

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah melalui seluruh proses penelitian, maka selanjutnya dilakukan penarikan kesimpulan serta pemberian saran. Kesimpulan akan menjawab rumusan penelitian yang telah dirumuskan pada tahap awal penelitian. Selain itu akan ada saran yang akan diberikan untuk PT Cmart Perkakas Indonesia selaku objek penelitian dan untuk penelitian kedepannya

V.1 Kesimpulan

Dalam penelitian, terdapat rumusan masalah yang ingin dipecahkan melalui seluruh proses yang telah dilalui. Rumusan masalah tersebut akan dijawab dengan penarikan kesimpulan. Kesimpulan merupakan hasil akhir dari penelitian yang menjawab tujuan penelitian. Kesimpulan yang dapat ditarik sebagai berikut.

1. Atribut yang paling mempengaruhi penjualan PT Cmart Perkakas Indonesia berdasarkan preferensi toko retail adalah *price* (33.73%), dan diikuti dengan *brand* (22.88%), *promotion* (9.39%), *place* (7.77%), *physical evidence* (7.41%), *product* (7.07%), *people* (5.95%), dan *process* (5.81%). Atribut yang paling mempengaruhi penjualan PT Cmart Perkakas Indonesia berdasarkan preferensi *end user* adalah *brand* (23.69%), diikuti dengan *promotion* (18.45%), *place* (15.38%), *product* (13.53%), *process* (9.12%), *price* (7.52%), *physical evidence* (7.06%), dan *people* (5.24%).
2. Usulan bauran pemasaran berdasarkan analisis *choice based conjoint* untuk PT Cmart Perkakas Indonesia dalam upaya meningkatkan penjualan ke retail di Indonesia yang diberikan sebagai berikut.
 - a. Pada atribut *price* diusulkan adanya pembuatan aturan diskon berdasarkan nominal pembelian konsumen dan loyalitasnya. Selain itu, PT Cmart Perkakas Indonesia dapat mengadakan potongan harga secara besar para periode waktu tertentu.

- b. Berkaitan dengan promosi, diusulkan untuk merancang *website* perusahaan yang didalamnya terdapat pengenalan produk, katalog, kontak, demo produk, dan *frequently asked question*.
 - c. Menggunakan WA sebagai salah satu media penjualan, dengan terlebih dahulu merancang sebuah katalog digital memuat produk yang tersedia di perusahaan. Agar pemanfaatan WA sebagai media penjualan maksimal, selanjutnya perusahaan dapat memberikan penugasan kepada pekerja sebagai admin dari WA perusahaan. PT Cmart Perkakas Indonesia dapat memanfaatkan *database* konsumen yang dimiliki untuk mengirimkan informasi terkait produk populer, promosi, dan produk yang sudah *restock*. Selain itu, perusahaan dapat melakukan pencarian kontak toko retail yang belum pernah berbelanja dan mengenalkan produk ke mereka.
 - d. Berkaitan dengan *physical evidence*, preferensi toko retail adalah dengan penyediaan *banner*. PT Cmart dapat mendesain *banner* dengan berbagai ukuran dan tipe untuk disesuaikan dengan toko retail. Selanjutnya, dapat dikoordinasikan dengan *sales* dan *customer service* untuk mencari toko retail yang bisa diajak kerjasama. Terakhir membuat SOP untuk pemasangan dan perijinan pemasangan *banner*.
 - e. Berkaitan dengan atribut *product*, PT Cmart Perkakas Indonesia dapat memaksimalkan promosi terkait ketersediaan produk *ala carte* dan variasi produk yang dimiliki.
 - f. Berkaitan dengan *people*, PT Cmart Perkakas Indonesia dapat membuat SOP untuk *sales* dan *customer service* untuk memastikan pelayanan pelanggan dilakukan secara tanggap. Serta dapat dilakukan penyusunan pelatihan terkait ketanggapan dan tata cara dalam melayani dengan baik.
 - g. Untuk memastikan *ready stock*, PT Cmart Perkakas Indonesia harus membuat sistem persediaan yang lebih baik.
3. Usulan bauran pemasaran berdasarkan analisis *choice based conjoint* untuk PT Cmart Perkakas Indonesia dalam upaya meningkatkan penjualan ke retail di Indonesia yang diberikan sebagai berikut.

- a. Berkaitan dengan *promotion*, PT Cmart Perkakas Indonesia dapat menargetkan penjualan ke toko *online* di *e-commerce* dan mengusulkan toko tersebut untuk melakukan sortir berdasarkan *brand*.
- b. Berkaitan dengan *place*, PT Cmart Perkakas Indonesia dapat melakukan ekspansi pasar ke toko kebutuhan rumah tangga modern. Selain itu memasang *banner/poster* perusahaan disana dan mengadakan demo produk
- c. Berkaitan dengan atribut *product*, PT Cmart Perkakas Indonesia dapat memaksimalkan promosi terkait ketersediaan produk *ala carte* dan variasi produk yang dimiliki.
- d. Berkaitan dengan *process*, PT Cmart Perkakas Indonesia menyediakan layanan konsultasi dengan memanfaatkan media yang sudah ada/akan dikembangkan. Media tersebut antara lain Whatsapp, dan *Website*.
- e. Berkaitan dengan *price*, PT Cmart Perkakas Indonesia dapat menginformasikan preferensi ini ke toko retail selaku pelanggan.
- f. Berkaitan dengan *physical evidence*, PT Cmart Perkakas Indonesia dapat melakukan ekspansi pasar ke toko kebutuhan rumah tangga modern dan memasang *banner/poster* perusahaan disana. Selain itu, perusahaan dapat menginformasikan preferensi ini ke toko retail yang berbelanja di perusahaan.
- g. Berkaitan dengan *people*, PT Cmart Perkakas Indonesia dapat membuat SOP untuk penanggung jawab *website* dan *customer service* untuk memastikan pelayanan pelanggan dilakukan secara tanggap. Serta dapat dilakukan penyusunan pelatihan terkait ketanggapan dan tata cara dalam melayani dengan baik. Perusahaan juga dapat menginformasikan preferensi ini kepada toko retail selaku pelanggan.

V.2 Saran

Penelitian yang telah dilakukan tentunya belum sempurna dan terdapat kekurangan yang dirasakan saat penelitian berlangsung. Terdapat beberapa saran

yang dapat diberikan oleh peneliti. Melalui saran yang diberikan, diharapkan mampu membuat penelitian selanjutnya dapat berjalan lebih baik. Saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

1. Untuk PT Cmart Perkakas Indonesia, mampu menggunakan data historis yang riil untuk menunjang beberapa analisa yang perlu dilakukan berkaitan dengan usulan bauran perbaikan yang diberikan. Data ini dapat menunjang penentuan jumlah yang tepat untuk penentuan diskon dan pembuatan sistem persediaan lebih baik. Selain itu, perusahaan diharapkan menentukan *service level* yang disepakati untuk menunjang penentuan persediaan dalam menghindari *stock out*.
2. Pengukuran terhadap efektivitas usulan bauran pemasaran PT Cmart Perkakas Indonesia dapat dilakukan sebagai penelitian selanjutnya

