

BAB 8

KESIMPULAN DAN SARAN

8.1. Kesimpulan

Kesimpulan didapatkan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan. Berikut kesimpulan yang didapatkan pada penelitian ini:

- a. Penilaian pelanggan mengenai produk kreatif secara online adalah mengenai 10 dimensi kualitas yaitu Aesthetic yang terdiri dari aspek Gambar dan Bentuk, Responsiveness yaitu respon admin terhadap pelanggan, Performance yang terdiri dari aspek Fungsi dan Desain, Conformance yang terdiri dari aspek Kerapian dan Ukuran, Perceived Quality yang berarti kesadaran pelanggan terhadap merk, Reliability yaitu kualitas produk, Assurance yaitu kesesuaian, Reliability Service yaitu pengiriman produk, Tangible yang terdiri dari varian dan pengemasan, dan Empathy yaitu pemberian bonus dan custom
- b. Dalam menghadapi persaingan pasar, Toko Oci memiliki beberapa kekuatan antara lain pada aspek Respon Toko Oci cepat dalam merespon pelanggan dan Admin Toko Oci memberikan informasi mengenai produk dan pesanan dengan baik. Pada aspek Gambar Ilustrasi Toko Oci memenuhi selera pelanggan dan Hasil print gambar pada produk jelas dan baik. Pada aspek bonus yaitu Toko Oci memberikan bonus pada setiap paket pesanan Pada aspek custom yaitu Toko Oci memberikan layanan untuk permintaan khusus pelanggan
Berikut kelemahan yang dimiliki Toko Oci antara lain pada aspek kerapian kerapian yaitu jahitan produk Toko Oci tidak sesuai dengan standar. Pada aspek ukuran yaitu Kesesuaian ukuran produk Toko Oci belum memenuhi harapan pelanggan pada aspek desain yaitu Desain produk Toko Oci secara keseluruhan kurang memenuhi kebutuhan pelanggan. Pada aspek fungsi Desain fungsi produk Toko Oci kurang sesuai dengan kebutuhan pelanggan
Berikut peluang yang dimiliki Toko Oci pada aspek Respon yaitu Respon penjual menjadi aspek yang diperhatikan oleh pelanggan dan menjadi kelemahan kompetitor. Pada aspek pengemasan yaitu Pembelian produk kreatif sebagai kado. Pada aspek bonus yaitu Bonus menjadi salah satu daya tarik bagi pelanggan. Pada aspek custom yaitu Pelayanan permintaan khusus menambah daya tarik bagi pelanggan
Berikut ancaman yang dimiliki Toko Oci pada aspek gambar yaitu Gambar yang dimiliki kompetitor dapat lebih memenuhi harapan pelanggan. Pada aspek

desain yaitu Desain material yang digunakan untuk produk kompetitor lebih memenuhi harapan pelanggan. Pada aspek ukuran yaitu Ukuran produk kompetitor lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Pada aspek Kerapian yaitu Kompetitor dapat memenuhi harapan pelanggan yang memperhatikan kerapian produk kreatif. Pada aspek varian yaitu Pilihan produk kompetitor yang bervariasi. Pada aspek pengiriman yaitu Ketepatan waktu pengiriman produk merupakan hal yang diperhatikan pelanggan

- c. Beberapa alternative strategi yang dapat dilakukan oleh Toko Oci antara lain Meningkatkan komunikasi dengan pelanggan memperoleh skor 0,121. Strategi Menawarkan paket khusus kado memperoleh skor 0,082. Garansi produk melalui layanan pelanggan memperoleh skor 0,080. Strategi Fasilitas cek ukuran dan detail produk melalui layanan pelanggan memperoleh skor 0,102. Strategi Pengembangan tema gambar produk sesuai dengan minat pelanggan memperoleh skor 0,222. Melakukan dan memberi informasi pelanggan mengenai control kualitas Toko Oci memperoleh skor 0,110. Strategi Melakukan pengembangan produk berdasarkan survey kebutuhan pelanggan memperoleh skor 0,169. Meningkatkan kerapian hasil jahitan produk dengan pelatihan pekerja jahit memperoleh skor 0,114.
- d. Strategi prioritas yang dapat dilakukan Toko Oci untuk menambah daya tarik dan kepuasan pelanggan adalah dengan pengembangan gambar produk sesuai minat pelanggan
- e. Hasil analisis lanjutan menunjukkan bahwa produk dengan gambar yang bertema Karakter dan warna minimalis lebih diminati oleh pelanggan saat ini dibandingkan dengan gambar bertema makanan

