

BAB V

PENUTUP

5.1. KESIMPULAN

Penelitian yang diadakan pada dua tempat ritel baru yang akan diteliti, yaitu Carrefour Spondol dan Hypermart Paragon melibatkan 30 orang responden perempuan pekerja yang telah memenuhi pertimbangan-pertimbangan yang ditentukan seperti perempuan pekerja yang rutin berbelanja untuk kebutuhan sendiri maupun keluarga dan melakukan rutinitas belanja berturut-turut selama 3(tiga) bulan terakhir. 30 orang responden tersebut dibagi menjadi 2, yaitu 15 kuesioner diisi oleh perempuan pekerja yang pernah berbelanja di Carrefour Spondol dan 15 kuesioner lagi diisi oleh perempuan pekerja yang pernah berbelanja di Hypermart Paragon. Dari sekian banyak data responden yang diperoleh maka setelah diolah, ditemukan data bahwa 30 orang perempuan kerja yang menjadi responden penelitian ini memiliki usia produktif dari usia 31-50 tahun, rata-rata sebagian perempuan pekerja tersebut bekerja sebagai karyawan swasta dengan penghasilan 3 juta ke atas dan mereka memiliki keluarga inti, yaitu suami dan anak.

Dilihat dari penelitian data perilaku belanja responden, ditemukan bahwa sebagian besar responden memiliki sistem pola belanja yang terpola yaitu sebanyak satu kali per bulan. Sistem pola belanja responden yang terpola selama satu kali ini, membuat responden mengeluarkan biaya rata-rata sebesar Rp 500.000,00 sampai Rp 1.000.000,00 karena mereka melakukan pembelian

untuk jangka waktu satu bulan ke depan. Tempat belanja yang menjadi favorit dari sebagian responden ini adalah ADA Swalayan karena tercatat sebanyak 19 orang responden dan juga Carrefour Pemuda sebanyak 16 orang responden. Ritel bukan lagi menjadi tempat untuk berbelanja saja, sebagian besar responden mengatakan membutuhkan waktu lebih dari 60 menit untuk melihat-lihat dan juga berbelanja.

Peneliti juga menemukan beberapa penemuan mengenai penilaian responden terhadap 7P (*Product, Price, Place, Promotion, Physical Evidence, Process, dan People*) dari kedua ritel yang diteliti. Temuan-temuan tersebut adalah sebagai berikut:

Sebagian besar responden yang diteliti mengatakan bahwa Carrefour Spondol dan Hypermart Paragon menyediakan ragam produk, variasi produk dan juga merek produk secara lengkap.

Bila dilihat dari sisi harga, harga yang ditawarkan pada Carrefour Spondol cenderung cukup atau seimbang dengan barang atau produk yang ada. Sedangkan harga yang ditawarkan oleh Hypermart Paragon cenderung mengarah ke mahal bila dibandingkan dengan ritel lainnya. Dalam menarik simpati dari konsumen, kedua ritel tersebut memberikan diskon di beberapa macam produk yang ada, tetapi adanya diskon ini sebagian besar responden tetap merasa tidak tertarik.

Menurut responden, pemilihan lokasi ritel Carrefour Spondol dekat dengan tempat tinggal, mudah diakses, dekat dengan tempat kerja, tetapi adapula yang mengatakan bahwa pemilihan lokasi tersebut tidak strategis. Tetapi mengenai kapasitas parkir, tidak perlu ditakutkan karena Carrefour Spondol menyediakan

tempat parkir yang luas dan biaya parkirnya pun gratis. Berbeda dengan Hypermart Paragon, responden sebagian besar mengatakan bahwa ritel tersebut dekat dengan tempat tinggal dan juga mudah untuk diakses karena letaknya dekat dengan pusat kota. Meskipun tempat parkir sama luasnya dengan di Carrefour Sronдол, tetapi kapasitas tempat parkir yang disediakan Hypermart Paragon seringkali kurang memenuhi.

