak majalah dibaca : motorplus dan otomotif
10. Melakukan *service* di Bintang Timur Motor : penjadwalan waktu *service* dan hari libur.

☞ *Targeting*

Dari hasil pengolahan segmentasi pasar diatas, maka Bengkel Bintang Timur menentukan target pasar yang dituju yaitu konsumen yang bertempat tinggal di daerah Bandung Timur dan Bandung Selatan, berusia 26-45 tahun dengan pekerjaan sebagai pegawai negeri maupun pegawai swasta dengan tingkat penghasilan Rp 1.500.000 sampai dengan Rp 6.000.000 yang merupakan golongan ekonomi menengah ke atas. Para konsumen yang memilih *kualitas* untuk merawat kendaraan pribadinya dan rutin mengikuti penjadwalan waktu *service* dalam memelihara kinerja mesin kendaraan pribadi.

☞ *Positioning*

Berdasarkan hasil kuesioner penelitian didapatkan sebanyak 63 responden menyatakan bahwa hasil *service* yang memuaskan di Bengkel Bintang Timur memiliki tingkat kinerja yang baik. Pada variabel proses

pendaftaran *service* yang mudah dan proses pembayaran yang cepat menurut Uji Hipotesis Ketidakpuasan dinilai oleh konsumen sudah puas. Oleh karena itu sangat penting bagi Bengkel Bintang Timur untuk mengutamakan dan meningkatkan kualitas *service*. Dengan target pasar merupakan konsumen yang sudah bekerja yang menjaga dan merawat kinerja dari kendaraan pribadinya maka Slogan “*Mudah, Cepat, dan Memuaskan, disini tempatnya*”. Dengan arti bahwa Bengkel Bintang Timur mengutamakan kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan yang cepat, proses pendaftaran dan pembayaran *service* yang mudah serta hasil *service* yang memuaskan kepada setiap konsumen yang datang untuk menggunakan jasa *service* motor.

5. Usulan untuk strategi pemasaran Bengkel Bintang Timur agar dapat memenangkan persaingan.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bengkel Bintang Timur Motor agar dapat memenangkan persaingan yaitu dengan cara melakukan promosi dengan membagikan brosur di sekitar area Bandung Timur dan Bandung Selatan dan dengan cara periklanan di media informasi elektronik baik melalui internet atau radio serta media cetak seperti Kompas, Pikiran Rakyat, Bandung Exposs, majalah Motorplus, otomotif. Dengan lebih mengembangkan atribut – atribut seperti kenyamanan ruang tunggu, , ketersediaan fasilitas yang lengkap seperti variasi makanan, variasi minuman, kualitas *wi-fi* yang baik, kebersihan ruangan yang selalu terjaga, kenyamanan temperature ruangan, kelengkapan produk yang dijual, mengadakan pelatihan terhadap karyawan administrasi maupun mekanik-mekanik, kelengkapan proses pembayaran dengan menggunakan kartu debit maupun kartu kredit dimana semua atribut tersebut dimaksimalkan untuk memberikan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa *service* motor Bengkel Bintang Timur.

- ☞ Usulan-usulan yang diberikan agar Bengkel Bintang Timur dapat meningkatkan omzet penjualan

1. Melakukan pengecekan persediaan barang setiap harinya dan mencatat barang-barang yang akan dipesan serta melakukan

- pemesanan untuk spare part yang habis maupun yang sudah dibawah *safety stock*.
2. Mempertimbangkan biaya-biaya *service* yang diberikan kepada konsumen agar lebih terjangkau dan dapat bersaing.
 3. menetapkan harga setingkat dengan pesaing agar menstabilisasi pasar.
 4. Harga pada *service* bisa dikurangi dengan menghitung pengurangan ongkos *service* tersebut masih memperoleh keuntungan
 5. Menambah 1 pegawai untuk jasa antar jemput motor sehingga pelayanan jasa antar jemput motor.
 6. Membuat spanduk atau papan nama tentang keberadaan Bengkel Bintang Timur yang diletakkan 50-100 meter dari area bengkel.
 7. Memberikan pelatihan kepada setiap mekanik khususnya pelatihan dalam pemeriksaan yang cepat dan teliti terhadap motor yang telah di *service*.
 8. Menyediakan fasilitas pembayaran dengan menggunakan kartu debit dan kartu kredit sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
 9. Menambah jumlah kursi di ruang tunggu sebanyak 6 kursi karena melihat keterbatasan tempat ruang tunggu yang tidak terlalu besar / luas.
 10. Membuat nomor antrian sehingga proses pendaftaran pun akan menjadi lebih teratur dan cepat.
 11. Menambah jumlah kursi di ruang tunggu sebanyak 6 kursi.
 12. Menyusun jadwal piket per hari kepada setiap karyawan Bengkel Bintang Timur.
 13. Menambah variasi jenis minuman yang belum tersedia oleh Bintang Timur.
 14. Menyediakan kipas angin sebanyak 1 buah dengan ukuran yang besar.
 15. Mengganti antenna TV tersebut dengan antenna luar yang memiliki kualitas baik sehingga konsumen merasa nyaman dalam menonton TV.

6.2 Saran

- ☞ Saran yang diberikan kepada Bengkel Bintang Timur adalah untuk terus meningkatkan pelayanan dengan menyediakan jasa cuci motor sehingga di samping dapat meningkatkan kepuasan konsumen dapat juga memperoleh keuntungan lebih dari jasa cuci motor tersebut. Serta meningkatkan kualitas jasa antar jemput motor karena itu merupakan salah satu strategi untuk menarik minat konsumen dan tidak banyak bengkel motor di Bandung yang memberikan pelayanan tersebut.

- ☞ Saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya yaitu:
 1. Sebaiknya dilakukan penelitian lanjutan mengenai kepuasan pekerja yang merupakan penyebab terjadinya fluktuasi omset penjualan terhadap bengkel Bintang Timur.
 2. Sebaiknya dilakukan penelitian lanjutan mengenai kualitas pelayanan pada Bengkel Bintang Timur dengan menggunakan metode *Servqual*.
 3. Penelitian dilakukan dengan metode *Customer Relationship Management* (CRM) dimana CRM adalah adalah suatu jenis strategi perusahaan yang secara khusus membahas teori mengenai penanganan hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan di mata para pelanggannya. CRM juga dapat didefinisikan sebagai strategi atau pendekatan yang diterapkan suatu organisasi untuk mempelajari kebiasaan dan keperluan pelanggan sehingga suatu organisasi memiliki hubungan yang lebih dekat ke pelanggan.
 4. Sebaiknya dalam Pembuatan Kuesioner Penelitian dapat menggunakan skala *Guttman* dengan pilihan “Ya-Tidak” atau “Penting-Tidak Penting” agar data yang diperoleh tidak ekstrim.