1.2. Saran

Pada penelitian ini, saran diberikan untuk beberapa pihak terkait. Saran bagi perusahaan antara lain:

- a. Implementasi usulan strategi dapat dilakukan dengan membuat ilustrasi karakter mascot Toko Oci
- b. Alternatif strategi lainnya dapat diimplementasikan sesuai dengan sumber daya yang dimiliki
- c. Evaluasi serupa dapat dilakukan secara periodic untuk menjaga kualitas Toko Oci

- d. Evaluasi dapat dikembangkan untuk mengetahui persaingan pada saluran penjualan lainnya
- e. Strategi lain pada pengelolaan sosial media dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan

Saran juga diberikan untuk penelitian selanjutnya yaitu:

- a. Pengembangan strategi berdasarkan *customer* dapat dilakukan dengan berdasarkan data primer yang didapatkan melalui survey ebagai pembandingan penelitian ini



DAFTAR PUSTAKA

- Aguwa, C., Olya, M. H., Monplaisir, L. 2017, *Modeling of Fuzzy-based Voice of Customer for Business Decision Analytics, Knowledge-Based Systems*
- Alan, S., 2012, *A Useful Guide to SWOT Analysis, Panshopix Online*
- Auliya, Z. F., Umam, M. R. K., dan Prastiwi, S. K., 2017, *Online Costumer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia, Jurnal EBBANK, 8(1), 89-98*
- Bi, J. W., Liu, Y., dan Fan Z.P., 2019, *Wisdom of crowds: Conducting importance-performance analysis (IPA) through online reviews, Tourism Management, 70, 460-478*
- Bujor, A., dan Avasilcai, S., 2016, *The Creative Entrepreneur: a Framework of Analysis, Social and Behavioral Sciences 221 21-28*
- Delen, D., dan Ram, S., 2018, *Research challenges and opportunities in business analytics, Journal of Business Analytics 1(1) 2-12*
- Dicinta, M., Bawono, B., dan Kristyanto, B., 2021, *The Application of SWOT-AHP Combination in Small-Medium Enterprises (SMEs): A Literature Review 2010-2020, International Journal of Mechanical Engineering Technologies and Applications, 2(1),17-24*
- Erdil A, dan Erbyık H, 2015, Selection Strategy via Analytic Hierarchy Process: An Application for a Small Enterprise in Milk Sector, *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 195, 2618-2628*
- Garvin, D. A., 1987 *Competing on the Eight Dimensions of Quality, Harvard Business Review, 87603, 100-109*
- Ghazinoory S., Abdi, M., Azadegan-Mehr, M., 2011, *Swot Methodology: A State-of-the-Art Review for the Past, A Framework for the Future, Journal of Business Economics and Management 12(1), 24-48*
- Gürel E, Tat M, 2017 *The Journal of International Social Research 10(51) 994-1006.*