Keinginan responden untuk mencoba berbelanja di Carrefour Sronдол maupun di Hypermart Paragon sebagian besar karena berasal dari keinginan mereka untuk mencoba-coba sendiri, meskipun adapula yang mengatakan karena tertarik dari keluarga, teman atau bahkan iklan yang mereka lihat. Ritel baru biasanya menggunakan berbagai media untuk mengiklankan keberadaan mereka, tetapi ternyata sebagian besar responden mengatakan bahwa media iklan yang digunakan di kedua ritel yang diteliti ini tidak menarik perhatian mereka. Selain menggunakan diskon, pengelola ritel juga memberikan berbagai macam promo yang disampaikan melalui media iklan. Ternyata sebagian besar responden yang diteliti tidak mengetahui adanya promo tersebut. Responden juga mengatakan bahwa mereka tidak tertarik dengan adanya promo yang diadakan setelah mereka mengetahui produk apa saja yang dipromokan.

Secara penataan *layout*, antara ritel yang satu dengan ritel yang lainnya tidak jauh berbeda. Persamaan ini bisa dilihat pada penerangan yang digunakan, kebersihan, latar musik dan juga suhu udara. Hampir seluruh responden mengatakan bahwa kedua ritel tersebut memiliki penerangan yang terang. *Standart* pengelolaan kebersihan yang sama juga dapat kita temui pada kebersihan

ritel tersebut, dan seluruh responden mengatakan bahwa kedua ritel tersebut bersih. Hampir seluruh responden mengatakan suhu udara pada kedua ritel tersebut nyaman. Salah satu cara membuat responden merasa nyaman berbelanja bisa juga menggunakan latar musik, karena itu latar musik dapat ditemui pada kedua ritel. Seluruh responden yang diteliti mengatakan bahwa penataan barang yang ada di Hypermart Paragon mudah untuk dicari dan ditemukan sehingga responden sebanyak 9 orang mengatakan cukup dengan waktu 30 sampai 60 menit untuk berbelanja disana, berbanding terbalik dengan keadaanya di Carrefour Spondol. Hanya ada 4 orang saja yang mengatakan bahwa Carrefour Spondol memiliki penataan yang mudah dan sisanya mengatakan sulit. Penataan letak yang seperti inilah, yang membuat 9 orang responden dari 15 orang membutuhkan waktu lebih dari 60 menit untuk mencari produk keperluan mereka.

Secara proses peminjaman *trolley* tidak sulit, karena *trolley* yang disediakan pada Carrefour Spondol dan Hypermart Paragon memenuhi kapasitas dari pengunjung yang ingin menggunakan. Sebagian besar responden mengatakan bahwa pada hari kerja (Senin sampai Jumat), kasir yang disediakan sudah mencukupi, tetapi pada hari besar atau *weekend*, dibutuhkan tambahan kasir. Cara pembayaran yang digunakan oleh kedua ritel tersebut juga sudah memenuhi *standart*, yaitu dengan menyediakan sistem pembayaran secara *cash* maupun *credit*.

Sebanyak 14 orang responden mengatakan bahwa kasir yang bekerja di Carrefour Spondol ramah dan cekatan dalam menangani transaksi. Karyawan yang bekerja di ritel tersebut juga sudah cukup ramah dalam melayani responden.

Penilaian responden mengenai keramahan kasir di Hypermart Paragon adalah cukup ramah dan kasir di sana juga cekatan. Sedangkan jawaban terbanyak tidak tahu diberikan atas pertanyaan mengenai keramahan karyawan di Hypermart Paragon.

Beberapa temuan di atas, seperti kelengkapan produk, harga yang seimbang, kapasitas parkir serta *trolley* yang memenuhi, pemilihan lokasi yang dekat dengan tempat tinggal maupun mudah diakses, pelayanan yang ramah, dan adanya diskon dan promo ternyata tidak membuat sebagian besar responden memilih berpindah tempat berbelanja di kedua ritel baru tersebut. Hanya beberapa orang responden saja yang berniat untuk pindah ke ritel baru ini.

