

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini peneliti akan memberikan kesimpulan dan saran yang terkait dengan perusahaan yang sudah diteliti sebelumnya melalui analisis data yang diperoleh dari perusahaan Amity Studio di Kota Bandung. Kesimpulan dan saran yang disimpulkan oleh penulis didapatkan dari hasil analisis strategi bersaing perusahaan. Kesimpulan dan saran dari peneliti diharapkan memberikan manfaat kepada para pembaca, khususnya perihal analisis strategi bersaing terhadap perusahaan.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terhadap perusahaan Amity Studio Bandung, berikut adalah kesimpulan yang akan dijelaskan :

- 1) Strategi yang telah dilakukan oleh Amity Studio sampai sekarang menetapkan *strategi diferensiasi* sebagai pembeda dengan fitness center lainnya. Strategi diferensiasi ini dinilai mampu mempertahankan perusahaan di tengah tingginya arus persaingan dan dapat memungkinkan menambah pangsa pasar baru. Strategi Diferensiasi yang dilakukan Amity Studio Bandung adalah perusahaan tersebut rutin mengadakan workshop yang ditargetkan kepada konsumen Amity Studio maupun masyarakat umum. Tema dari workshop yang ditawarkan pun beragam, mulai dari Yoga

Theraphy, *Yin and Yang Flow* sampai masalah kesehatan seperti Scoliosis Workshop. Yang menarik adalah, narasumber atau trainer yang memandu workshop merupakan *master trainer* yang berpengalaman yang sudah lama mengajar di luar negeri. Selain itu, Amity Studio juga mengadakan Charity rutin setiap tahunnya dalam rangka acara ulang tahun perusahaan yang akan diberikan langsung kepada Panti Sosial Turna Werdha. Sistem pembagian charity ini adalah dengan cara konsumen yang telah membayar dan mengikuti kelas, uang mereka langsung diberikan kepada pihak yang bersangkutan. Amity juga dapat menyelenggarakan kelas khusus contohnya untuk lansia atau program untuk para individu yang ingin berfokus untuk menurunkan berat badannya serta Melakukan sosialisasi seperti event tentang kesehatan khususnya olahraga yang memberikan beragam manfaat kepada kampus-kampus atau public space sekitar.

- 2) Faktor-faktor analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan Amity Studio adalah:
 - a. Memiliki banyak ragam aktivitas olahraga dibandingkan para pesaing yang lain
 - b. Memiliki tempat studio dan ruangan yang luas dan konsep yang unik sehingga memberikan kesan nyaman terhadap konsumen.

- c. Mempunyai sumber daya manusia yang handal dan terlatih di bidangnya yang memiliki syarat mempunyai sertifikat mengajar dan pengalaman mengajar minimal satu tahun.
- d. Memiliki letak perusahaan yang strategis sehingga mudah dicari .

Hambatan yang paling utama baik dari faktor internal dan eksternal perusahaan adalah dimana sistem pencatatan yang dilakukan Amity Studio Bandung masih bersifat manual, sehingga terkadang pihak dari perusahaan sering bingung perihal jumlah pengunjung bulanan dan jumlah member aktif setiap bulannya, Jika dalam faktor eksternal, banyaknya pesaing baik yang berkonsep studio atau gym yang menawarkan jasa yang serupa.

Peluang dan Ancaman yang dihadapi oleh Amity Studio adalah Perkembangan teknologi digital. Masyarakat pada era sekarang memiliki kecenderungan untuk mengupload kegiatan sehari-harinya ke media sosial termasuk kegiatan dalam berolahraga. Pada hal ini, Amity Studio merasa sangat diuntungkan karena pengaruh media sosial yang membantu mereka dalam kegiatan promosi.

Daya beli masyarakat yang meningkat. Semakin bertambahnya kesadaran masyarakat akan arti penting berolahraga maka semakin meningkatnya daya beli masyarakat memberikan peluang bagi Amity Studio.

Semakin maraknya tempat gym/fitness yang memberikan jenis olahraga yang serupa.