- Hernandez, E.J., Dewhurst, F.W., Pritchard, M.C., dan Barber, K.D., 2004, *Modelling the strategy management process An initial BPM approach*, Business Process Management Journal, 10(6), 691-711
- Khatri J, dan Metri B, 2016, *Global Business Review* 17(5) 1211-1226
- Kotler, P., 2000 *Marketing Management: Edisi ke-11*, New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2012. *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-12). Jakarta: Penerbit Erlangga
- Marlinah, L., 2019, Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Melalui Penguatan Sektor Ekonomi Digitalpreneur dan Creativepreneur, IKRAITH EKONOMIKA 2(1) 32-38
- Martilla, J. A., dan James, J. C. 1977. Importance-performance analysis. Journal of Marketing, 41.
- Mooney, S. J., Westreich, D. J., dan El-Sayed, A. M. 2015 Epidemiology in the era of big data. Epidemiology, 26(3), 390.
- Narpati, dan Meutia 2018 Creativepreneur Menjamin Kesejahteraan di Masa Depan IKRAITH EKONOMIKA 1(2) 139-145
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., dan Berry, L. L., 1985 *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*, Journal of Marketing, 49(4), 41-50
- Park, C. & Lee, T.M., 2009 Information direction, website reputation and eWOM effect: A moderating role of product type. Journal of Business Research, 62(1), pp.61–67
- Rosmadi, M. L., 2014 Industri Kreatif dalam Menghadapi Pasar Bebas ASEAN Tahun 2015 Jurnal Wawasan Hukum 30(1) 97-105
- Saaty T, 1990 *European Journal of Optional Research* 48 9-26
- Sentosa S, Ariusni, Triani M 2015 *International Journal of Business and Social Science* 6 (11) 157-166

Quincy, R., dan Lu, S., 2012, SWOT Analysis, Huamin Philanthropy Brochure
Series – 2



LAMPIRAN

Lampiran 1. Contoh Hasil *Web Scraping*

Title	User	Label	User1	detail_divcontains_class_date	css1phw8c1
Kenapa bisa gemessshhh banget sih tumbler nyaaaaa 🍀+👉👉👉 Love the illustrations sooooo much.. Ga tega makenya fix 😊	P***j	pembeli	100%	04 Oct 2021, 17:05 WIB	0 orang terbantu dengan ulasan ini
That happiness when you received such an uber cute stuff 🍀+👉👉👉 adding more to that happiness are those super cute freebies	P***j	pembeli	100%	04 Oct 2021, 17:01 WIB	0 orang terbantu dengan ulasan ini
Terima kasih banyak yaaa .. Mie Ayam habis, Rujak Lotis pun OK sama ² unik dan ternyata dikirim dengan bonus segala ... Sekali	D***j	pembeli	100%	22 Aug 2021, 09:34 WIB	0 orang terbantu dengan ulasan ini
Baguus.. Seller ramah.. dikasih bonus juga.. Terima kasih dan sukses terus..	F***y	pembeli	100%	11 Aug 2021, 13:17 WIB	0 orang terbantu dengan ulasan ini
Bahannya bagus, motifnya lucu.. seller ramah dan dikasih bonus juga.. Terima kasih.. sukses selalu	F***y	pembeli	100%	11 Aug 2021, 13:15 WIB	0 orang terbantu dengan ulasan ini
Unik, senang	D***j	pembeli	100%	10 Aug 2021, 17:59 WIB	0 orang terbantu dengan ulasan ini
Keren banget pelayanannya maupun produk2 di sini 👉👉👉👉👉👉👉👉	ita	pembeli	100%	18 Jun 2021, 19:21 WIB	0 orang terbantu dengan ulasan ini
makasih banyak Toko Oci, suka banget sama tasnya, motifnya lucu bngt. sellernya baik dan super sabaaar. 🍀🍀	Y***j	pembeli	100%	16 Jun 2021, 21:52 WIB	0 orang terbantu dengan ulasan ini
bagus banget....d best pokoknya...sticker bonus juga imut cute banget	Titik	pembeli	100%	15 Jun 2021, 21:00 WIB	0 orang terbantu dengan ulasan ini
udah pernah beli tas di sini juga sebelumnya, jadi dapat dipastikan kualitas tas dan hasil print design nya bagus banget. desain selcawarri		pembeli	100%	13 Jun 2021, 09:06 WIB	0 orang terbantu dengan ulasan ini

Lampiran 1. Contoh Input *Text Mining*

Title

baguss

#justiceforanon

2x beli di sftb untuk kado dan selalu puas dgn pelayanannya, sellernya ramah sekali!
Packingnya rapi dan gemass, cocok bgt buat kado 😊 Temenku juga suka banget sm kadonyaa! ❤️ terimakasih ya sftb

Aaa gemes gemes bgtttt 🥰🥰🥰

AAA GEMESNYA! Ngebungkusnya niat trus dibonusin mini notebook juga. Kemarin juga dikabarin kalo size yang aku mau kosong, tapi dikasih opsi lain ganti size. cashback uang tunai juga tetep dapet! Makasih kakk.

