

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Proses pengambilan keputusan kreatif *showroom* Market Mobil menggunakan pendekatan Zimmerer dan Scarborough adalah sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan dalam pengambilan keputusan kreatif pada *showroom* Market mobil hasilnya adalah bahwa pendidikan formal berpengaruh bagi sebagian pengambil keputusan. Pengalaman dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan kreatif oleh semua responden. Diskusi juga dilakukan, sebelum mengambil keputusan kreatif. Bahan bacaan tidak digunakan untuk mengambil keputusan kreatif. Pengalaman-pengalaman belajar yang mendukung pengambilan keputusan kreatif adalah pengalaman tentang strategi promosi *online*, pengalaman tentang penjualan *online*, pengalaman di saat penjualan turun, pengalaman mendengar kebutuhan konsumen akan kepastian tentang kualitas mobil bekas, dan belajar iklan di masa lalu.

2. Tahap Investigasi/ Penyelidikan

Dalam penelitian ini masalah yang dihadapi menurut responden adalah penurunan penjualan dengan penyebab utama terjadinya wabah COVID-19 yang mengakibatkan terjadinya penurunan daya beli masyarakat.

3. Tahap Transformasi

Dalam penelitian ini persamaan masalah yang ada dengan berbagai peristiwa adalah penurunan penjualan yang pernah dialami dan wajar dalam bisnis, tetapi yang membedakan adalah penurunan yang terjadi adalah karena pandemi dunia yang mengakibatkan kondisi penurunan ekonomi secara global.

4. Tahap Inkubasi/Penetasan

Dalam penelitian ini ide yang muncul dari bawah sadar berbeda-beda dari tiap responden. Responden yang berposisi sebagai pemilik usaha memiliki ide agar iklan perlu lebih agresif di berbagai *marketplace*, mobil dikeluarkan di depan, membuat video penjualan keadaan mobil, melakukan kerjasama *leasing* untuk DP minim, memberikan jaminan kualitas produk, dan menerapkan protokol covid di *showroom*. Sedangkan ide responden dengan posisi sebagai admin adalah melakukan kerjasama *leasing* untuk DP minim, menyebar brosur di depan *showroom*, dan menerapkan protokol covid di *showroom*. Lain halnya dengan bagian *service* yang memiliki ide pemberian garansi 1x 24 jam uang kembali jika terbukti mobil bekas

banjir, bekas kecelakaan, bekas proyek, bekas mobil rental, bekas lelang, dan kilometer tidak asli. Sedangkan ide responden yang berposisi sebagai *marketing* adalah iklan mobil di OLX digencarkan dengan iklan yang berbayar dan membuat video kondisi mobil untuk dikirimkan via WA calon pembeli.

Ide tersebut didapat dengan merenungkannya dengan cara yang berbeda-beda. Pemilik dan bagian *marketing* merenungkannya di rumah sambil duduk-duduk dan membutuhkan waktu 2 hari. Sedangkan responden dengan posisi admin merenungkan di kantor setelah makan siang dalam waktu sehari. Responden dengan posisi bagian *service* merenungkan di rumah sambil tiduran dalam waktu sehari.

5. Tahap Iluminasi/Penerangan.

Pemecahan kreatif spontan responden berbeda-beda antar responden. Pemecahan kreatif spontan responden dengan posisi sebagai pemilik adalah bahwa ide-ide tersebut perlu dilakukan secara bersama-sama agar memiliki pengaruh yang besar. Sedangkan menurut admin pemecahan spontannya adalah program DP minim. Menurut responden dengan posisi sebagai bagian *service* pemecahan spontannya adalah pemberian garansi 1x24 jam uang dikembalikan jika terbukti mobil bekas banjir, bekas kecelakaan, bekas proyek, bekas mobil rental, bekas lelang, dan kilometer tidak asli. Terakhir, pemecahan kreatif spontan *marketing* adalah iklan mobil di OLX digencarkan dengan iklan yang

berbayar dan membuat video kondisi mobil untuk dikirimkan via WA calon pembeli.

