

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan :

1. Gerai Ramai Mall ternyata merupakan gerai yang termurah dibandingkan Indogrosir Yogyakarta, Diamond, Carrefour Plaza Ambarukmo dan Carrefour Maguwoharjo dalam penjualan sabun mandi cair selama dua bulan penelitian dilakukan. Ramai Mall menjual produk sabun mandi Biore Sakura Sentation 250 ml (Rp 10.525,00), Biore Pure Mild 250 ml (Rp 10.525,00), Biore Whitening Scrub 250 ml (Rp 10.525,00), Biore Antiseptic 250 ml (Rp 9.626,00), Biore Sakura Sentation 100 ml (Rp 4.725,00) , Biore Pure Mild 100 ml (Rp 4.725,00), Biore Whitening Scrub 100 ml (Rp 4.725,00), Biore Antiseptic 100 ml (Rp 3.945,00) dan Lifebouy Mild Care 100 ml (Rp 4.095,00), (berdasarkan perhitungan harga rata-rata produk sabun mandi cair selama delapan minggu pada lima gerai ritel di Yogyakarta) dengan harga yang lebih murah dibanding empat gerai pesaingnya, sehingga sesuai dengan slogan gerai ini "Mitra Setia Anda", untuk penjualan produk sabun mandi cair gerai ini merupakan pilihan gerai terbaik.

2. Berdasarkan pada analisis pada bab sebelumnya, perbedaan harga ketiga produk sabun mandi cair (Lux, Biore dan Lifebouy) di lima gerai ritel sangat terlihat walaupun tidak terlalu *signifikan* (tabel 4.12) . Misalnya untuk produk Lux White Glamor 250 ml harga rata-rata yang termurah ada pada gerai Indogrosir (Rp 10.525,00) , sedangkan harga rata-rata termahal ada pada gerai Carrefour Maguwoharjo (Rp 12.766,00) sehingga selisih harganya sebesar Rp 2.241,00. Untuk Produk Biore, misal Biore Sakura Sentation 250 ml harga rata-rata yang termurah ada pada gerai Ramai Mall (Rp 10.254,00) , sedangkan harga rata-rata termahal ada pada gerai Carrefour Maguwoharjo (Rp 11.960,00) sehingga selisih harganya sebesar Rp 1.706,00. Untuk Produk Lifebouy Total Protect 250 ml harga rata-rata yang termurah ada pada gerai Carrefour Plaza Ambarukmo (Rp10.399,00) , sedangkan harga rata-rata termahal ada pada gerai Diamond (Rp 12.500,00) sehingga selisih harganya sebesar Rp 2.101,00. Untuk sabun mandi cair ukuran 100 ml, misal Lux Soft Kiss 100 ml harga rata-rata yang termurah ada pada gerai Carrefour Plaza Ambarukmo (Rp 4.365,00) , sedangkan harga rata-rata termahal ada pada gerai Diamond (Rp 5185,00) sehingga selisih harganya sebesar Rp 820,00. Untuk produk Biore, misal Biore Pure Mild 100 ml harga rata-rata yang termurah ada pada gerai Ramai Mall (Rp 4.725,00) , sedangkan harga rata-rata termahal ada pada gerai Diamond (Rp 4.977,00) sehingga selisih harganya sebesar Rp 252,00. Untuk Produk Lifebouy, misal Lifebouy Mild Care

100 ml harga rata-rata yang termurah ada pada gerai Ramai Mall (Rp 4.095,00) , sedangkan harga rata-rata termahal ada pada gerai Carrefour Maguwoharjo (Rp 4.370,00) sehingga selisih harganya sebesar Rp 275,00.

3. Perubahan harga kerap dilakukan oleh gerai-gerai ritel yang menjadi obyek penelitian peneliti. Gerai-gerai ini rata-rata melakukan perubahan harga pada minggunya yang ke-5 atau ke-6 hingga minggu ke-8. Perubahan harga ini biasanya dilakukan oleh gerai sebagai reaksi dari gerai lain yang melakukan perubahan harga. Selama dua bulan atau delapan minggu penelitian dilakukan, peneliti melihat gerai Indogrosir melakukan perubahan harga pada minggu ke-5 dan minggu ke-7. Gerai Ramai Mall juga melakukan perubahan harga beberapa produk sabun mandi cairnya pada minggu ke-5 dan ke 7, gerai ritel Diamond adalah satu-satunya gerai yang paling jarang melakukan perubahan harga pada produk sabun mandi cairnya. Selama penelitian dilakukan, peneliti melihat gerai diamond melakukan perubahan harga pada minggunya yang ke-2 lalu tidak terlihat adanya perubahan harga lagi. Sedangkan Gerai Carrefour Plaza Ambarukmo melakukan perubahan harga pada minggu ke-2, ke-5 dan ke-6. Yang sangat terlihat dari gerai ini adalah tidak ada persediaan sabun mandi cair merek Biore 100ml untuk semua varian selama delapan minggu berturut-turut, dengan kata lain sabun mandi cair biore ukuran 100 ml tidak dijual pada gerai ini. Untuk gerai Carefour Maguwoharjo,

perubahan harga yang terjadi biasanya pada minggu ke-5 dan minggu ke-7.

4. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini memiliki kelemahan, karena untuk menentukan gerai mana yang merupakan gerai termurah hanya berdasarkan pada perbandingan harga saja. Padahal banyak dari konsumen yang tidak terlalu sensitif terhadap harga dalam menentukan tempat berbelanja terlebih bila perbedaan harganya hanya sedikit atau tidak signifikan. Banyak faktor diluar harga yang membuat sebuah gerai menjadi gerai favorit bagi kebanyakan konsumen. Faktor lokasi, kelengkapan, suasana dan faktor-faktor lain dapat menunjang keberhasilan suatu gerai. Walau untuk produk sabun mandi cair Ramai Mall merupakan gerai termurah, namun tidak dapat dipungkiri gerai Carrefour Plaza Ambarukmo merupakan gerai yang paling banyak dikunjungi oleh konsumen. Carrefour Plaza Ambarukmo memiliki kelebihan berlokasi di dalam Plaza Ambarukmo yang merupakan mall terbesar di kota Yogyakarta dan merupakan mall yang paling banyak didatangi konsumen. Sehingga ketika mereka berkunjung ke Plaza Ambarukmo, mereka biasanya akan langsung membeli kebutuhan beberapa mereka di Carrefour, dibanding harus pergi ke gerai lain walau gerai lain memiliki harga jual produk yang sama dengan harga lebih murah. Pertimbangan konsumen adalah dari segi kepraktisan karena dengan belanja di Carrefour Plaza Ambarukmo, mereka bisa sambil bersantai dan berjalan-jalan di Plaza

Ambarukmo, dari pada mengeluarkan ongkos lebih untuk berpindah ke gerai ritel lain.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang ada diatas, maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Retail Modern di Yogyakarta :

Bila perusahaan retail sedang mempertimbangkan suatu perubahan harga, maka ia sebaiknya dengan hati-hati memperhitungkan reaksi pelanggan dan pesaing. Reaksi konsumen sangat dipengaruhi oleh penafsiran konsumen atas perubahan harga itu sendiri. Sedangkan reaksi pesaing ritel yang lainnya mengalir dari seperangkat kebijakan pesaing tentang bagaimana semestinya bereaksi atau dari tanggapan spontan pada setiap situasi. Perusahaan atau retail sebaiknya mempersiapkan terlebih dahulu segala strategi yang berbeda-beda bagi segala kemungkinan tindakan pesaing yang berbeda-beda pula. Strategi ritel yang menjual produk dengan harga murah bahwa strategi penjualan produk dengan harga murah atau potongan harga hanya meningkatkan penjualan dalam jangka pendek dan sedikit sekali mendapatkan margin yang tinggi. Peritel memanfaatkan program tersebut untuk meningkatkan kunjungan konsumen, tetapi ini bukan strategi yang tepat untuk mendapatkan kesetiaan konsumen.

2. Bagi Konsumen

Strategi retail modern di Yogyakarta dengan melakukan perubahan harga di tiap periode waktunya dan menjual produk dengan harga murah ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan item produk tertentu, menarik konsumen, meningkatkan pangsa pasar item tertentu, dan tentunya dalam rangka meningkatkan penjualan secara keseluruhan dari retail tersebut. Konsumen akan beralih ke retail yang lain pada kategori produk yang sama ketika harga produk di retail yang lain dijual dengan harga yang lebih murah. Selain itu image toko merupakan salah satu alat yang terpenting bagi peritel untuk menarik dan memenuhi kepuasan konsumen. Dimana konsumen menilai sebuah ritel berdasarkan pengalaman mereka atas retail tersebut.