Aaaaa seneng bgt udah sampe, casenya di pegang emang kokok dan cetakan gambarnya beda dari yg lain. Ini ada kelip2nya gituuu luv. Thank youu
AAAAAAHHH TIDAKKKK.. aku dpt yang jadi wishlistkuuu!! terimakasih banyaaaakkk kakk, kawaii mystery boxnyaaaaa sungguh kereeen! isinya keren, usefull dan kusuka sekali ❤️ ga heran yaa bolak balik belanja di tangkapseni dr duluuu, karna selain kualitasnya T.O.P, servicenya juga pollllll bgt❤️

aahh so cuteee 😊

Admin fast respon dan ramah, kualitas barang bagus, motif nya jg lucuuk dan ga pasaran..

admin fast response dan ramah.

admin friendly & responsif jadi komunikasi berjalan lancar. cuma ini kenapa talinya jd warna item ya? wkwk nope, i still like it. masker jg bahannya enak, buat double mask ok karena bisa adjust sendiri talinya. gonna purchase the others, thank you~
adminnya responsif banget, prosesnya cepet.. tas nya juga lucuuk, dpt bonus masker yg gemesss..

Aga lama , but ITS Ok , The product Ok banget , material Ok , cakep banget

Ah Gemes banget

Ah gemes banget 😊😊😊

Ahamdulillah strap bag nya sudah mendarat dengan baik dan selamat. Thank you so much Lula by Liesha semua product² nya terlalu lucu dan gemes pengen beli pouch nya yg kakak adek...please kabar² in ya kalau sudah restock 🙏🙏🙏

Akhirnya bisa dapet drawstring bag smiley moon ini setelah menunggu restock agak lamaa.. dah punya yg versi Milky sblmnya dan yg ini juga gemaaaash bgt desainnyaaa.. Sukaaaa bgt, jahitannya rapih dan kualitasnya baguuus.. Terima kasih yaaa, smoga akan ada desain2 baru menggemaskan lainnya 🙏❤️

Akhirnya dapat juga bantal terlucu abad ini si Cepol

jam 20:00 kurang 5 menit pasang alarm

jam 20:03 di post langsung check out

mau beli lagi eh jam 20:30 sudah sold out...