Kelemahan Carrefour Spondol, terletak pada lokasinya yang sulit untuk diakses. Bila dilihat secara keseluruhan, Carrefour yang ada di Spondol hampir menyerupai Carrefour yang ada di Pemuda (DP Mall), sayangnya pemilihan lokasinya yang tidak menyatu dengan mall dan kurang strategisnya tempat dapat dikatakan sebagai kendala terbesar yang menghalangi Carrefour Spondol kurang begitu digemari oleh para responden.

Sedangkan bila dilihat secara pemilihan lokasi, Hypermart Paragon sudah memilih letak yang strategis karena letaknya juga berada di pusat Kota Semarang sehingga mudah untuk dijangkau oleh konsumen, tetapi tetap saja memiliki kekurangan atau kelemahan di mata responden. Kelemahan Hypermart Paragon terletak pada harga yang mahal dan diskon yang ditawarkan, diberikan pada produk pembelian kedua.

5.2. SARAN

Dilihat dari kelemahan ritel modern pada Carrefour Spondol yang terletak karena lokasinya yang kurang strategis, maka peneliti memberikan saran kepada ritel Carrefour Spondol untuk memperlengkapi fasilitas yang ada. Untuk mengubah lokasi yang kurang strategis memang sulit, mengingat biaya yang dikeluarkan juga akan semakin membesar dan pemilihan lokasi selanjutnya belum tentu pula menarik minat konsumen, sehingga diharapkan dengan menyiasati melakukan perlengkapan fasilitas yang dibutuhkan oleh konsumen maka jerih payah konsumen untuk menjangkau ritel tersebut terbayar. Sehingga konsumen yang berbelanja pada ritel tersebut, bukan hanya dapat memenuhi kebutuhan untuk berbelanja saja, tetapi juga beberapa kebutuhan lainnya seperti makan ataupun mengajak anak bermain. Perlengkapan fasilitas ini bisa dengan menambahkan tempat untuk makan ataupun tempat untuk bermain anak. Carrefour Spondol juga dapat mempekerjakan petugas untuk membantu konsumen masuk dan keluar area parkir, mengingat arus lalu lintas yang padat dan dipenuhi kendaraan besar (seperti: bis dan truk).

Masalah yang berbeda dialami oleh ritel Hypermart Paragon, dimana masalah tersebut terletak pada sisi harga. Harga yang ditawarkan pada ritel tersebut dikatakan cukup mahal oleh responden, sebenarnya masalah ini sudah disiasati dengan memberikan diskon, tetapi kenyataannya barang yang didiskon tetap cukup mahal karena mereka harus membeli barang produk pertama dengan harga penuh, sedangkan diskon baru diberikan pada pembelian barang kedua. Peneliti memberikan saran, agar Hypermart membagi diskon yang diberikan

menjadi 2, sehingga pada pembelian pertama, konsumen tetap dapat memperoleh barang diskon (diskon tiap *item*/tiap pembelian produk). Hal ini menguntungkan kedua belah pihak, yaitu ritel tidak merugi karena biaya yang dikeluarkan tetap sama bahkan dapat memperoleh keuntungan dari pembelian yang kecil (sedikit) dari konsumen dan konsumen pun sudah dapat menikmati harga yang murah pada pembelian barang pertama. Perubahan pada kedua ritel tersebut alangkah baiknya bila ditunjang dengan memilih media untuk menggunakan iklan, agar iklan lebih kreatif dan berdampak pada keinginan konsumen mencoba berbelanja ke ritel tersebut.

