

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil-hasil temuan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh beberapa kesimpulan, antara lain:

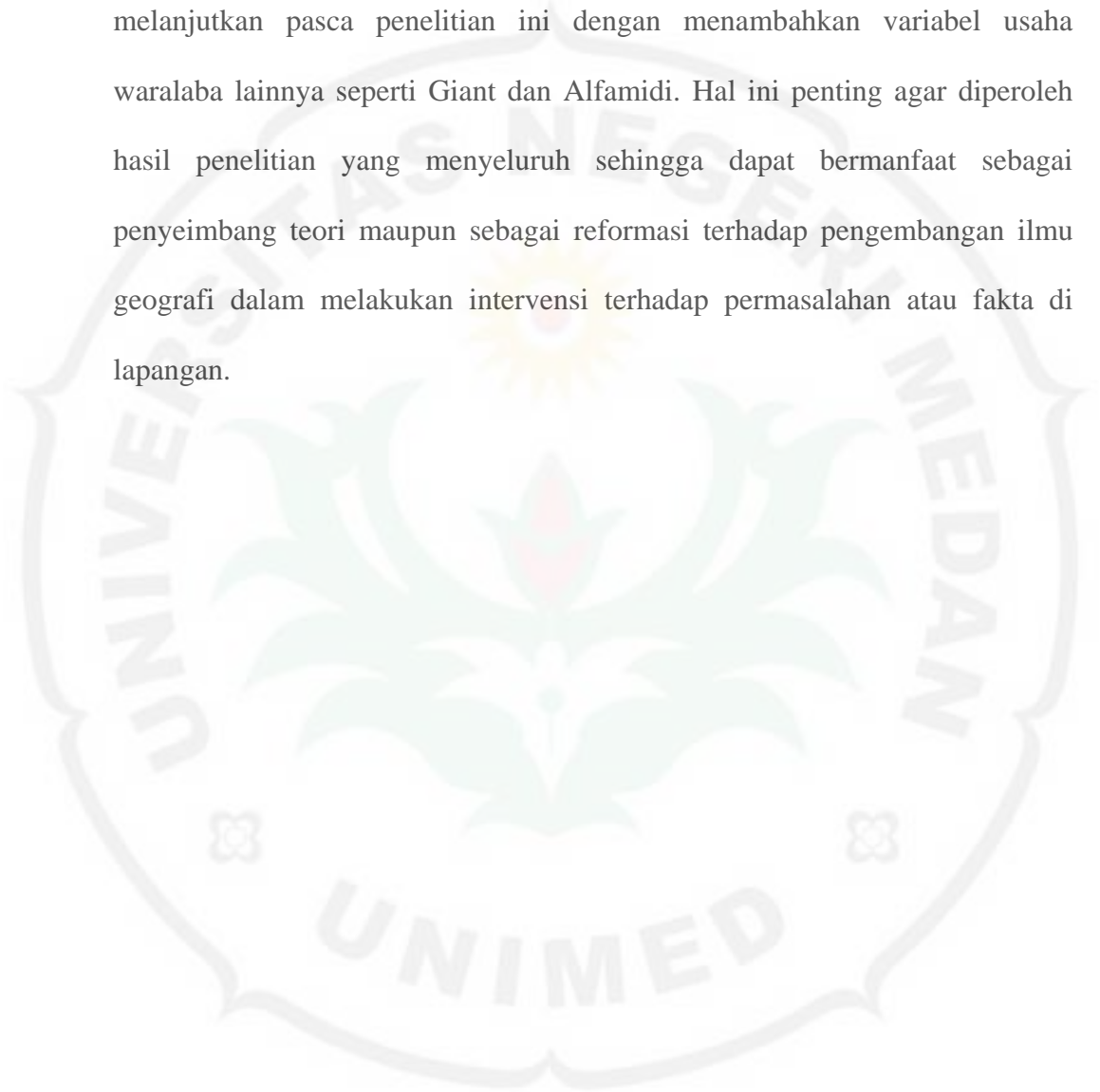
1. Pola penyebaran usaha waralaba minimarket di Kecamatan Medan Tembung tergolong seragam atau menyebar. Dari 7 kelurahan yang ada di Kecamatan Medan Tembung sudah terdapat usaha waralaba minimarket dengan perbandingan antara jumlah penduduk dengan jumlah minimarket bervariasi pada tiap kelurahan.
2. Persepsi masyarakat terhadap usaha waralaba (minimarket) di Kecamatan Medan Tembung rata-rata tergolong kategori baik. Ditinjau dari lokasi minimarket persepsi masyarakat tergolong kategori baik. Ditinjau dari gedung/fisik minimarket persepsi masyarakat tergolong kategori sangat baik. Ditinjau dari harga produk atau barang persepsi masyarakat tergolong kategori cukup baik. Ditinjau dari keragaman dan mutu barang persepsi masyarakat tergolong kategori baik. Ditinjau dari iklan minimarket persepsi masyarakat tergolong kategori baik. Ditinjau dari promosi penjualan persepsi masyarakat tergolong kategori cukup baik. Serta ditinjau dari pelayanan persepsi masyarakat tergolong kategori baik.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan di atas, maka sebagai tindak lanjut dari penelitian ini disarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pola penyebaran usaha waralaba minimarket di Kecamatan Medan Tembung tergolong seragam atau menyebar, oleh karena itu kepada pemerintah Kota Medan khususnya pemerintah Kecamatan Medan Tembung diharapkan agar lebih tegas dan jelas dalam menjalankan peraturan yang sudah ada terutama mengenai jarak pembangunan minimarket sehingga bisa mengatur pendirian minimarket dengan baik karena pendirian minimarket dapat berdampak positif bagi kondisi sosial ekonomi masyarakat.
2. Persepsi masyarakat terhadap usaha waralaba (minimarket) di Kecamatan Medan rata-rata sudah tergolong baik. Meskipun demikian ditinjau dari harga produk atau barang, persepsi masyarakat tergolong kategori cukup baik. Hal ini dikarenakan harga produk atau barang yang dijual di minimarket masih sedikit lebih mahal dibandingkan toko pedagang kecil maupun grosir. Oleh karena itu diharapkan kepada pihak manajemen usaha waralaba minimarket (Indomaret maupun Alfamart) agar lebih memperhatikan faktor harga barang agar masyarakat lebih tertarik berbelanja ke minimarket. Selain itu promosi penjualan juga perlu ditingkatkan salah satunya dengan memberikan kupon undian atau hadiah langsung bagi konsumen yang berbelanja dalam jumlah tertentu, bukan hanya potongan harga sehingga masyarakat lebih tertarik untuk berbelanja di minimarket, serta diharapkan untuk lebih meningkatkan pelayanan kepada konsumen.
3. Kepada peneliti selanjutnya, karena penelitian ini baru sampai mengangkat persepsi masyarakat terhadap usaha waralaba minimarket khususnya Indomaret dan Alfamart di Kecamatan Medan Tembung, maka peneliti merekomendasi atau menyarankan kiranya para peneliti selanjutnya dapat

melanjutkan pasca penelitian ini dengan menambahkan variabel usaha waralaba lainnya seperti Giant dan Alfamidi. Hal ini penting agar diperoleh hasil penelitian yang menyeluruh sehingga dapat bermanfaat sebagai penyeimbang teori maupun sebagai reformasi terhadap pengembangan ilmu geografi dalam melakukan intervensi terhadap permasalahan atau fakta di lapangan.



THE
Character Building
UNIVERSITY