

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil pengolahan data dan penganalisaan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan karakteristik demografi, konsumen dibagi dalam enam segmen/kelompok. Keenam segmen tersebut adalah :
 - Kelompok ibu rumah tangga muda yang berusia antara 26 sampai 35 tahun
 - Kelompok ibu rumah tangga yang berusia antara 35 sampai 52 tahun dan bekerja sebagai karyawan
 - Kelompok ibu rumah tangga setengah baya yang berusia antara 37 sampai 55 tahun
 - Kelompok ibu rumah tangga yang berusia antara 26 sampai 35 tahun dan bekerja sebagai karyawan.
 - Kelompok wanita yang berusia antara 26 sampai 32 tahun dan bekerja sebagai karyawan
 - Kelompok mahasiswa yang berusia antara 19 sampai 25 tahun
2. Keenam kelompok konsumen mempunyai preferensi yang berbeda terhadap variabel-variabel pasar swalayan, yaitu :
 - a. Segmen I cenderung mementingkan faktor pelayanan, terutama kecepatan pelayanan pada saat pembayaran di kasir, dan faktor produk, terutama kelengkapan dan ketersediaan dari barang yang diinginkan, dalam mengambil keputusan untuk memilih pasar swalayan.

- b. Segmen II cenderung mementingkan faktor produk, terutama kualitas barang-barang yang tersedia, dan faktor pelayanan, terutama kecepatan pelayanan pada saat pembayaran di kasir.
 - c. Segmen III sangat mengutamakan faktor harga, terutama harga-harga barang yang relatif lebih murah dibandingkan harga di pasar tradisional, toko-toko, ataupun pasar swalayan lainnya, dan faktor produk, terutama kualitas barang-barang yang tersedia.
 - d. Segmen IV cenderung mementingkan faktor produk, terutama keanekaragaman jenis-jenis barang yang tersedia, dan faktor pelayanan, terutama kecepatan pelayanan pada saat pembayaran di kasir.
 - e. Segmen V sangat mementingkan faktor harga, terutama harga-harga barang yang relatif lebih murah dibandingkan harga di pasar tradisional, toko-toko, ataupun pasar swalayan lainnya, dan faktor produk, terutama kelengkapan dan ketersediaan dari barang yang diinginkan.
 - f. Segmen VI sangat mengutamakan faktor harga, terutama harga-harga barang yang relatif lebih murah dibandingkan harga di pasar tradisional, toko-toko, ataupun pasar swalayan lainnya, dan faktor produk, kelengkapan dan ketersediaan dari barang yang diinginkan.
3. berdasarkan preferensinya yang homogen terhadap pasar swalayan, maka konsumen pasar swalayan dapat dikelompokkan lagi dalam segmen-segmen pasar yang lebih besar, yaitu :
- Segmen I (gabungan segmen II dan IV), yang mewakili kelompok ibu rumah tangga yang bekerja sebagai karyawan.

- Segmen II (gabungan segmen III, V, dan IV), yang mewakili kelompok ibu rumah tangga setengah baya yang tidak bekerja, wanita yang bekerja sebagai karyawan, dan mahasiswi.
 - Segmen III, yang mewakili kelompok ibu rumah tangga muda yang tidak bekerja.
4. Keempat pasar swalayan yang diteliti menempati empat kuadran yang berbeda. Ditinjau dari kuadrannya masing-masing, keempat pasar swalayan tersebut mempunyai kelebihan masing-masing, yaitu :
- Pasar swalayan Super Indo (kuadran II), mempunyai kelebihan dalam hal kecepatan pelayanan, keramahan pelayanan, potongan harga, paket promosi khusus, dan kemudahan mencapai lokasi.
 - Pasar swalayan Matahari (kuadran I), mempunyai keunggulan dalam hal kenyamanan suasana, kebersihan ruangan, promosi di media massa, dan *instore promotion*.
 - Pasar swalayan Hero (kuadran IV), mempunyai keunggulan dalam hal kualitas barang, kelengkapan barang, keanekaragaman jenis barang, pengaturan barang, dan barang impor.
 - Pasar swalayan Dika (kuadran III), mempunyai kelebihan dalam hal harga barang, papan petunjuk, produk yang baru dipromosikan, dan fasilitas pembungkus

6.2 Saran

Saran-saran yang dapat diberikan kepada perusahaan untuk meningkatkan performansinya adalah sebagai berikut :

- 1 Pasar swalayan Super Indo dapat mengkonsentrasikan strategi pemasarannya pada segmen I. Hal ini ditunjang oleh karakteristik pasar swalayan tersebut yang paling memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen pada segmen ini dalam hal pelayanannya.
- 2 Pasar swalayan Super Indo harus lebih memperhatikan faktor harga dan produk agar dapat bersaing dengan pasar swalayan lainnya, terutama pasar swalayan Hero dan Dika.