Peneliti juga memberikan saran bagi ritel yang baru saja buka ataupun bagi ritel yang akan buka, yaitu agar para pengelola ritel lebih mengenal akan karakteristik orang Semarang yang unik sehingga sehingga peritel harus tahu persis tipe-tipe konsumennya. Dengan karakteristik orang Semarang yang suka mencoba akan hal baru, membuat pengelola ritel mudah didatangi dan dicoba oleh konsumen, tetapi yang sulit adalah mempertahankan konsumen-konsumen tersebut. Sehingga dapat dikatakan bahwa tantangan terbesar bagi para pengelola ritel baru adalah membuat konsumen menjadi pelanggan tetap bagi ritel baru tersebut. Pengelola ritel dapat lebih fokus pada karakteristik konsumen yang suka mencoba *outlet* baru, sehingga hal tersebut akan terus mendorong pengelola ritel untuk dapat memberikan inovasi-inovasi yang selalu membuat konsumen ingin terus mencoba dan bahkan dapat bertahan di ritel tersebut.

DESAIN KUESIONER

TANGGAPAN PEREMPUAN PEKERJA TERHADAP RITEL BARU 2010 DI KOTA SEMARANG (HYPERMART PARAGON / CARREFOUR SRONDOL)

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Alamat :
3. Pekerjaan :
 - a. PNS lokasi:
 - b. Karyawan Swasta lokasi:
 - c. Wiraswasta lokasi:
 - d. Guru/Dosen lokasi:
 - e. lokasi:
4. Usia : ... tahun
5. Status :
 - a. Berkeluarga
 - b. Belum Berkeluarga
6. Gaji :
 - a. < Rp 1.000.000,00
 - b. > Rp 1.000.000,00 – Rp 2.000.000,00
 - c. > Rp 2.000.000,00 – Rp 3.000.000,00
 - d. > Rp 3.000.000,00

B. Perilaku Belanja Responden

(Sebelum ada Hypermart Paragon atau Carrefour Sron dol)

1. Apakah anda rutin berbelanja untuk kebutuhan ?

- a. Ya, dengan pola:
 - o 1x per bulan
 - o 2 sampai 3 per bulan
 - o > dari 3x per bulan
- b. Tidak terpola, karena

2. Dimana tempat favorit belanja anda?

(boleh pilih lebih dari satu dan coret yang tidak perlu)

- a. Ada Swalayan (Majapahit/Setiabudi/Siliwangi/Fatmawati)
- b. Sri Ratu (Pemuda/Peterongan)
- c. Carrefour (DP Mall)
- d. Hypermart (Java Mall)
- e. Giant (Sultan Agung/Puri Anjasmoro)
- f.

3. Dari hasil jawaban di no 2, pertimbangan-pertimbangan apa saja yang anda?

(boleh pilih lebih dari satu)

- a. Lengkap
- b. Dekat dengan tempat tinggal
- c. Harga murah
- d. Pelayanan ramah

- e.
4. Berapa biaya yang anda keluarkan sekali belanja?
- a. < Rp 500.000,00
 - b. > Rp 500.000,00 – Rp 1.000.000,00
 - c. > Rp 1.000.000,00
5. Berapa lama waktu yang anda butuhkan setiap berbelanja di tempat berbelanja yang anda pilih? (dari jawaban soal no 2)
- a. < 30 menit
 - b. > 30 menit sampai 60 menit
 - c. > 60 menit

C. Tanggapan Responden terhadap Hypermart Paragon atau Carrefour Spondol

Dilihat dari sisi 7P (*Product, Price, Place, Promotion, Physical Evidence, Process, People*):

- **Product / Produk**

(Jelaskan atau deskripsikan tiap jawaban pertanyaan dan berilah contohnya!)

1. Apakah produk yang ada, tersedia dalam berbagai macam variasi (keragaman Produk, seperti: pakaian, peralatan rumah tangga, sembako, dll)?

2. Apakah produk yang ada, tersedia dalam berbagai ragam produk (rasa, ukuran, jenis, aroma dilihat dari produk yang sama)?
3. Apakah tiap kategori produk tersedia lengkap berbagai merek?....

