

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada usaha Tante Sayur diperoleh beberapa kesimpulan, yakni:

1. Segmentasi konsumen Tante Sayur sebagian besar tinggal di Jakarta, berjenis kelamin perempuan, berumur 26 – 35 tahun yang termasuk umur produktif, berpendidikan terakhir Diploma 4/S1, bekerja sebagai pegawai swasta, memiliki pendapatan di atas Rp 8.000.001, sudah menikah, memiliki jumlah anggota keluarga 3 – 4 orang, mayoritas memiliki gaya hidup yang mengarah pada gaya hidup sehat, motivasi utama konsumen Tante Sayur berbelanja di Tante Sayur adalah kesadaran akan manfaat dan kebaikan sayuran bagi kesehatan, memiliki kesukaan berbelanja sayur secara *online*, dan frekuensi belanja <5 kali per bulan atau 1-4 kali dalam sebulan.
2. Bauran pemasaran tempat:
 - a. Alternatif pembelian: layanan sejenis menjadi alternatif pembelian *online* terbanyak yang dipilih oleh konsumen dan non-konsumen Tante Sayur, ritel modern menjadi alternatif pembelian *offline* terbanyak oleh konsumen Tante Sayur, non-konsumen Tante Sayur lebih memilih ritel tradisional sebagai alternatif belanja *offline* apabila produk yang mereka cari tidak tersedia di Tante Sayur, dan yang memotivasi berbelanja di tempat lain karena mengetahui kebaikan nutrisi dan manfaat sayur terhadap kesehatan.
 - b. Keterjangkauan: Instagram menjadi media yang paling banyak diakses oleh konsumen dan non-konsumen Tante Sayur untuk mengakses mengenai Tante Sayur dan lokasi belanja yang paling disukai adalah dekat dengan rumah.
3. Bauran pemasaran promosi:
 - a. Alasan pembelian: alasan utama konsumen Tante Sayur membeli di Tante Sayur karena produk yang sesuai dengan nilai hidup sehat, ketersediaan sayuran organik, dan adanya kegiatan *silent auction* (lelang sayuran di Instagram). Sementara itu, alasan utama jika non-konsumen Tante Sayur ingin berbelanja di layanan belanja sayur *online* karena mengharapkan adanya diskon/potongan harga
 - b. Isi pesan promosi: konsumen Tante Sayur puas dengan gaya promosi saat ini, yakni informasi promosi yang jelas dan mudah dipahami, menimbulkan rasa ingin tahu konsumen, dan menimbulkan kepercayaan konsumen.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran untuk usaha Tante Sayur:

1. Tante Sayur bekerja sama dengan mitra yang akan berperan sebagai stokis. Stokis memiliki dua peran, yakni sebagai *drop-point* (tempat pengambilan produk yang telah

dipesan oleh konsumen Tante Sayur) dan sebagai pemasar serta penjual produk. Mitra yang diajak untuk bekerja sama, seperti pihak manajemen atau pihak pengelola (*developer*) perumahan, apartemen, perkantoran, dan ritel modern yang berada di daerah urban kawasan kalangan menengah ke atas. Mitra juga dapat berasal dari konsumen Tante Sayur yang akan disesuaikan dengan lokasi tinggal mereka.

2. Tante Sayur dapat menekankan konten di media sosial yang berkaitan dengan aktivitas, informasi, dan hal yang dibutuhkan oleh perempuan dan sebuah keluarga, kesehatan, gaya hidup sehat, olahraga.
3. Tante Sayur menyediakan penyediaan produk siap makan atau siap saji yang yang dibutuhkan oleh sebuah keluarga yang tinggal di daerah urban dan memiliki tingkat kesibukan tinggi. Kemudian, memastikan desain kemasan dapat mempertahankan kualitas produk dan mudah disusun ke dalam kulkas.
4. Tante Sayur harus memastikan layanan yang diberikan kepada konsumen dapat memberikan kemudahan, pemrosesan cepat, ketepatan waktu produk tiba, kualitas produk yang baik ketika diterima, dan respon pelayanan komplain cepat.
5. Tante Sayur dapat menerapkan sistem tingkat keanggotaan (*membership level*) pada konsumen Tante Sayur untuk meningkatkan tingkat pembelian ulang.
6. Tante Sayur dapat melakukan perbandingan dari bauran produk, harga, tempat atau promosi terhadap layanan sejenis atau riset kompetitor untuk mengetahui apa saja yang perlu ditingkatkan atau dapat dijadikan inovasi oleh Tante Sayur.
7. Tante Sayur dapat memaksimalkan penggunaan fitur yang terdapat pada Instagram Bisnis dalam mendukung kegiatan promosi produk atau layanan, yaitu Instagram Ads untuk menjangkau audiens yang lebih spesifik dan lebih besar secara efektif. Kemudian, mempertimbangkan penggunaan Facebook untuk perluasan pasar.
8. Tante Sayur memberikan potongan harga kepada konsumen baru.
9. Tante Sayur mempertahankan gaya promosi saat ini.
10. Penelitian berikutnya dapat mencantumkan data volume penjualan untuk mendukung data penurunan jumlah konsumen. Hal tersebut untuk memperjelas terjadinya penurunan penjualan pada suatu usaha. Berhubung karena adanya keterbatasan data yang diperoleh, peneliti hanya dapat menampilkan data yang tersedia dalam penelitian ini.