

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai kesimpulan dan saran yang dihasilkan dari penelitian Usulan Penetapan Harga untuk Produk Biba Foods Berdasarkan Preferensi Konsumen. Kesimpulan diperoleh dari hasil data pengolahan data dan analisis. Lalu untuk saran diperoleh dari selama proses pengambilan data, pengolahan data, dan analisis yang dilakukan.

V.1 Kesimpulan

Terdapat dua kesimpulan yang dicapai dalam penelitian ini untuk menjawab tujuan penelitian. Kesimpulan tersebut diperoleh dari hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan. Adapun dua kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut.

1. Urutan atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli *frozen food* berkomporsi daging khususnya bakso dan ngo hiong yaitu merek atau warna produk, harga, ukuran, *review*, dan kemasan.
2. Harga usulan untuk ngo hiong ayam Biba Foods ukuran 250 gram dan 400 gram dalam jangka pendek adalah lebih rendah dibandingkan harga awal yaitu dengan usulan berturut-turut Rp 48.250 dari Rp 57.000 dan Rp 71.200 dari Rp 79.000. Lalu usulan jangka panjang untuk produk ngo hiong ayam 250 gram lebih rendah dari harga awal yaitu Rp 55.750 dari Rp 57.000, sedangkan untuk ukuran 400 gram lebih tinggi dari harga awal yaitu Rp 83.200 dari Rp 79.000. Harga usulan untuk bakso babi Biba Foods ukuran 250 gram dan 400 gram dalam jangka pendek adalah lebih tinggi dari harga awal baik usulan jangka pendek maupun jangka panjang yaitu Rp 66.250 dan Rp 67.000 dari Rp 65.000. Bakso babi dan ngo hiong ayam Biba Foods saat ini sudah memberikan kontribusi yang besar dan harga saat ini dapat dikatakan masih menjadi preferensi konsumen, karena usulan harga yang diperoleh dari perhitungan menghasilkan harga yang berbeda sedikit dengan harga jual saat ini.

V.2 Saran

Dalam penelitian ini, tentunya terdapat beberapa keliruan yang dihasilkan. Saran yang diberikan dalam penelitian ini tidak hanya untuk pihak peneliti selanjutnya, melainkan juga untuk pihak Biba Foods. Adapun saran yang dihasilkan dari penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut.

Untuk Biba Foods,

1. Untuk meningkatkan pangsa pasar maka, gunakan usulan harga jangka pendek bersamaan dengan pemasaran yang dilakukan selama ini hingga pangsa pasar simulasi dan aktual sama besar.
2. Untuk produk bakso 250 gram, disarankan untuk menggunakan harga awal saja karena usulan yang diberikan adalah harga yang lebih tinggi, sehingga dapat dikatakan harga bakso 250 gram saat ini sudah menjadi preferensi konsumen.
3. Setelah pangsa pasar sudah meningkat sesuai ekpektasi, maka Biba Foods dapat menggunakan harga usulan untuk meningkatkan kontribusi total dengan batas maksimal harga yang disarankan adalah sebagai berikut
 - a. Untuk produk bakso, hingga Rp 286 per gram yang berarti terdapat kenaikan harga sebesar 10% dari Rp 260 per gram.
 - b. Untuk produk ngo hiong 250 gram, hingga Rp 223 per gram, dimana harga jual saat ini sudah berada di titik maksimum.
 - c. Untuk produk ngo hiong 400 gram, hingga Rp 208 per gram yang berarti terdapat kenaikan harga sebesar 5,32% dari Rp 197,5 per gram.

Untuk penelitian selanjutnya,

1. Memastikan responden mengisi kuesioner sesuai dengan preferensi masing-masing agar diperoleh model penelitian yang semakin akurat.
2. Menggunakan opsi *dual-response* pada *none option* CBC Lighthouse Studio dengan tujuan mengurangi bias *overstated* responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzahra, Q. (2021). *Bisnis makanan beku, menghangat di era Corona*. Diakses dari <https://www.alinea.id/bisnis/bisnis-makanan-beku-menghangat-di-era-corona-b2cxM90B3>.
- Fatimah, F. (2017). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI ERA DIGITAL (Studi Kasus pada Ritel Tradisional di Desa Balung Lor Balung Jember). *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS INDONESIA Vol. 3*, 31-46. doi:10.32528/JMBI.V3I1.782
- Green, P. E., & Srinivasan, V. (1978). Conjoint Analysis in Consumer Research: Issues and Outlook. *Journal of Consumer Research*, 5, 103-123.
- Hair, J.F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R.E. (2019). *Multivariate Data Analysis, 8th edition*. Hampshire: Cengage.
- Hakim, L. N. (2020). Urgensi Revisi Undang-Undang tentang Kesejahteraan Lanjut Usia. *Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 11. doi:10.22212/aspirasi.v11i1.1589
- Hubber, J., Orme, B.K., & Miller, R. (1999). *Dealing with Product Similarity in Conjoint Simulations*. Washington: Sawtooth Software, Inc.
- Kemendikbud. (2016). *KBBI Daring*. Diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- OECD. (2022). *Meat consumption - OECD Data*. Diakses dari <https://data.oecd.org/agroutput/meat-consumption.htm>.
- Orme, B. (2000). *Hierarchical Bayes: Why All the Attention?* Washington: Sawtooth Software, Inc. Diakses dari <https://sawtoothsoftware.com/resources/technical-papers/hierarchical-bayes-why-all-the-attention-2000>
- Orme, B. (2010). *Getting Started with Conjoint Analysis: Strategies for Product Design and Pricing Research*. Washington: Research Publishers.

- Phillips, R. L. (2005). *Pricing and Revenue Optimization*. California: Stanford University Press.
- Pratikto, F. R. (2019). Incorporating Cannibalization into Pricing Optimization Using Choice Data: An Application to the Pricing of Mobile Broadband Services. *Jurnal Teknik Industri*, 21(2), 57-68. doi:10.9744/jti.21.2.57-68
- Putranto, T. A. (2020). *Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019*. Jakarta: Kementerian Kesehatan. Diakses dari <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/135220/permenkes-no-9-tahun-2020>.
- RZ, & MG. (2021). *Melihat Perkembangan Bisnis Frozen Food di Masa Pandemi, Ini Kata GAPMMI*. Diakses dari <https://linkumkm.id/news/detail/11369/melihat-perkembangan-bisnis-frozen-food-di-masa-pandemi-ini-kata-gapmmi>.
- Sawtooth Software. (2016). *Randomized First Choice*. Diakses dari Lighthouse Studio Help: https://sawtoothsoftware.com/help/lighthouse-studio/manual/index.html?hid_randomizedfirstchoice.html
- Sawtooth Software. (2021). *The CBC/HB System Technical Paper V5.6*. Provo: Sawtooth Software, Inc.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Stobierski, T. (2020). *Willingness to Pay: What It Is & How to Calculate*. Diakses dari Harvard Business School Online: <https://online.hbs.edu/blog/post/willingness-to-pay>
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto, E. S., Azhad, M., & Santoso, B. (2017). DAMPAK RETAILING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINI MARKET INDOMARET SUMBERSARI JEMBER. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 58-76. doi:10.32528/smbi.v7i1.1011