

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terhadap strategi pemasaran Unit Usaha KPGSmart dalam upaya meningkatkan pelayanan terhadap anggota, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Unit Usaha KPGSmart saat ini apabila diuraikan menurut *retailing mix* :

1. Tempat usaha yang strategis, dimana peluang usaha yang pasti berkembang karena bisa terjangkau oleh anggota maupun non anggota. Menggugurkan saluran distribusi yaitu *zero level distribution* dimana perusahaan tidak ada perantara antara produsen dengan pelanggan.
2. Produk yang disediakan oleh Unit Usaha KPGSmart adalah pemasaran, dimana KPGSmart memfokuskan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar sasarannya (anggota) serta memberikan kepuasan yang diinginkan pelanggan (anggota).
3. Harga yang ditentukan oleh Unit Usaha KPGSmart tergolong murah berdasarkan penilaian pelanggan karena dalam menentukan harga, KPGSmart membandingkan terlebih dahulu harga yang ditentukan oleh pesaing yang berada di wilayah pemasarannya.
4. Promosi yang dilakukan oleh KPGSmart dengan cara personal selling yaitu penjualan secara langsung berinteraksi dengan pelanggan (anggota) dari mulut

ke mulut dan secara *sales promotion* melalui pemberian bonus dan potongan harga kepada pelanggan Unit Usaha KPGSmart.

5. Suasana toko KPGSmart cukup nyaman namun perlu ditata kembali agar *layout* toko terkesan lebih nyaman dan barang yang dipajang di dalam toko menjadi menarik, sehingga kemungkinan besar konsumen membeli barang semakin banyak.
6. Pelayanan yang diberikan kepada anggota sejauh ini terbilang baik sesuai dengan tanggapan dari anggota, namun perlu adanya perbaikan melihat dari penilaian beberapa responden terhadap daya tanggap karyawan, kesegeraan memenuhi kebutuhan anggota, ketelitian pemesanan produk yang di pesan anggota.

Faktor – faktor yang dipertimbangkan dalam menyusun strategi pemasaran pada Unit Usaha KPGSmart antara lain :

1. Produk

Setiap jenis, kualitas dan kuantitas barang kebutuhan baik sembako (minyak, beras dan telur) atau saponak (bibit, obat-obatan) yang ditawarkan oleh Unit Usaha KPGSmart dapat diterima serta sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen atau anggotanya.

2. Harga

Harga barang sesuai dengan mutu atau kualitas barang tersebut. Penetapan harga barang baik sembako maupun saponak berdasarkan pada harga rata-rata yang berlaku di pasaran dalam waktu tertentu.

3. Promosi

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Unit Usaha KPGSmart hanya menawarkan secara langsung jenis barang yang baru dan memberikan hadiah dari pihak KPGSmart kepada anggota atas pembelian produk tertentu dengan jumlah tertentu.

4. Distribusi

Penyaluran atau distribusi barang yang ditujukan kepada anggota koperasi dengan penjualan konsumen akhir dimana langsung berkaitan dengan anggota atau konsumen dan tidak ada perantara lagi.

5. Supplier

Unit Usaha KPGSmart dalam melakukan pemenuhan dan pengadaan barangnya diperoleh dari *supplier* yang berbeda-beda karena dilihat dari harga yang diberikan (murah atau mahal) dan kualitas barang yang disediakan oleh *supplier*.

6. Pesaing

Dalam hal ini pesaingnya adalah toko yang berada disekitar lingkungan KPGS yaitu, Alfamart, Indomaret, Waserda yang menyediakan barang yang sama dan Pasar Tradisional.

Berdasarkan diagram kartesius terhadap pelaksanaan strategi pemasaran Unit Usaha KPGSmart dari kuadran I, yang diharapkan oleh anggota terhadap KPGS untuk memperbaiki strategi promosi yang dilakukan oleh Unit Usaha KPGSmart masih terbilang kurang maksimal karena anggota perlu mengetahui lebih jelas harga yang tertera dan barang apa saja yang disediakan oleh KPGSmart yang nantinya berpengaruh terhadap keputusan pembelian anggota pada