- **Price / Harga**

1. Bagaimana harga barang atau produk yang ada di ritel baru tersebut? (Pilihlah skor dari untuk menentukan kecenderungan anda dari 1 sampai 7, dengan ketentuan 1 sangat murah dan 7 sangat mahal.)

	1	2	3	4	5	6	7	
Sangat Murah Sekali								Sangat Mahal Sekali

2. Apakah anda tahu di tempat ini ada diskon?
 - a. Ya, karena....
 - b. Tidak
3. Apakah diskon yang ditawarkan menarik niat anda untuk berbelanja?
 - a. Ya
 - b. Tidak

Keterangan jawaban:

....

- **Place / Tempat**

1. Bagaimana tanggapan terhadap pemilihan tempat pada ritel baru tersebut?
 - a. Dekat dengan tempat kerja
 - b. Dekat dengan tempat tinggal
 - c. Mudah di akses
 - d.
2. Apakah penataan tempat berbelanja yang ada di dalam mall, membuat anda tertarik mencobanya?
 - a. Ya, alasan
 - b. tidak, alasan
3. Apakah tempat kapasitas tempat parkir di Hypermart Paragon atau Carrefour Spondol memenuhi?
 - a. Ya
 - b. Tidak

- **Promotion / Promosi**

1. Apakah yang membuat anda tertarik masuk ke ritel tersebut?
 - a. Iklan
 - b. Teman atau keluarga
 - c. Coba – coba sendiri
 - d.
2. Adanya iklan di media, apakah membuat anda tertarik?

- a. Ya, alasan
 - b. Tidak, alasan
3. Apakah anda tahu di tempat ini ada promo?
- a. Ya, karena....
 - b. Tidak
4. Apakah promo yang ditawarkan menarik niat anda untuk berbelanja?
- a. Ya
 - b. Tidak

Keterangan jawaban:

....

- ***Physical Evidence / Keadaan Tempat***

1. Bagaimana keadaan lampu atau penerangan?
 - a. Pencahayaan jelas / terang
 - b. Pencahayaan kurang jelas / sedikit redup
 - c. Pencahayaan tidak jelas / remang - remang
2. Bagaimana dengan keadaan atau kebersihan tempatnya?
 - a. Bersih, alasan
 - b. Kotor, alasan
3. Bagaimana kondisi suhu udara dalam ruangan?
4. Apakah ada latar musiknya?
 - a. Ada, berdampak apa?
 - b. Tidak ada

5. Berapa lama waktu yang diperlukan untuk berbelanja?

- a. < 30 menit
- b. > 30 menit sampai 60 menit
- c. > 60 menit

6. Bagaimana penataan barang / produk?

- a. Mudah menemukan barang
- b. Sulit menemukan barang

• **Process / Proses**

1. Apakah proses penyediaan *trolley* memenuhi kapasitas?

- a. Ya
- b. Tidak

Keterangan jawaban:

....

2. Bagaimana proses antrean di kasir?

- a. Tersedia cukup kasir (lancar)
- b. Jumlah kasir kurang

Keterangan jawaban:

....

3. Bagaimana proses cara pembayaran di Carrefour Srandol atau Hypermart Paragon?

- a. Tersedia berbagai pilihan (*credit* dan *cash*)
- b. Pilihan pembayaran terbatas (salah satu dari *credit* dan *cash* saja)

Keterangan jawaban:

....

- **People / Orang**

1. Apakah kasir melayani dengan ramah?

a. Ya

b. Tidak

Keterangan jawaban:

....

2. Apakah kasir cekatan dalam melayani?

a. Ya

b. Tidak

Keterangan jawaban:

....

3. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh karyawan dari tempat ritel tersebut?

D. Perubahan Perilaku Belanja pada Responden Berkaitan dengan Adanya Ritel Baru

- Apakah anda berniat untuk pindah ke tempat ritel yang baru?

a. Ya

b. Tidak

Keterangan jawaban:

....