Next time restock lagi dong please 🙏🙏🙏

Saya pengen beli 1 lagi hehehe

thank you Lula by Liesha 🙏🙏🙏

Lampiran 3. Contoh Syntax RStudio *Text Mining*

```
#path <- getwd()
```

```
library(readxl)
```

```
raw_data <- read_xlsx("D:\\Pascasarjana\\SEMESTER AKHIR\\THESIS\\TESIS  
FIX\\TEXT MINING\\DATA ULASAN.xlsx", sheet = 1)
```

```
raw_text <- raw_data$Title
```

```
#Load stopwords Data
```

```
id_stopwords <- readLines("D:\\Pascasarjana\\SEMESTER  
AKHIR\\THESIS\\TESIS FIX\\TEXT MINING\\indonesian_stopwords.txt")
```

```
print(id_stopwords)
```

```
#Build Corpus Data
```

```
library(tm)
```

```
library(NLP)
```

```
corpus <- iconv(raw_text, to = "utf-8")
```

```
corpus <- Corpus(VectorSource(corpus))
```

```
print(corpus)
```

```
#Perform text preprocessing (lowering, cleaning)
```

```
inspect(corpus[1])
```

```
corpus <- tm_map(corpus, tolower)
```

```
inspect(corpus[1])
```

```
remove_punct <- function(x) gsub("[:punct:]", " ", x)
```

```
corpus <- tm_map(corpus, content_transformer(remove_punct))
```

```
inspect(corpus[1])
```

```
remove_numb <- function(x) gsub("[0-9]+", " ", x)
```

```
corpus <- tm_map(corpus, content_transformer(remove_numb))
```

```
remove_duplicate_char <- function(texts) {
```

```
  all_words <- strsplit(texts, "\\s+")
```

```
  results <- c()
```

```
  for (words in all_words) {
```

```
    result <- " "
```

```
    for (word in words) {
```

```
      word_chars <- strsplit(word, "")[[1]]
```

```
      scanned_chars <- scan(what = character(), text = word_chars)
```

```

    result_chars <- rle(scanned_chars)$values
    clean_word <- paste(result_chars, collapse = "")
    result <- paste(result, clean_word, sep = " ")
  }
  results <- append(results, trimws(result))
}
return(results)
}
corpus <- tm_map(corpus, content_transformer(remove_duplicate_char))
inspect(corpus[3])
corpus <- tm_map(corpus, removeWords, id_stopwords)
inspect(corpus[3])
corpus <- tm_map(corpus, stripWhitespace)
corpus <- tm_map(corpus, gsub,
  pattern = "[^\x01-\x7F]",
  replacement = "")
corpus <- tm_map(corpus, gsub,
  pattern = "nya",
  replacement = "")
.....

inspect(corpus[1])
corpus <- tm_map(corpus, removeWords, id_stopwords)
inspect(corpus[3])
# Create terms document matrix
tdm <- TermDocumentMatrix(corpus)
print(tdm)
tdm <- as.matrix(tdm)
print(tdm[1:10, 1:20])
#analisis dalam excel
w <- rowSums(tdm)

```

```
w <- subset(w, w >= 5)
w <- sort(w, decreasing = TRUE)
df <- data.frame(word = names(w), freq = w)
write.csv(x = df, file = "analiskreatif.csv", row.names = FALSE)
```

Selengkapnya terlampir pada *softfile*



Lampiran 4. Data Conjoint Analisis

No	Tema	Warna	Terjual	Skala
1	Hewan	Minimalis	115	2
2	Hewan	Minimalis	103	2
11	Karakter	Netral	377	8
12	Hewan	Netral	310	6
13	Hewan	Colorful	282	6
14	Hewan	Colorful	280	6
15	Hewan	Netral	233	5
16	Karakter	Netral	107	2
24	Karakter	Minimalis	294	6
25	Abstrak	Netral	227	5
26	Karakter	Colorful	202	4
27	Karakter	Minimalis	168	3
28	Karakter	Netral	152	3
29	Karakter	Colorful	148	3
30	Abstrak	Netral	122	3
41	Karakter	Minimalis	177	4
42	Karakter	Minimalis	159	3
43	Abstrak	Minimalis	108	2
44	Karakter	Minimalis	101	2
45	Abstrak	Minimalis	100	2
72	Karakter	Netral	234	5
73	Karakter	Minimalis	195	4
74	Karakter	Minimalis	160	3
75	Hewan	Netral	122	3
76	Karakter	Minimalis	109	2
83	Karakter	Minimalis	488	10
84	Karakter	Minimalis	460	9
85	Karakter	Minimalis	361	7
86	Tanaman	Minimalis	283	6
87	Karakter	Minimalis	198	4
88	Tanaman	Minimalis	188	4
89	Karakter	Minimalis	163	3
90	Karakter	Minimalis	135	3
121	Abstrak	Netral	383	8
122	Karakter	Minimalis	220	5
123	Karakter	Netral	209	4
124	Abstrak	Netral	163	3
125	Hewan	Netral	163	3
126	Hewan	Colorful	150	3
127	Hewan	Netral	124	3
128	Abstrak	Minimalis	123	3
129	Hewan	Minimalis	115	2
130	Hewan	Minimalis	110	2
141	Makanan	Minimalis	419	9
142	Makanan	Netral	225	5
143	Makanan	Minimalis	169	3
144	Grup	Minimalis	124	3
145	Makanan	Netral	122	3