3. Bagi Mahasiswa

Bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian serupa diharapkan tidak hanya menggunakan faktor harga saja dalam menentukan gerai ritel mana yang merupakan gerai ritel pilihan konsumen. Faktor-faktor seperti lokasi, kelengkapan barang, keragaman barang, kualitas dan faktor-faktor lainnya agar data yang di dapat lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip dan Gery Amstrong. Prinsip-Prinsip Pemasaran , Edisi Kedelapan, Jilid 1, Jakarta : Erlangga, 2001.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. Manajemen Pemasaran , Edisi Keduabelas, Jilid 2, Jakarta : Indeks, 2007.
- Ma'aruf ,Hendri . Pemasaran Ritel, Jakarta : Gramedia, 2005.
- Whidya Utami, Christina, Manajemen Ritel “ Strategi dan Implementasi Ritel Modern “ , Jakarta : Salemba Empat, 2006.
- Kotler, Philip . Manajemen Pemasaran, Edisi kelima, Jilid 2, Jakarta : Erlangga, 1984.
- Nawawi, Hadari. Metode Penelitian Bidang Sosial. Yogyakarta : Gajah Mada University Press, 1985.
- Pengertian Harga, tanggal 11 Okt,2008 , 1.15pm, diakses dari (<http://www.netmba.com/marketing/pricing/>)
- Mengintip Strategi ”Harga Heboh” Hypermarket, tanggal 29 Sept, 2008,9.16am, diakses dari <http://amartabisma.wordpress.com/2007/11/27/mengintip-strategi-%E2%80%9Dharga-heboh%E2%80%9D-hypermarket/>
- Ramai Mall, tanggal 19 Okt ,2008 10:16:27 GMT, diakses dari <http://gudeg.net/directory/18/56/Ramai-Family-Mal.html>.
- Carrefour, tanggal 29 Okt,2008 11:05 GMT, diakses dari <http://results.myhpf.co.uk/framedresults.asp?Keyword=sejarah+careffour>
- Diamond, tanggal 29 Okt,2008, 12 :05 GMT, diakses dari [http://en.wikipedia.org/wiki/The_Diamond_\(Department_Store\)](http://en.wikipedia.org/wiki/The_Diamond_(Department_Store))

Carrefour Amplas		Minggu 1	Minggu 2	Minggu3	Minggu 4	Minggu 5	Minggu 6	Minggu 7	Minggu 8
Produk	Ukuran								
Lux White Glam	250ml	12730	12730	12730	12730	12730	12730	12730	12730
	100ml	4520	4480	4480	4480	4300	4220	4220	4220
Lux Sofk Kiss	250ml	12730	12730	12730	12730	12730	12730	12730	12730
	100ml	4520	4480	4480	4480	4300	4220	4220	4220
Lux Velvet Touch	250ml	11990	11990	11990	11990	11990	11990	11990	11990
	100ml	5290	5290	5290	5290	5290	5290	5290	5290
Lux Magic Spell	250ml	12360	12360	12360	12360	12360	12440	12440	12440
	100ml	4520	4520	4520	4520		4520	4520	4520
Biore Sakura Sen	250ml	12090	12090	12090	12090	11770	11770	11770	11770
	100ml								
Biore Pure Mild	250ml	12090	12090	12090	12090	12420	12100	12100	12420
	100ml								
Biore Whitening	250ml	12090	12090	12090	12090	12520	12420	12420	12420
	100ml								
Biore Antiseptic	250ml	10970	10970	10970	10900		10900	10900	10900
	100ml								
Lifebouy Total Protect	250ml	9950	10120	10120	10120	10570	10630	10630	10570
	100ml	4390	4000	3890	4000	4050	3840	3840	3840
Lifebouy Mild Care	250ml	9950	10120	10120	10120	10570	10630	10630	10630
	100ml	4610	4610	4610	4610	4610	3840	3840	3840

Carrefour Maguwoharjo

Produk	Ukuran	Minggu 1	Minggu 2	Minggu3	Minggu 4	Minggu 5	Minggu 6	Minggu 7	Minggu 8
Lux White Glam	250ml	12875	12730	12730	12730	12730	12730	12730	12875
	100ml	4650	4670	4670	4670	4300	4720	4720	4720
Lux Sofk Kiss	250ml	12875	12730	12730	12730	12730	12730	12730	12730
	100ml	4650	4670	4670	4670	4300	4670	4670	4670
Lux Velvet Touch	250ml	12875	12730	12730	12730	11990	12730	12730	12730
	100ml	4650	4670	4670	4670	5290	4670	4670	4670
Lux Magic Spell	250ml	12000	12000	12000	12000	12360	12000	12360	12360
	100ml	4650	4670	4670	4670		4670	4670	4670
Biore Sakura Sen	250ml	12150	12150	12150	12150	11770	11770	11770	11770
	100ml	5150	5150	5150	5150		5150	5150	5150
Biore Pure Mild	250ml	12150	12150	12150	12150	12420	12150	12150	12150
	100ml	5150	5150	5150	5150		5150	5150	5150
Biore Whitening	250ml	12150	12150	12150	12150	12520	12150	12150	12150
	100ml	5150	5150	5150	5150		5150	5150	5150
Biore Antiseptic	250ml	10955	10955	10995	10995		10995	10995	10995
	100ml	4450	4450	4450	4450		4450	4450	4450
Lifebouy Total Protect	250ml	12875	12875	12875	12875	10570	10570	10570	12875
	100ml	4390	4390	4390	4390	4050	4050	4050	4390
Lifebouy Mild Care	250ml	12875	12875	12875	12875	10570	10570	10570	12875
	100ml	4450	4450	4450	4450	4610	4050	4050	4450