- 3) Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT, analisis Internal dan Eksternal dan hasil dari perencanaan strategi yang dilakukan oleh peneliti, perusahaan Amity Studio berada di dalam kuadran keempat yang berarti tumbuh dan membangun. Posisi ini menyatakan bahwa Amity Studio dapat menjalankan strateginya yang dibagi dalam beberapa alternatif yaitu: Pengembangan Produk, Penetrasi Pasar dan Integrasi Horizontal. Dari hasil perhitungan Matriks QSPM ditunjukkan bahwa alternatif Pengembangan Produk dicapai dengan total skor paling tinggi dibanding kedua strategi lainnya. Strategi Pengembangan Produk dinilai membantu perusahaan untuk bersaing dengan pesaing lainnya.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah disimpulkan oleh peneliti yang dilakukan pada perusahaan Amity Studio Bandung. Penulis merumuskan alternatif saran yang bisa menjadi bahan pertimbangan yang dapat diterapkan oleh perusahaan Amity Studio Bandung.

1. Amity Studio harus tetap menjaga tingkat kenyamanan konsumen seperti pelayanan konsumen yang baik dan tingkat kebersihan dan tata letak ruangnya. Amity Studio dapat terus mempertahankan strategi yang telah diterapkan selama ini yaitu *strategi diferensiasi*. Strategi diferensiasi ini dapat terus dikembangkan dengan cara terus berinovasi pada jasa yang

terdapat pada Amity Studio. Inovasi dapat berupa menggelar event olahraga pada saat *weekend* seperti kelas Zumba di *public area* seperti Car Free Day (CFD) atau sarana olahraga lainnya yang bertujuan untuk mempromosikan jasa yang dimiliki oleh Amity Studio. Selain menggelar event, Amity Studio dapat memberikan workshop dengan tema lain dengan tema yang lebih beragam. Dengan adanya inovasi maka perusahaan dapat bersaing dengan pesaing-pesaing yang lain dengan mengedepankan keunggulannya.

2. Mempromosikan melalui media platform seperti Instagram maupun Youtube yang ditunjukkan untuk para konsumen maupun pesaing. Strategi yang dapat dilakukan adalah melakukan adsense di media sosial Youtube dengan membuat konten visual seperti event atau kegiatan olahraga yang terdapat di Amity Studio Bandung. Sehingga baik konsumen ataupun pangsa pasar lainnya akan mengetahui dan tertarik kepada jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
3. Mengganti sistem pencatatan manual ke sistem aplikasi penjualan yang lebih terbaru sehingga pencatatan dapat dinilai lebih efektif dan efisien yang dapat memberikan informasi yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldi, B. E. (2015, Oktober 2). UPAYA GENERALISASI KONSEP MANAJEMEN STRATEGIK. *JURNAL ILMU EKONOMI & SOSIAL*, VI(2).
- Arianto, S. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Chaniago, S. A. (2014, Juni 1). PERUMUSAN MANAJEMEN STRATEGI PEMBERDAYAAN ZAKAT. *Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Pekalongan*, 12(1).
- David, F. R. (2010). *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: PT. Perhallindo.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Dimara, G. Y. (2017, Desember 12). *Hanya 63 Persen Masyarakat Indonesia yang Rutin Lakukan Olahraga*. Retrieved from Kumparan.com:
<https://kumparan.com/kumparanstyle/hanya-63-persen-masyarakat-indonesia-yang-rutin-lakukan-olahraga>
- Ginting, A. (2006). Perumusan Strategi Perusahaan PT X menggunakan Matriks Evaluasi Faktor. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 7(1), 1-5.
- Gregory, G. D., Lumpkin, G., & Alan, B. E. (2010). *Strategic Management: creating competitive advantages*. New York: McGraw-Hill Irwin.
- Haeranto, E. (2013). Pengelolaan dan pengembangan bisnis jasa kebugaran pada ARTHARAGA Fitness Center. *AGORA*, 1(3), 9.
- Hall, A., & James. (2009). *Sistem Informasi Akuntansi*. (D. F. Kwary, Trans.) Jakarta: Salemba Empat.
- Hany Setyorini, M. E. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1).
- Hasyim, M. K. (2005). *Strategic Management*. Thomson.

