

Bab 6

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan mengenai kesimpulan yang sudah di dapatkan setelah melakukan penelitian Analisis Strategi Bersaing Cinderakata. Penulis akan menjabarkan mengenai saran terhadap kesimpulan yang sudah didapatkan dan bisa berguna bagi keberlangsungan Cinderakata di masa yang akan datang.

6.1 Kesimpulan

Berikut ini merupakan kesimpulan yang bisa didapatkan setelah melakukan beberapa analisis internal dan eksternal perusahaan untuk bisa menjawab pertanyaan pada identifikasi masalah dalam penelitian ini:

1. Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan oleh penulis, strategi bersaing yang selama ini digunakan oleh Cinderakata adalah strategi differensiasi. Strategi differensiasi yang sudah digunakan oleh Cinderakata yaitu perusahaan ingin menyatakan bahwa dirinya memiliki keunggulan dan ciri khas atau pembeda yang bisa membuat perusahaan bisa bertahan di dalam pasar yang persaingannya ketat dengan membuat produk yang berbeda. Differensiasi atau yang membedakan Cinderakata dengan para pesaing terlihat dari desain kata dan gambar yang unik dan memiliki makna yang dalam. Setiap desain yang di produksi merupakan hasil observasi yang dilakukan oleh *team* Cinderakata mengenai kehidupan zaman sekarang dan kritik sosial yang

terjadi di dalam masyarakat. Sehingga konsumen yang membeli produk Cinderakata bisa mendapatkan makna dari setiap desain kaos yang ada. Berdasarkan penjelasan tersebut, Cinderakata menggunakan strategi differensiasi yang bisa membedakan Cinderakata dengan para pesaingnya. Penelitian ini menunjukkan bahwa Cinderakata masih lebih unggul dari pada pesaingnya.

2. Strategi differensiasi yang sudah diterapkan oleh Cinderakata bisa dikatakan cukup efektif, karena penjualan Cinderakata selama tahun 2019 mengalami kenaikan dan penurunan, tetapi bisa dilihat bahwa penjualan tersebut tidak mengalami penurunan yang cukup signifikan. Selain karena desain yang unik, penjualan Cinderakata stabil karena target pasar Cinderakata yaitu konsumen yang berusia antara 18-35 tahun bisa tercapai dan terpenuhi dengan baik. Alasan para konsumen menyukai dan memilih produk Cinderakata karena dirasa produk cukup simple, warna nya sesuai dengan keinginan anak-anak muda (hitam dan putih), potongan kaos yang dirasa cukup pas di badan (tidak terlalu longgar), jenis kaos yang digunakan menggunakan bahan yang terbaik (*cotton combed 30s*) dan kualitas dari sablon yang tidak cepat rusak dikarenakan pemakaian (bahan plastisol). Namun untuk mengantisipasi persaingan di masa depan, perusahaan perlu merumuskan sebuah strategi baru agar perusahaan bisa tetap stabil dan tetap bertahan dari para pesaingnya. Selain itu, perusahaan memerlukan strategi yang baru

untuk bisa memperluas pemasaran yang berguna untuk mencari pasar yang lebih luas dan bisa lebih dikenal oleh masyarakat lainnya.

3. Menurut hasil analisis lingkungan internal dan eksternal dan berdasarkan observasi perusahaan yang telah dilakukan, penulis mengusulkan strategi yang bisa digunakan oleh perusahaan di masa yang akan datang adalah *Broad Differentiation Strategy*. Dengan melihat kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman dapat disimpulkan bahwa Cinderakata bisa lebih efektif apabila menggunakan *Broad Differentiation Strategy* bisa diterapkan di dalam perusahaan. Dengan strategi differensiasi yang mengacu pada pasar yang lebih luas diterapkan di perusahaan tentunya akan lebih efektif untuk ke depannya. Pada strategi ini perusahaan tidak hanya fokus kepada pengembangan produk saja, tetapi perusahaan bisa fokus kepada faktor internal yang ada di dalam perusahaan. Perusahaan bisa memfokuskan kepada bidang pemasaran yang berperan penting untuk bisa memancing pasar atau konsumen secara lebih luas. Hal yang bisa dilakukan oleh perusahaan dalam bidang pemasaran adalah dengan mencoba untuk melakukan *endorse* dengan pelaku seni atau *influencer* dan melakukan kolaborasi dengan beberapa seniman *illustrator*, mural dan genre yang lainnya yang dirasa cocok untuk mempromosikan produk Cinderakata. Dengan bentuk promosi tersebut, *brand awareness* Cinderakata akan terbentuk dan pasar Cinderakata akan semakin luas. Umumnya, para konsumen yang melihat idolanya memakai suatu produk tertentu, mereka akan