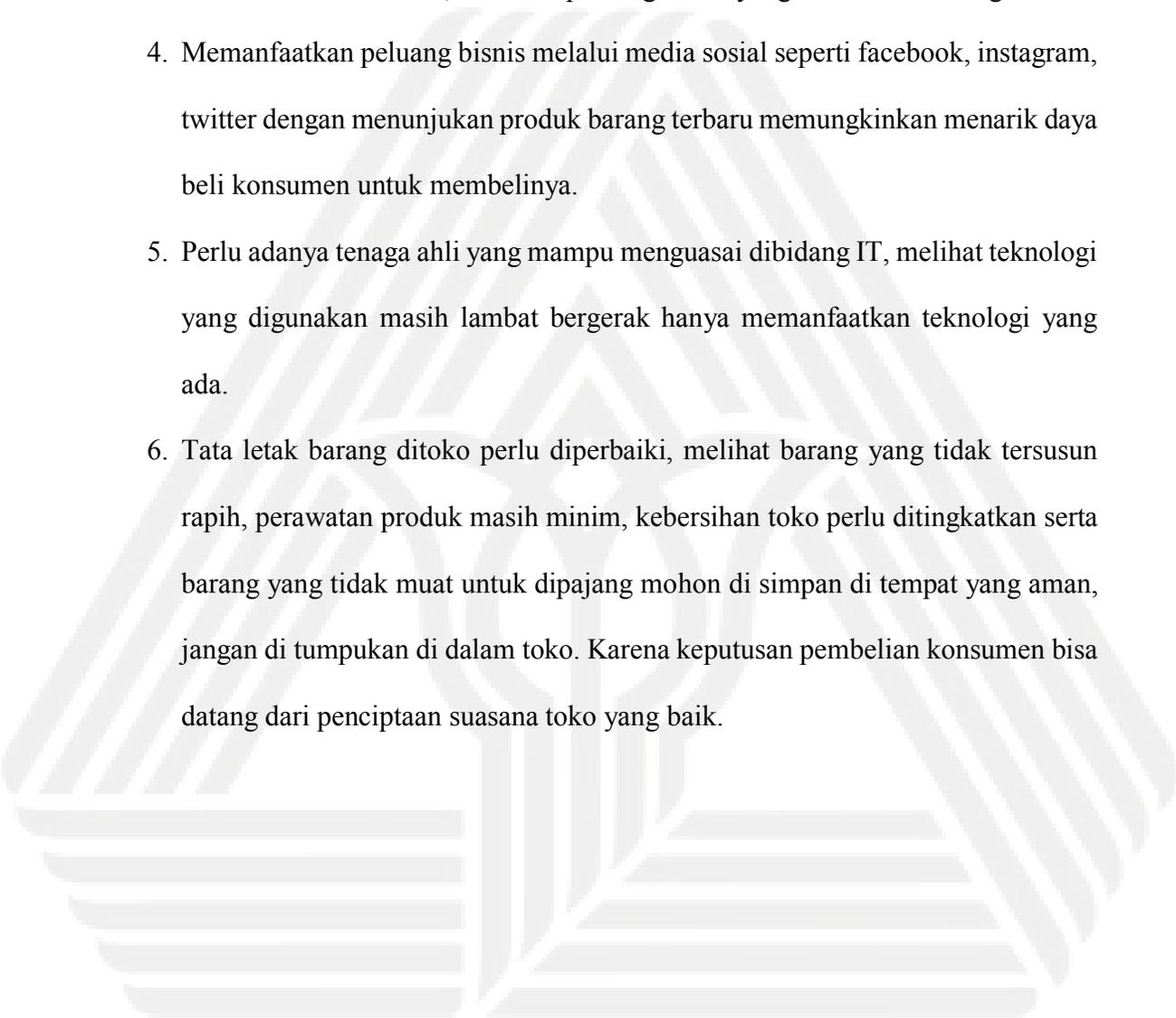
KPGSmart. Selain itu juga untuk potongan harga Unit Usaha KPGSmart belum bisa menetapkan potongan harga tersebut dengan baik hanya bisa mengukur dari berapa jumlah barang yang dibeli. Adapun tanggapan dari para responden mengenai suasana toko juga dirasa perlu ditata kembali seperti pemajangan produk, penumpukan barang dan ketertiban administrasi saat ini. Sedangkan harapan anggota KPGS terhadap pelaksanaan strategi untuk memperbaiki pelaksanaan dalam penetapan harga, adanya tanggapan anggota terhadap indikator yang kurang sesuai dalam pelaksanaan sehingga KPGSmart harus mampu memperbaiki pelaksanaannya.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis akan memberikan saran yang sekiranya bisa membantu dalam perbaikan strategi pemasaran Unit Usaha KPGSmart. Hal – hal yang dapat dilakukan dalam penerapan strategi pemasaran Unit Usaha KPGSmart :

1. Memperbaiki kejelasan penetapan harga yang merupakan salah satu kelemahan dalam toko ini, dengan cara memberikan label harga setiap barang di raknya dan segera *update* harga jika ada perubahan harga barang dengan cara *list* barang yang harganya berubah dan ketika print label harga usahakan yang label harga yang *food* dan *non food* dipisah agar lebih mudah memajang label harganya.
2. Produsen atau pihak perusahaan (KPGS) sebaiknya memberikan potongan harga kepada pelanggan (anggota) untuk pembelian produk dengan jumlah tertentu. Mungkin dengan cara memberikan potongan harga atau bonus pelanggan akan menjadi loyal terhadap KPGSmart.

3. Membuka cabang usaha, melihat banyak tempat tinggal anggota yang jauh dari Unit Usaha KPGSmart, maka ini peluang usaha yang akan berkembang besar.
4. Memanfaatkan peluang bisnis melalui media sosial seperti facebook, instagram, twitter dengan menunjukkan produk barang terbaru memungkinkan menarik daya beli konsumen untuk membelinya.
5. Perlu adanya tenaga ahli yang mampu menguasai dibidang IT, melihat teknologi yang digunakan masih lambat bergerak hanya memanfaatkan teknologi yang ada.
6. Tata letak barang ditoko perlu diperbaiki, melihat barang yang tidak tersusun rapih, perawatan produk masih minim, kebersihan toko perlu ditingkatkan serta barang yang tidak muat untuk dipajang mohon di simpan di tempat yang aman, jangan di tumpukan di dalam toko. Karena keputusan pembelian konsumen bisa datang dari penciptaan suasana toko yang baik.



IKOPIN