

BAB V

Kesimpulan Dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada Bab 4, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

1. Omset toko kelontong sebelum berdirinya minimarket mencapai Rp. 52,200,000,- (lima puluh dua juta dua ratus ribu rupiah) per bulan
2. Omset toko kelontong setelah berdirinya minimarket mencapai Rp. 22,215,000,- (dua puluh dua juta dua ratus lima belas ribu rupiah)
3. Omset penjualan toko kelontong mengalami penurunan rata-rata Rp. 30,000,000,- (tiga puluh juta rupiah). Hasil uji analisis dengan metode *Wilcoxon* menunjukkan bahwa terdapat perubahan omset yang signifikan dari toko kelontong sebelum dan sesudah berdirinya minimarket.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. Untuk dapat meningkatkan omsetnya kembali, pengusaha kelontong harus berusaha lebih kompetitif lagi dalam persaingan usaha dibidang ritel kebutuhan sehari-hari ini, dengan cara melakukan perencanaan yang matang, penggunaan teknologi, meningkatkan kenyamanan terhadap penjualan, dan meningkatkan kenyamanan bagi konsumen.
2. Pengusaha toko kelontong dapat menata barang-barang yang dijual agar lebih menarik dan memberikan pelayanan yang lebih baik lagi, sehingga dapat menarik konsumen untuk berbelanja.
3. Perlu dilakukan penelitian serupa dengan variabel- variabel penelitian yang lebih beragam untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan, baik yang telah diketahui sebelumnya maupun yang tidak terduga. Sehingga hasil penelitian yang dicapai dapat saja menunjukkan hasil yang belum maksimal. Oleh sebab itu, peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya dapat mengeliminir segala keterbatasan, sehingga dapat dicapai hasil yang memuaskan. Adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Jumlah responden penelitian cukup kecil, yaitu 20 dan 25 responden, sehingga analisis yang didapat masih jauh dari pencerminan keadaan sebenarnya.
2. Informasi yang diberikan responden melalui kuesioner dimungkinkan adanya bias dan tidak menunjukkan kondisi responden sebenarnya. Hal ini terjadi karena tidak semua responden mendapatkan penjelasan secara mendetail dari peneliti tentang setiap butir pertanyaan dalam kuesioner sehingga kemampuan mereka dalam memahami kuesioner tidak sama.
3. Faktor-faktor lain yang masih bisa dikembangkan untuk lebih mengetahui kondisi usaha ritel barang kebutuhan sehari-hari saat ini, dikarenakan faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini masih sangat sedikit dan terbatas.