merasa penasaran dan mencoba untuk melihat produk tersebut. Diharapkan para konsumen yang sudah melihat produk Cinderakata akan memberitahukan kepada rekan-rekannya tentang produk dari Cinderakata sendiri (*Word of Mouth*). Sehingga pasar atau konsumen akan semakin sadar akan keberadaan dari Cinderakata sendiri dan pasar Cinderakata akan semakin luas dengan *brand awareness* yang tinggi.

6.2 Saran

Berikut ini adalah beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada perusahaan, saran tersebut berdasarkan kesimpulan yang sudah didapatkan sebelumnya, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Melakukan koordinasi intensif dalam rangka mengimplemntasikan rekomendasi strategi. Sehingga koodinasi tersebut bertujuan untuk menyelesaikan masalah dan hal-hal yang mengganggu operasional perusahaan dapat diselesaikan dan dapat diperbaiki dengan baik, sehingga perusahaan dapat berjalan dengan baik untuk ke depannya.
2. Cinderakata bisa menerima pesanan desain dari para konsumen (*custom desain*) agar konsumen tidak merasa bosan dengan desain yang sudah dikeluarkan oleh Cinderakata. Selain itu, dengan menerima pesanan desain dari para konsumen, Cinderakata dapat menjalin komunikasi dengan para konsumen dan dapat menerima masukan dari para konsumen untuk keberlangsungan perusahaan sendiri. Selain itu Cinderakata juga bisa menambahkan lini produknya, bisa saja dengan menciptakan produk selain kaos seperti topi dan *totebag*, sehingga tidak

terfokus kepada satu produk saja. Sehingga nantinya para konsumen bisa mendapatkan banyak pilihan terhadap produk Cinderakata.

3. Untuk meningkatkan penjualan Cinderakata dan melakukan implementasi dari kesimpulan yang di dapatkan dari penelitian ini, Cinderakata dapat melakukan kolaborasi dengan berbagai dengan beberapa seniman ilustrator, mural dan genre yang lainnya dan melakukan *endorse* kepada *influencer* atau musisi yang dirasa cocok dengan produk Cinderakata. Untuk kolaborasi, Cinderakata dapat berkolaborasi dengan The Popo yang sudah melakukan kolaborasi dengan berbagai merek lainnya, sehingga terdapat penyegaran di dalam produk Cinderakata. Untuk *endorse*, Cinderakata dapat berkolaborasi dengan beberapa *influencer* atau musisi yang cocok dengan produk Cinderakata, contohnya seperti Fiersa Besari yang merupakan seorang penulis sekaligus musisi, @andreybanyu (pendiri tempat bercakap) dan @geryardian yang sudah memiliki pengikut yang cukup banyak dan memiliki spesialisasi dalam mengolah kata-kata menjadi lebih bermakna. Hal tersebut bertujuan agar perusahaan dapat mengembangkan bisnis perusahaan dan untuk meningkatkan *brand awareness* (kesadaran akan suatu merek). Cara lain yang dapat dilakukan yaitu dengan mengikuti berbagai acara-acara *fashion* lokal (*Kickfest*) yang bisa mengenalkan Cinderakata kepada pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- A. N. (2016). *Manajemen Operasional PT LKIS Pelangi Aksara Yogyakarta* . 1.
- Abdullah , H. (2017). *Penerapan Manajemen Sumberdaya Manusia dalam Organisasi.Jurnal Warta Edisi: 51, 2-4.*
- Bukit , B., Malusa , T., & Rahmat , A. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Pengembangan Sumber Daya Manusia Teori, Dimensi Pengukuran, dan Implementasi dalam Organisasi* (p. 11). Yogyakarta: ZHR publishing.
- Candra , J., & Andrina , L. (2018). *Pengaruh Disiplin dan Iklim Kerja Terhadap Efektivitas Pelayanan Aparat Pemerintah Kelurahan Kalibaru Jakarta Utara*, 3.
- CNN Indonesia. (2019). *Mendag Sebut Wajib Izin Usaha Toko Online Lindungi Konsumen.* Retrieved from [cnnindonesia.com: https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20191205065213-92-454291/mendag-sebut-wajib-izin-usaha-toko-online-lindungi-konsumen](https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20191205065213-92-454291/mendag-sebut-wajib-izin-usaha-toko-online-lindungi-konsumen)
- CNN Indonesia. (2020). *Efek Corona, IMF Prediksi Pertumbuhan Ekonomi Global Negatif.* Retrieved from [cnnindonesia.com: https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200324183549-532-486628/efek-corona-imf-prediksi-pertumbuhan-ekonomi-global-negatif](https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200324183549-532-486628/efek-corona-imf-prediksi-pertumbuhan-ekonomi-global-negatif)

