

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis persaingan usaha merek rokok Gudang Garam, Djarum dan HM Sampoerna menggunakan model Analisis Kategori berdasarkan Ekuitas Merek di Kecamatan Medan Tembung, didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat persaingan merek rokok Gudang Garam, Djarum dan HM Sampoerna tidak memiliki posisi yang sama dalam persaingan berdasarkan variabel Ekuitas Merek secara keseluruhan. Hal ini ditunjukkan dari hasil Analisis Deskriptif Persentase dan penyebaran Analisis Kategori
2. Tingkat persaingan merek rokok Gudang Garam, Djarum dan HM Sampoerna tidak memiliki posisi yang sama dalam persaingan berdasarkan Indikator Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek. Hal ini ditunjukkan dari hasil Analisis Deskriptif Persentase dan penyebaran grafik Analisis Kategori.
3. Tingkat persaingan merek rokok Gudang Garam, Djarum dan HM Sampoerna menunjukkan ketiga merek tidak memiliki keunggulan yang sama dalam persaingan berdasarkan variabel Ekuitas Merek (Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek) secara keseluruhan.
 - a. Hasil analisis deskriptif persentase menunjukkan Gudang Garam lebih unggul dibandingkan dengan Djarum dan HM Sampoerna, sedangkan HM Sampoerna lebih unggul dibandingkan dengan Djarum. Hal ini disebabkan karena total rata-rata capaian persentase Gudang Garam

lebih besar dibandingkan dengan kedua merek rokok dan HM Sampoerna lebih tinggi dibandingkan dengan Djarum.

- b. Hasil Analisis Kategori menunjukkan Gudang Garam memiliki keunggulan dibagian variabel Kesadaran Merek, Djarum memiliki keunggulan pada variabel Asosiasi Merek dan Persepsi Kualitas. sedangkan HM Sampoerna memiliki keunggulan pada Loyalitas Merek.
4. Tingkat persaingan merek rokok Gudang Garam, Djarum dan HM Sampoerna menunjukkan ketiga merek tidak memiliki keunggulan yang sama dalam persaingan berdasarkan indikator Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek.
 - a. Hasil Analisis Deskriptif Persentase Gudang Garam memiliki nilai rata-rata lebih unggul dibandingkan dengan HM Sampoerna dan Djarum.
 - b. Hasil Analisis Kategori pada Indikator dari Kesadaran Merek menunjukkan Gudang Garam unggul pada indikator 2, selanjutnya Gudang Garam dan HM Sampoerna memiliki keunggulan yang sama pada indikator 1 3, 4 dan 5. Berdasarkan indikator Asosiasi Merek, merek rokok yang paling unggul adalah Djarum pada indikator 6, 7, 10 dan 11, dan Gudang Garam unggul pada indikator 8 dan 9. Berdasarkan Persepsi Kualitas, Gudang Garam unggul pada indikator 15, Djarum pada indikator 12 dan 14, dan HM Sampoerna unggul pada indikator 13 dan 16. Berdasarkan indikator dari Loyalitas Merek, HM Sampoerna memiliki keunggulan pada indikator 17, 20, dan 21. Gudang Garam memiliki keunggulan pada indikator 18 dan memiliki keunggulan yang sama dengan HM Sampoerna pada indikator 19.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran untuk dijadikan masukan, sebagai berikut :

1. Gudang Garam memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan HM Sampoerna pada Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Persepsi Kualitas, sedangkan HM Sampoerna unggul dalam Loyalitas Merek. Jika Gudang Garam ingin bersaing dengan HM Sampoerna, maka Gudang Garam harus memperluas jangkauan iklan dan promosi, tetapi dengan biaya yang efisien. Lalu, terus meningkatkan *sponsorship* ataupun *event marketing* dan memperkuat identitas merek seperti memastikan bahwa semua komunikasi pemasaran konsisten dan mudah dikenali agar dapat meningkatkan Kesadaran Merek khususnya di Kecamatan Medan Tembung. Untuk memperkuat Asosiasi Merek, Gudang Garam dapat menawarkan produk dan layanan baru yang inovatif untuk menarik konsumen dan membedakannya dari HM Sampoerna. Dalam meningkatkan Loyalitas Merek dari HM Sampoerna, Gudang Garam harus selalu berusaha meningkatkan kualitas produk dan layanan agar dapat memuaskan pelanggan khususnya di Kecamatan Medan Tembung. Selain itu, untuk bersaing dengan HM Sampoerna, Gudang Garam harus selalu menjaga citra merek yang positif serta bertanggung jawab. Dengan demikian, Gudang Garam dapat bersaing dengan HM Sampoerna.
2. Jika Gudang Garam ingin bersaing dengan Djarum, maka Gudang Garam harus meningkatkan pemasaran untuk meningkatkan Kesadaran Merek dengan berbagai cara seperti memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efektivitas pemasaran dengan pemasaran digital dan teknologi lain, melakukan iklan atau promosi, dan meningkatkan partisipasinya seperti dalam acara-acara public terutama di Kecamatan Medan Tembung.

Selanjutnya Gudang Garam harus lebih membangun Asosiasi Merek yang kuat dengan rasa, kualitas dan nilai untuk menekankan manfaat pada produknya. Gudang Garam harus selalu memastikan produknya memiliki kualitas yang baik dengan menerapkan control kualitas dan menggunakan bahan baku yang berkualitas tinggi agar meningkatkan Persepsi Kualitas. Untuk meningkatkan Loyalitas Merek, Gudang Garam dapat membangun hubungan dengan pelanggan melalui media sosial ataupun media lain.

