

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah penulis jelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan dari karya ilmiah ini, yaitu:

1. Minat pelanggan pada eksterior dan interior mobil Honda *HR-V* sangat besar sehingga dapat mempengaruhi tingkat penjualan Honda *HR-V*. Hal tersebut dapat dilihat dari pengamatan penulis dalam proses observasi yang dijelaskan pada sub bab hasil observasi dan juga dapat dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan memberikan pertanyaan yang difokuskan pada masalah eksterior dan interior Honda *HR-V* dengan beberapa pertanyaan yang membandingkan *HR-V* dengan pesaing sekelasnya. Dari hasil observasi dan hasil wawancara tersebut terbukti pelanggan membeli Honda *HR-V* karena alasan eksterior, interior, dan ketangguhan sebuah mobil. Dengan banyaknya pelanggan yang menaruh minat pada eksterior dan

interior mobil hingga membeli mobil Honda *HR-V*, bisa disimpulkan bahwa semakin banyak pelanggan yang membeli mobil *HR-V* karena alasan eksterior dan interior maka akan semakin banyak pula unit mobil *HR-V* yang terjual dan meningkatkan penjualan *HR-V*.

2. Dari penelitian yang telah penulis lakukan, maka dapat diketahui bahwa *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), *Threats* (ancaman) yang ada pada Honda *HR-V* adalah:
 - a. Kekuatan dari Honda *HR-V* adalah banyaknya pengakuan yang baik akan mobil tersebut, hal itu diketahui karena *HR-V* telah meraih banyak penghargaan sejak tahun pertama mobil ini dirilis ke pasaran.
 - b. Kelemahan dari Honda *HR-V* adalah harga produk yang cukup mahal dan tidak adanya promosi harga.
 - c. Peluang yang dimiliki Honda *HR-V* adalah lemahnya pasar pesaing mobil tipe sekelas, sehingga *HR-V* dapat meraih angka penjualan di atas angka penjualan pesaing
 - d. Ancaman yang pasti akan terjadi berasal dari Toyota CH-R dan Mazda CX-3, kedua mobil tersebut diproduksi untuk menyaingi Honda *HR-V*.

B. SARAN

1. Berdasarkan data penjualan Honda *HR-V* sendiri dan data penjualan pesaingnya seperti Nissan Juke dan Mitsubishi Outlander. Honda memang lebih unggul di pasar *SUV medium* dibanding pesaingnya, namun Honda tidak bisa terus meyakini bahwa mobil produksinya terus akan memimpin pasar kelas *SUV Medium* karena melihat angka penjualan pesaing yang jauh lebih rendah. Honda harus waspada terhadap ancaman yang datang, pada analisis *SWOT* penulis menjelaskan ancaman yang akan terjadi pada Honda *HR-V* di Indonesia dengan adanya mobil-mobil produksi perusahaan lain yang memang dibuat untuk menyaingi Honda *HR-V*, namun hanya menunggu waktunya saja saat mobil tersebut masuk ke Indonesia. Honda harus melakukan antisipasi terhadap ancaman yang akan datang, karena jika Toyota *CH-R* dan Mazda *CX-3* sudah masuk ke Indonesia, ada kemungkinan penjualan *HR-V* dapat menurun karena mungkin masyarakat Indonesia tertarik dengan spesifikasi mobil pesaing tersebut. Honda wajib melakukan tindakan agar bagaimana caranya jika mobil pesaing *HR-V* sudah masuk ke Indonesia, penjualan *HR-V* tidak terganggu, paling tidak Honda dapat mempertahankan angka penjualan *HR-V*.
2. Terkait masalah yang penjualan yang tidak stabil, penulis menyarankan sebaiknya Honda Autoland Kelapa Gading bisa menarik pelanggan pada bulan-bulan yang memiliki total penjualan rendah, misalnya dengan cara

memberikan promo untuk pembelian mobil *HR-V*, mungkin dengan cara diskon, bonus, ataupun *cash back*. Tujuannya adalah agar pelanggan tertarik untuk membeli mobil pada bulan-bulan tersebut.