

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Selama ini, strategi yang digunakan oleh Luxe Studio adalah strategi penetrasi pasar untuk mencakup pangsa pasarnya dengan menggunakan Instagram dengan membuat postingan yang menarik seperti menampilkan testimoni, harga jasa, dan hasil *treatment* di Luxe Studio dengan rapih. Kemudian, strategi kedua yang digunakan Luxe Studio adalah *Cost Focus* yaitu dengan memberikan pelayanan *Home Service* yang harganya terjangkau dibandingkan dengan salon-salon lainnya di kota Bandung.

Dalam menjalankan usahanya, factor internal dan eksternal sangat berpengaruh terhadap. Berdasarkan analisis internal dan analisis eksternal yang sudah diidentifikasi menjadi kekuatan,kelemahan,peluang, serta ancaman bagi Luxe Studio, penulis melakukan analisis strategi alternative yang cocok bagi Luxe Studio melalui matriks SWOT, matriks Internal-Eksternal, dan analisis QSPM.

Posisi Luxe Studio yang berada pada kuadran I mengartikan bahwa Luxe Studio tumbuh dan berkembang dan memungkinkan untuk menerapkan strategi intensif yang meliputi strategi pengembangan produk, strategi penetrasi pasar, dan strategi pengembangan pasar. Luxe Studio lebih cocok untuk melakukan strategi pengembangan pasar. Strategi pengembangan pasar merupakan strategi yang melibatkan pengenalan produk atau layanan yang sudah ada sebelumnya ke lokasi yang baru atau belum pernah dijangkau sebelumnya. Dengan adanya peluang banyak yang ingin melakukan *treatment* di rumah, peluang ini sangat mendukung

untuk Luxe Studio membuka jasa layanan home service di berbagai daerah di Kota Bandung bahkan luar kota Bandung.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil dari analisis QSPM, strategi yang disarankan oleh penulis adalah strategi pengembangan pasar yang dapat dilakukan di daerah Kota Bandung lainnya bahkan luar kota khususnya kota-kota besar di Indonesia. Berikut beberapa kegiatan yang mungkin dapat dilakukan untuk menjalankan strategi pengembangan pasar :

1. Membuka dan mengembangkan bisnis layanan kecantikan *home service* di daerah lain di Bandung seperti Ciwidey, Soreang, Rancaekek, Majalaya, dan yang lainnya yang kurang mengenal salon kecantikan bulu mata, namun Luxe Studio sebaiknya membuat sistem dengan merekrut pekerja di daerah tersebut khusus *home service*, dan pelanggan akan memesan layanan Luxe Studio melalui kontak Admin Luxe Studio, kemudian pihak admin Luxe Studio akan menyampaikan ke pihak *beautician* daerah tersebut. Dan pihak *beautician* Luxe Studio akan menghampiri pelanggan.
2. Mempertahankan pelayanan home service yang selalu tepat waktu karena dengan demikian membuat para pelanggan percaya dengan Luxe Studio dan memberikan feedback yang positif.
3. Sebaiknya Luxe Studio selalu mengupgrade skill agar tidak tertinggal dengan salon-salon lainnya. Karena dengan demikian, membuat para pelanggan tertarik dan ingin mencoba hal baru.

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. (2011). *Strategic Management : Concept and Cases* (Vol. 13). USA: Prentice Hall.
- David, F.R. 2011. *Strategic Management Concepts and Cases Thirteenth Edition*. South Carolina: Francis Marion University
- Glueck, W.F., & Jauch, L.R. (1995). *Strategic Management and Business Policy* (3rd ed.). (A. Dharma, Ed., Murad, A. H. Sitanggang, & H. Wibowo, Trans.) Erlangga
- Susanthi, P. R. (2017). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Mencapai Tujuan Perusahaan (Studi Kasus STIE Galileo Batam).
- Layantara, S. (2016). Evaluasi Perkembangan BBQ Street Menggunakan Teori Marketing Mix 7P Terhadap Fenomena Food Truck Di Surabaya. *PERFORMA*, 1(2), 242-250.
- Karamoy, S. W. (2013). Strategi segmenting, targeting dan positioning pengaruhnya terhadap keputusan konsumen menggunakan Produk KPR BNI Griya. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Safitri, E. (2013). Pengaruh Pelatihan dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 1(4).
- Rangkuti, Freddy. 1997. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Cetakan Ke-1. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- <http://eprints.binadarma.ac.id/156/1/ANALISIS%20SWOT%20GUNA%20PENYUSUNAN%20RENCANA%20INDUK%20E-GOVERNMENT%20PADA%20PEMERINTAHAN%20DAERAH%20KABUPATEN%20MUARA%20ENIM.pdf>

<https://setkab.go.id/tertinggi-sejak-2014-bps-ekonomi-indonesia-2018-tumbuh-517-persen/>

<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/20/140853326/industri-kecantikan-di-indonesia-tumbuh-pesat-hingga-16-persen>

<https://industri.kontan.co.id/news/industri-kecantikan-pede-bisnis-kian-bertumbuh-pebisnis-gencar-ekspansi>

<http://data.bandung.go.id/dataset/jumlah-penduduk-berdasarkan-status-perkawinan>