6. Tahap Verifikasi/ Pengujian.

Masing-masing responden melakukan pengujian ide dengan cara berbeda. Responden dengan posisi sebagai pemilik melakukan pengujian terhadap masing-masing ide yang ada. Adapun untuk menguji ide pertama yaitu agar iklan perlu lebih agresif di berbagai *marketplace*, pemilik langsung menguji di OLX karena dari pengalaman masa lalu diyakini oleh pemilik bahwa iklan berbayar di OLX bisa menghasilkan respon yang besar. Dari segi manfaat ide iklan berbayar di OLX bermanfaat agar dapat mendatangkan prospek. Ide kedua tentang mengeluarkan mobil di depan *showroom* diuji coba dikeluarkan di depan dalam beberapa hari hasilnya ada yang datang karena aktivitas tersebut. Manfaat dari ide tersebut adalah untuk menarik prospek yang lewat di depan *showroom*. Ide ketiga tentang membuat video penjualan keadaan mobil diuji coba pada beberapa prospek dan hasilnya memuaskan. Dalam proses menguji keakuratan ide, pemilik menambahkan untuk memberikan layanan antar gratis ke tempat pembeli jika sudah memberikan DP tertentu. Manfaat dari ide tersebut agar calon pembeli bisa mengetahui keadaan mobil dari video yang diberikan, tanpa harus datang ke lokasi. Ide keempat yaitu melakukan kerjasama *leasing* untuk DP minim. Ide tersebut diuji dengan berkoordinasi dengan pihak *leasing* untuk meminta *leasing*

memberikan fasilitas kredit DP minim dan hasilnya pihak *leasing* bersedia memberikan program tersebut dan untuk menguji efektivitas keakuratan ide tersebut adalah berdasarkan keyakinan bahwa pembeli sering menanyakan program DP minim. Manfaat DP minim adalah agar membuat konsumen lebih tertarik membeli mobil karena DP-nya rendah. Ide kelima yaitu memberikan jaminan kualitas produk yang diuji dengan cara menanyakan kepada beberapa calon konsumen tentang jaminan apa aja yang diinginkan jika membeli mobil bekas dan untuk menguji keakuratannya dilakukan diskusi dengan pemain bisnis yang sama, karyawan, dan calon konsumen yang pada akhirnya ide yang digunakan adalah memberikan jaminan 1 x 24 uang kembali jika terbukti mobil yang dibeli terbukti bekas banjir, bekas kecelakaan, bekas proyek, bekas mobil rental, bekas lelang, dan kilometer tidak asli. Manfaat dari ide tersebut adalah untuk membuat prospek semakin yakin dan merasa aman dalam membeli mobil bekas dari Market Mobil. Ide keenam, yaitu ide menerapkan protokol covid di *showroom* dimana memang sudah seharusnya diterapkan yang bermanfaat agar membuat calon konsumen tidak khawatir ketika datang ke *showroom*. Untuk itu, ide ini tetap diterapkan tetapi tidak menjadi strategi keputusan kreatif. Pengujian yang dilakukan oleh responden dengan posisi admin untuk ide kreatif DP minim adalah berdasarkan pengalaman masa lalu yang pernah dilakukan saat terjadi penurunan penjualan dan secara nyata mampu menciptakan penjualan. Manfaat program DP minim adalah

agar membuat konsumen lebih tertarik membeli mobil karena DP-nya murah. Pengujian juga dilakukan oleh bagian *service* atas ide jaminan uang kembali dengan diskusi dengan atasan dan meminta untuk atasan melakukan survei kecil-kecilan untuk menguji. Akurasi ide tersebut menurut bagian *service* adalah berdasarkan permintaan pembeli tentang garansi kualitas mobil. Jaminan uang kembali diberikan agar prospek memiliki keyakinan untuk membeli.

7. Tahap Implementasi

Ide kreatif yang diterapkan adalah sebagai berikut:

- a. Pertama, lebih agresif iklan mobil di OLX dengan iklan berbayar (*highlight*).
- b. Kedua, mobil dikeluarkan di depan *showroom* tetapi tetap memperhatikan protokol covid, dalam hal ini mobil ditempatkan di depan *showroom* dengan tujuan menarik prospek
- c. Ketiga, penjualan *online* dengan menunjukkan video kondisi mobil. Setelah deal dan pembeli memberikan DP tertentu, maka mobil dikirim ke tempat pembeli tanpa biaya
- d. Keempat, bekerja sama dengan *leasing* untuk program DP minim, sehingga bisa terjangkau pembeli.
- e. Kelima, memberikan jaminan uang kembali *full* jika dalam waktu 1 X 24 jam mobil yang dibeli terbukti mobil bekas banjir, bekas kecelakaan, bekas proyek, bekas mobil rental, bekas lelang, dan kilometer tidak asli.

5.2 Saran

Adapun saran dalam penelitian ini adalah:

1. Dalam pengambilan keputusan kreatif sebaiknya menggunakan proses pengambilan keputusan kreatif karena dalam setiap proses, ide dipertimbangkan, dievaluasi, dan diuji keakuratannya sehingga dalam penerapannya bisa menghasilkan strategi yang efektif.
2. Pihak pengusaha sebaiknya melakukan hasil keputusan kreatif tetapi perlu disertai dengan evaluasi efektivitas hasil. Jika hasil efektif maka, strategi bisa diteruskan. Jika hasilnya tidak memuaskan bisa dievaluasi untuk dimaksimalkan lagi dan jika memang hasilnya tidak memuaskan bisa dilakukan penggantian bahkan penghentian strategi.

