

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil kuesioner mengenai sub-variabel produk, dapat disimpulkan, bahwa:
 - a. Kesesuaian rasa produk yang ditawarkan oleh KPSBU Lembang terbilang segar dan sesuai dengan rasa lidah konsumen, sehingga konsumen menyukai produk yang ditawarkan dan hal ini termasuk ke dalam kategori **sudah sesuai (baik)**.
 - b. Kemudahan dalam mengingat merek produk (Fresh Time) yang ditawarkan oleh KPSBU Lembang masuk ke dalam kategori **cukup mudah diingat (cukup)**.
 - c. Varian rasa yang diberikan oleh KPSBU Lembang terhadap produk-produk yang mereka tawarkan masuk ke dalam kategori **bervariasi (baik)** dengan rasa **stroberi** sebagai yang paling dominan disukai oleh responden di antara 4 varian rasa (stroberi, melon, anggur, dan durian) yang disediakan oleh KPSBU Lembang.
 - d. Variasi ukuran kemasan produk yang ditawarkan oleh KPSBU Lembang masuk ke dalam kategori **bervariasi (baik)**.
2. Berdasarkan hasil kuesioner mengenai sub-variabel harga, dapat disimpulkan, bahwa:
 - a. Harga yang diberikan oleh KPSBU Lembang terhadap produk-produk yang mereka tawarkan masuk ke dalam kategori **terjangkau (baik)**.

- b. Pemberian potongan harga/diskon apabila responden membeli produk-produk olahan mereka dalam jumlah besar masuk ke dalam kategori **cukup berpengaruh (cukup)**.
 - c. Kemudahan transaksi dalam pembelian produk yang ditawarkan oleh KPSBU Lembang pada saat ini masuk ke dalam kategori **cukup mudah (cukup)**.
 - d. Perbandingan harga yang diberikan oleh KPSBU Lembang dengan harga yang diberikan oleh pesaing (penjual susu/yogurt yang berada di sekitar lingkungan KPSBU Lembang) masuk ke dalam kategori **lebih terjangkau (baik)**.
3. Berdasarkan hasil kuesioner mengenai sub-variabel distribusi, dapat disimpulkan, bahwa:
- a. Kemudahan dalam menemukan produk yang dijual oleh KPSBU Lembang masuk ke dalam kategori **cukup sulit ditemukan (cukup)**.
 - b. Kemudahan dalam menjangkau lokasi penjualan produk yang ditawarkan oleh KPSBU Lembang masuk ke dalam kategori **cukup terjangkau (cukup)**.
 - c. Ketersediaan lahan parkir yang diberikan oleh KPSBU Lembang masuk ke dalam kategori **luas (baik)**.
 - d. Kenyamanan lokasi yang disediakan oleh KPSBU Lembang masuk ke dalam kategori **nyaman (baik)**.
4. Berdasarkan hasil kuesioner mengenai sub-variabel promosi, dapat disimpulkan, bahwa:

- a. Promosi dengan cara mengiklankan produk yang ditawarkan oleh KPSBU Lembang pada saat ini masuk ke dalam kategori **tidak efektif (kurang)**.
- b. Promosi potongan harga yang dilakukan oleh KPSBU Lembang pada saat ini masuk ke dalam kategori **cukup berpengaruh (cukup)**.
- c. Sponsorship acara yang diberikan oleh KPSBU Lembang pada saat ini masuk ke dalam kategori **tidak terealisasi (kurang)**.
- d. Ketertarikan terhadap pembelian produk yang ditawarkan oleh KPSBU Lembang berdasarkan promosi-promosi yang dilakukan oleh koperasi pada saat ini masuk ke dalam kategori **cukup tertarik (cukup)**.

5.2 Saran

Dengan melihat penguraian dari bab demi bab yang telah penulis bahas, maka di sini penulis mencoba untuk memberikan beberapa saran yang harus dilakukan oleh Unit Pengolahan Susu di KPSBU Lembang guna meningkatkan penjualan produk olahan susunya, yaitu:

1. Untuk variabel produk dengan sub-variabel kesesuaian rasa produk, sudah dapat dikatakan baik/sesuai, akan tetapi untuk kemudahan dalam mengingat merek produk perlu ditingkatkan kembali agar lebih mudah diingat oleh konsumen.

Untuk varian rasa, sudah sesuai dengan rasa di lidah konsumen dan cukup bervariasi. Di antara keempat rasa yang ditawarkan oleh KPSBU Lembang terhadap produk olahan susunya (stroberi, melon, anggur, moka, dan durian), responden lebih menyukai rasa stroberi.

Dalam hal variasi ukuran kemasan, sudah dapat dikatakan baik/bervariasi, meskipun yang terlihat dijual hanya yang berukuran 150 ml atau berukuran gelas cup plastik saja.