- Edward, Chan , S., & Majid , S. A. (2017). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen. Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 28.
- Fadilah , I. S. (2017). *Manajemen Usaha Baru "Analisis SWOT Terhadap Model Bisnis Pada Perusahaan UD.Budi Luhur, Kediri-Jawa Timur Menggunakan Bussiness Model Canvas*. 5-6.
- Franedy , R. (2020). *91 Juta Data Pengguna Bocor, Tokopedia Digugat Rp 100 M*. Retrieved from [cnbcindonesia.com: https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200507083340-37-156876/91-juta-data-pengguna-bocor-tokopedia-digugat-rp-100-m](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200507083340-37-156876/91-juta-data-pengguna-bocor-tokopedia-digugat-rp-100-m)
- Fransisca. (2018). *Porter's 5 Forces Model*. Retrieved from BINUS.ac.id: <https://sis.binus.ac.id/2018/02/21/porters-5-forces-model/>
- Gunawan , I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktek* (p. 79). Jakarta: Bumi Aksara.
- Harsalim , R. R., & Sugiharto , S. (2015). *Analisis Pengaruh Product Quality, Price dan Promotion Terhadap Purchase Intention Mobil Toyota Alphard di Surabaya A*, 3-4.
- Haryanto, A. T. (2020). *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*. Retrieved from [inet.detik.com: https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia](https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia)

- Hasanah , H. (2016). *Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)*. *Jurnal at-Taqaddum*, 26.
- Heriyanto , M. (2015). *Analisis Strategi Bersaing Industri Bisnis Farmasi/Apotek di Kota Pekanbaru*, 4.
- Hidayati , U. (2018). *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam*, 18-19.
- Hidayati, U. (2018). *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perpektif Ekonomi Islam*, 25-26.
- Julita, & Sari, E. N. (2015). *Strategi Generik Porter Bagi UMKM Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) (Studi Kasus: Pada UMKM Di Kabupaten Deli Serdang)*, 136.
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia . (2019, November 6). Retrieved from kemenperin.go.id: <https://kemenperin.go.id/artikel/21191/Industri-Tekstil-dan-Pakaian-Tumbuh-Paling-Tinggi>
- Linarwati , M., Fathoni , A., & Minarsih , M. M. (2016). *Studi Deskriptif Pelatihan dan Pengembangan Sumberdaya Manusia serta Penggunaan Metode Behavioral Event Interview Dalam Merekrut Karyawan Baru di Bank Mega Cabang Kudus*, 1.
- Luas, J., Kimbal , M., & Singkoh, F. (2017). *Efektivitas Pelayanan Publik di Kelurahan Kakaskasen Dua Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon*. 4-5.

