

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

1. Analisa motivasi konsumen dalam membeli daging ayam broiler (ayam potong) di Daerah Istimewa Yogyakarta menurut karakteristik gender, pendapatan, status pembelian, tempat tinggal ternyata tidak terdapat perbedaan spesifik dengan urutan utama yang paling memotivasi adalah kebutuhan keamanan.
2. Analisa motivasi konsumen dalam membeli daging ayam broiler (ayam potong) di Daerah Istimewa Yogyakarta yang terdapat perbedaan signifikan yaitu konsumen berusia ≤ 15 tahun, lebih termotivasi oleh kebutuhan aktualisasi diri yang dicerminkan dari kemudahan pengolahan, namun untuk usia >15 tahun yang bekerja menjadi pegawai swasta/wiraswasta/petani/buruh/nelayan/ibu rumah tangga dan intensitas pembeliannya setiap hari atau 1 sampai 2 kali seminggu termotivasi oleh kebutuhan keamanan yang dicerminkan dari kualitas daging seperti kandungan gizi, kesegaran daging dsb. Bagi konsumen pelajar/mahasiswa dan konsumen yang jarang membeli daging ayam broiler (ayam potong) cenderung termotivasi oleh kebutuhan fisiologi/mendasar, sedangkan PNS/POLRI/TNI lebih termotivasi oleh kebutuhan social.

5.2 SARAN

Melihat hasil analisis dan kesimpulan yang didapat ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh pihak penjual daging ayam broiler (ayam potong) khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai bahan pertimbangan yang menentukan kebijakan sebagai berikut:

1. Tidak adanya perbedaan yang signifikan atribut-atribut yang mencerminkan kebutuhan memotivasi konsumen dalam membeli daging ayam broiler berdasarkan gender, pendapatan, status pembelian, tempat tinggal berarti tidak perlu adanya perbedaan pelayanan yang diberikan kepada konsumen atau pelanggan daging ayam broiler (ayam potong) khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Adanya perbedaan motivasi konsumen dalam membeli daging ayam broiler (ayam potong) berdasarkan usia, pekerjaan, intensitas pembelian pada atribut yang mencerminkan kebutuhan fisiologi/mendasar, kebutuhan keamanan, kebutuhan social, kebutuhan penghargaan, kebutuhan aktualisasi diri. Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan usia, pekerjaan, intensitas pembelian memiliki motivasi yang berbeda pada kelima atribut tersebut. Artinya pelayanan yang diberikan oleh penjual daging ayam broiler (ayam potong) kepada konsumen atau pelanggan terutama pada atribut yang mencerminkan kelima kebutuhan tersebut belum dapat diterima oleh sebagian kelompok karakteristik tersebut. Untuk itu sebaiknya pihak penjual sebaiknya melakukan evaluasi atas pelayanan yang selama ini telah dilakukan, serta meningkatkan kualitas pelayanan.

3. Pelayanan yang harus ditingkatkan sebagai kelebihan bagi konsumen yang ingin memenuhi kebutuhan fisiologi/mendasar seperti harga yang lebih terjangkau, kemudahan mendapatkan daging dimana-mana. Kemudian memberikan kelebihan sebagai cerminan kebutuhan keamanan seperti kesegaran daging yang selalu terjaga (tidak lebih dari setengah hari dalam kondisi mentah/terkena udara bebas), menjaga kandungan gizi baik selama proses pemotongan sampai proses penjualan. Selanjutnya memberikan kelebihan bagi konsumen yang cenderung ingin memenuhi kebutuhan sosial seperti selalu menjaga image yang baik dan positif pada daging ayam broiler yaitu image daging yang layak dikonsumsi oleh semua golongan masyarakat, bebas dari penyakit-penyakit tertentu (virus flu burung). Meningkatkan pelayanan sebagai cerminan kebutuhan penghargaan seperti ukuran-ukuran daging, bagian-bagian tertentu (ayam utuh, dada tersendiri, paha tersendiri dsb) sesuai permintaan konsumen. Memberikan pelayanan yang lebih bagi konsumen yang ingin memenuhi kebutuhan aktualisasi diri seperti kemudahan pengolahan (ayam tidak terlalu tua sehingga daging ayam tidak keras) sehingga tidak memerlukan waktu yang lama untuk memasaknya.