2. Untuk variabel harga dengan sub-variabel harga yang ditawarkan KPSBU Lembang terhadap produk olahan susu yang mereka jual, responden menjawab terjangkau/baik dengan kualitas yang mumpuni.

Untuk pemberian potongan harga atau diskon, rata-rata responden menjawab bahwa hal tersebut cukup terealisasi, akan tetapi hal tersebut hanya berlaku bagi responden yang merupakan agen penjualan produk olahan susu KPSBU Lembang.

Dalam hal kemudahan transaksi, rata-rata responden menjawab cukup mudah. Berdasarkan hasil wawancara, beberapa responden mengeluhkan ketiadaan mesin EDC (*Electronic Data Capture*) bagi responden yang ingin melakukan pembayaran non-tunai.

Untuk perbandingan harga dengan pesaing, rata-rata responden menjawab bahwa produk olahan susu yang ditawarkan oleh KPSBU Lembang lebih terjangkau dengan kualitas produk olahan susu yang lebih segar dan baik.

3. Untuk variabel distribusi dengan sub-variabel kemudahan responden dalam menemukan produk olahan susu yang dijual oleh KPSBU Lembang, rata-rata responden menjawab bahwa lokasi cukup sulit ditemukan. Hal ini dikarenakan outlet yang tersedia hanya di KPSBU Lembang itu sendiri, akan lebih baik apabila KPSBU Lembang bekerja sama dengan outlet-outlet terdekat untuk menjual produk olahan susunya.

Untuk kemudahan dalam menjangkau lokasi produk olahan susu dijual, rata-rata responden menjawab cukup terjangkau. Hal ini dikarenakan lokasi KPSBU Lembang itu sendiri kurang strategis, meskipun terdapat papan penunjuk jalan di beberapa sudut yang mengarah ke KPSBU Lembang. Akan lebih baik apabila KPSBU Lembang memberikan ciri khas seperti banner KPSBU Lembang sebagai penanda keberadaan lokasi KPSBU Lembang atau disediakan opsi pembelian secara online dengan ongkos kirim menyesuaikan dengan lokasi tempat konsumen memesan produk olahan susunya.

Mengenai ketersediaan lahan parkir, rata-rata konsumen menjawab bahwa lahan parkir yang disediakan oleh KPSBU Lembang untuk konsumen/pembeli produk olahan susunya terbilang luas sehingga memudahkan konsumen dalam memarkir kendaraannya, bagi yang membawa.

Dalam hal lokasi, KPSBU Lembang sendiri memiliki lokasi yang nyaman berdasarkan rata-rata pendapat responden. Konsumen dapat dengan santai menikmati produk olahan susu dari KPSBU Lembang yang mereka beli di lokasi.

4. Untuk variabel promosi dengan sub-variabel promosi dengan cara mengiklankan produk olahan susunya, dirasa tidak meluas. Akan lebih baik jika KPSBU Lembang mengiklankan produk olahan susunya berdasarkan golongan usia. Dapat dilihat dalam pembahasan identitas responden, bahwasannya penikmat produk olahan susu KPSBU Lembang

berdasarkan data responden adalah yang berusia 31 – 35 tahun. Menurut pengamatan peneliti, pada usia tersebut lebih menikmati membaca informasi yang berasal dari media cetak seperti koran. Memang, KPSBU Lembang telah mengiklankan produk olahan susunya di *website*, akan tetapi hal tersebut dirasa kurang efektif dikarenakan kurangnya inovasi dalam mendesain *website* tersebut.

Untuk promosi potongan harga yang diberikan KPSBU Lembang terhadap produk olahan susu yang mereka tawarkan, rata-rata responden menjawab cukup terealisasi. Akan lebih baik apabila KPSBU Lembang juga memberikan potongan harga/diskon kepada konsumen umum, bukan hanya konsumen yang turut merangkap menjadi agen penjualan produk olahan susu KPSBU Lembang.

Dalam hal sponsorship acara, sayangnya hal ini tidak terealisasi berdasarkan rata-rata pendapat konsumen dalam kuesioner yang diberikan.

Dapat dilihat bahwa produk olahan susu KPSBU Lembang cukup menarik untuk dipromosikan melalui acara-acara yang berhubungan dengan produk olahan susu yang mereka tawarkan. Akan lebih baik apabila KPSBU Lembang mengikuti pameran dan memberikan sponsor untuk acara-acara yang berhubungan dengan produk olahan susunya.

Terakhir, pendapat responden mengenai ketertarikan mereka dalam membeli produk olahan susu yang ditawarkan KPSBU Lembang berdasarkan promosi-promosi yang dilakukan adalah cukup tertarik. Sejauh ini KPSBU Lembang telah melakukan promosi yang dirasa cukup

menarik perhatian konsumen dalam membeli produk olahan susunya. Akan lebih baik lagi apabila KPSBU Lembang meningkatkan kembali promosinya, seperti salahsatu contohnya adalah promosi melalui media *internet* seperti *website*.



IKOPIN