- Ispranoto, T. (2018, September 27). *Pemkot Klaim Pertumbuhan Ekonomi di Kota Bandung Stabil*. Retrieved from detik finance: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4231999/pemkot-klaim-pertumbuhan-ekonomi-di-bandung-stabil>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1997). *Dasar-Dasar Pemasaran, Principles of Marketing 7e* (Edisi Bahasa Indonesia ed., Vol. 1). (diterjemahkan oleh Drs. Alexander Sindoro, Trans.) Jakarta, Indonesia: Prenhallindo.
- Kuntjojo. (2009). *Metodologi Penelitian*. Kediri : Universitas Nusantara PGRI.
- Lovelock, C. (2010). *Pemasaran Jasa* (7 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Mahfud, T., & Mulyani, Y. (2017, Juli). Aplikasi Metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) (Studi Kasus: Strategi Peningkatan Mutu Lulusan Program Studi Tata Boga). *JURNAL SOSIAL HUMANIORA DAN PENDIDIKAN*, 1(1).
- Milles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. SAGE.
- Nielsen. (2014). *Consumer Fitness Trends Statistics & Insight For Fitness Facilities (Nielsen Global Consumer Exercise Trends Survey)*. New York: The Nielsen Company.
- Nielsen. (2015). *We Are What We Eat Healthy Eating Trends Around The World ((Global Health and Wellness Report)*. New York: The Nielsen Company.
- Porter. (2007). *Strategi Bersaing (Teknik Menganalisis Industri Pesaing)*. Karisma.
- Porter, M. (1998). *competitive advantage-creating and sustaining superior performance*. New York: SIMON & SCHUSTER.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy*. Jakarta: Erlangga.
- Prabowo, A., & Heriyanto. (2013). ANALISIS PEMANFAATAN BUKU ELEKTRONIK (E-BOOK) OLEH PEMUSTAKA DI PERPUSTAKAAN SMA NEGERI 1 SEMARANG. *JURNAL ILMU PERPUSTAKAAN*, 2(2).
- Priyono, & Marnis. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2008). *Perilaku Organisasi Organizational Behaviour*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sedermayanti. (2014). *Manajemen Strategi* (Vol. Cetakan Kesatu). Bandung: Refika Aditama.
- Suci, R. P. (2015). *Esensi Manajemen Strategi*. Sidoarjo: Zifatama.
- Sugiyono. (2006). *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharjana. (2012). KEBIASAAN BERPERILAKU HIDUP SEHAT DAN NILAI-NILAI. *Jurnal Pendidikan Karakter*, *II*(2).
- Suharjana. (2013, Oktober 2). ANALISIS PROGRAM KEBUGARAN JASMANI PADA. *MEDIKORA*, *XI*(2), 137.
- Suhartadi, I. (2017, September 5). *Pasar Industri Kebugaran di RI Capai Rp 3 Triliun*. Retrieved from Berita Satu.com:
<https://www.beritasatu.com/olahraga/450956/pasar-industri-kebugaran-di-ri-capai-rp-3-triliun>
- Susanthi, P. R. (2017). ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL DAN EKSTERNAL DALAM MENCAPAI TUJUAN PERUSAHAAN. *Jurnal Elektornik*, *1*(1).
- Tamara, A. (2016). Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, *3*(4).
- Tashandra, N. (2018, Desember 7). *Waktu dan Uang Jadi Alasan Utama Orang Indonesia Enggan Berolahraga*. Retrieved from Kompas.com:
<https://lifestyle.kompas.com/read/2018/12/07/130700420/waktu-dan-uang-jadi-alasan-utama-orang-indonesia-enggan-berolahraga?page=all>
- Taufiknorokhman. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (C. Bandung, Ed.) Bandung: Alfabeta.