- Mahardhika , W. (2019, Februari 7). Retrieved from money.kompas.com:
<https://money.kompas.com/read/2020/02/07/205337126/pertumbuhan-ekonomi-indonesia-di-2020-berpotensi-meningkat>
- Masram, & Mu'ah. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia . Manajemen Sumber Daya Manusia Profesional* (p. 3). Surabaya: Penerbit Zifatama Publisher .
- Micheal, M., Febrian , & Fajri , A. (2017). *Analisis Strategi Keunggulan Biaya, Differensiasi, dan Fokus Pada Industri Kuliner Morning Glory & CO Eatery Bandung*, 12.
- Moelong , L. J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (p. 6). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Novianto, A. (2017). *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis (Studi Pada Industri Kerajinan Gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar)*, 11-16.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, 8.
- Nurhayati , S. (2017). *Peranan Manajemen Keuangan dalam Suatu Perusahaan*, 85-86.
- Pamungkas, D. P. (2016). Analisis Competitive force dan Competitive Strategy. *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)*, 119-120.

- Pariadi, D. (2018). *Pengawasan E Commerce dalam Undang-Undang Perdagangan dan Undang-Undang*, 654.
- Pertiwi, W. K. (2020, Februari 20). *Penetrasi Internet di Indonesia Capai 64 Persen*. Retrieved from KOMPAS: <https://tekno.kompas.com/read/2020/02/20/14090017/penetrasi-internet-di-indonesia-capai-64-persen>
- Prihatsanti, U., Suryanto , & Hendriani, W. (2018). *Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikologi*. *Buletin Psikologi*, 128.
- Rastogi, N., & Trivedi, M. (2016). *Pestle Technique - A Tool To Identify External Risk in Construction Projects*), 385.
- Riley, J. (2015, April 19). *Porter's Model of Generic Strategies for Competitive Advantage*. Retrieved from www.tutor2u.net: <https://www.tutor2u.net/business/reference/porters-generic-strategies-for-competitive-advantage>
- Sandi, F. (2020, Februari 21). *RI Kena Dampak Virus Corona, Pabrik Pakaian Mulai Goyang*. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200221141849-4-139597/ri-kena-dampak-virus-corona-pabrik-pakaian-mulai-goyang>
- Santoso, V. C. (2017). *Analisis Fungsi Manajemen Operasional Pada PT Putuh Plastic*, 2.

- Sari, A. (2019). *Analisis Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Omset Penjualan (Studi Kasus: Mie Ayam Hot Plate Ajibarang)*, 7.
- Sembiring, L. J. (2019, Desember 7). *Mendag: Penjual Online Kecil juga Wajib Punya Izin Usaha*. Retrieved from [cnbcindonesia.com: https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191207142337-37-121184/mendag-penjual-online-kecil-juga-wajib-punya-izin-usaha](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191207142337-37-121184/mendag-penjual-online-kecil-juga-wajib-punya-izin-usaha)
- Sugiyono . (2009). In *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D* (p. 137). Bandung: Alfabeta.
- Sunyono . (2011). *Teknik Wawancara (Interview) Dalam Penelitian Kualitatif*, 4.
- Susanto , R. I. (2017). *Analisis Strategi Pengembangan Bisnsi apda PT. Patrinsaka*, 2.
- Tamara , A. (2016). *Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan*, 399.
- Taufiqurokhman. (2016). *Manajemen Strategik*, 19.
- Taufiqurokhman. (2016). *Manajemen Strategik*, 17-18.
- Tobing , S. (2019, May 6). Retrieved from [katadata.co.id: https://katadata.co.id/berita/2019/05/06/sektor-industri-masih-penyumbang-terbesar-pertumbuhan-ekonomi](https://katadata.co.id/berita/2019/05/06/sektor-industri-masih-penyumbang-terbesar-pertumbuhan-ekonomi)
- Triatna, A. T. (2013). *Peranan Ekstra Kulikuler Paskibra Dalam Meningkatkan Nasionalisme Siswa Studi (Studi Deskriptif Analisis Terhadap*

Ekstrakurikuler Paskibra SMP Pasundan 1 Banjaran Kabupaten Bandung).

56.

Wilar , O. W., Worang , F. G., & Soepeno , D. (2017). *Analisis strategi differensiasi produk, kualitas layanan, dan citra merek terhadap keunggulan bersaing pada PT Bank Central Asia, TBJ. Kantor Cabang Utama Manado, 3846.*