3. Dalam bersaing dengan Gudang Garam, HM Sampoerna harus meningkatkan Kesadaran Merek konsumen dengan iklan dan promosi yang lebih menarik dan kreatif untuk meningkatkan *visibiitas* merek, memanfaatkan media digital untuk menjangkau pelanggan dan mengadakan *event* atau *sponsorship* yang menarik untuk meningkatkan keterlibatan konsumen dengan merek terutama di Kecamatan Medan Tembung. Selanjutnya HM Sampoerna sangat perlu memperkuat Asosiasi Merek dengan *positioning* produknya sebagai merek yang berkualitas tinggi, inovatif dan terpercaya, lalu menekankan keunikannya dari Gudang Garam ataupun pesaing lain. Meningkatkan persepsi kualitas dengan bahan baku terbaik dan teknologi manufaktur tercanggih serta memperkuat layanan pelanggan untuk memberikan pengalaman yang positif bagi konsumen khususnya pada konsumen di Kecamatan Medan Tembung. HM Sampoerna harus mempertahankan Loyalitas Merek dengan memberikan program loyalitas yang menarik seperti *rewarding* untuk pelanggan setia, menjalin komunikasi yang efektif dan menanggapi *feedback* dan keluhan konsumen dengan cepat dan tanggap. Serta tetap patuh pada peraturan dan regulasi pemerintah. Dengan demikian, HM Sampoerna dapat bersaing

secara sehat dengan Gudang Garam dalam merebut pangsa pasar dan Ekuitas Merek.

4. Dalam bersaing dengan Djarum, HM Sampoerna perlu meningkatkan Asosiasi Merek dan Persepsi Kualitas, dengan cara membangun citra merek yang positif dan konsisten dengan komunikasi yang terarah, meningkatkan nilai-nilai yang unik yang membedakannya dari Djarum, dan selalu mendukung kegiatan sosial ataupun komunitas untuk meningkatkan reputasi merek khususnya di Kecamatan Medan Tembung. Untuk meningkatkan Persepsi Kualitas dari Djarum. HM Sampoerna perlu memperkuat kualitas produk, menggunakan bahan baku berkualitas tinggi dan teknologi produksi yang canggih, memberikan informasi produk yang jelas dan transparan kepada konsumen dan meningkatkan kepercayaan, fokus terhadap Kesadaran Merek serta tetap mempertahankan dan memperkuat Loyalitas Merek, agar dapat memenangkan persaingan pasar terutama persaingan terhadap merek Djarum.
5. Djarum memiliki banyak kelemahan dalam bersaing memenangkan pangsa pasar berdasarkan Ekuitas Merek. Oleh karena itu, untuk memenangkan persaingan dengan Gudang Garam, Djarum perlu meningkatkan kinerja pada indikator Kesadaran Merek dengan meningkatkan jangkauan iklan dan promosi, memperkuat *branding* dan identitas mereknya, dan menyelenggarakan *event* dan aktivitas merek yang menarik agar dapat membangun hubungan yang lebih aktif dengan konsumen khususnya di Kecamatan Medan Tembung. Selanjutnya meningkatkan Asosiasi Merek dengan memanfaatkan keunggulannya pada indikator Atribut Produk, Atribut tak Berwujud, Pesaing dan Kredibilitas Perusahaan untuk menarik konsumen yang mencari merek dengan citra yang positif dan nilai-nilai

yang unik. Djarum perlu memperkuat dan meningkatkan Persepsi Kualitas dengan meningkatkan kualitas produknya untuk memaastikan konsistensi dan keandalan dengan menggunakan bahan baku berkualitas tinggi, menerapkan kotrol kualitas yang ketat serta melakukan inovasi produk. Djarum perlu meningkatkan Loyalitas Merek dengan menawarkan program yang menarik seperti poin *reward*, diskon dan hadiah menarik lainnya. Selain itu, Djarum perlu memberikan *laying* pelanggan yang *responsive* untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan menjaga komunikasi dengan konsumen melalui media untuk membantu membangun hubungan yang lebih kuat dengan konsumen. Terakhir Djarum perlu melakukan riset pasar dan analisis konsumen secara berkala untuk memahami *trend* dan kebutuhan pasar, serta memantau kinerja Gudang Garam dan mempelajari strategi mereka untuk meningkatkan daya saing.

6. Jika Djarum ingin bersaing dengan HM Sampoerna, Djarum perlu melakukan riset pasar dan memantau bagaimana kinerja HM Sampoerna dan strategi yang digunakan untuk meningkatkan daya saing. Djarum harus meningkatkan visibilitas mereknya melalui iklan yang lebih gencar, baik media tradisional maupun digital dengan biaya yang efisien, dan meningkatkan kualitas kemasan dan desain menarik agar mudah diingat oleh konsumen khususnya di Kecamatan Medan Tembung. Djarum juga perlu membangun Asosiasi Merek yang Kuat dengan citra merek yang positif dipandangan konsumen, menekankan nilai-nilai unik Djarum, membangun hubungan yang kuat dengan konsumen melalui program loyalitas atau lainnya. Selanjutnya Djarum perlu meningkatkan kualitas produknya, bahan baku yang digunakan dan perlu mendorong konsumen untuk memberikan ulasan positif tentang produknya agar dapat

meningkatkan lagi Persepsi Kualitasnya, dan memperkuat Memperkuat Loyalitas Merek dengan program loyalitas yang menarik dan bermanfaat bagi konsumen. Terakhir Djarum bisa memanfaatkan keunggulan-keunggulannya untuk menarik konsumen baru dan meningkatkan pangsa pasar.



THE
Character Building
UNIVERSITY