

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran yang didapatkan dari penelitian yang sudah dilakukan. Kesimpulan merupakan hasil dari penelitian yang akan menjawab rumusan masalah yang sudah dihasilkan pada bab pertama. Saran merupakan usulan untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya.

#### **V.1 Kesimpulan**

Pada subbab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan. Kesimpulan didapatkan berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya. Kesimpulan yang didapatkan akan menjawab rumusan masalah yang sudah dihasilkan. Kesimpulan yang didapatkan adalah sebagai berikut.

1. Distro CROSSOVERBDG memiliki faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Faktor internal yang dimiliki oleh Distro CROSSOVERBDG adalah sebagai berikut.

Kekuatan:

- a) Desain produk bagus
- b) Produk memiliki banyak variasi
- c) Produk nyaman digunakan
- d) Produk awet
- e) Harga produk terjangkau
- f) Menyediakan ukuran M-XXL
- g) Memiliki desain toko yang menarik
- h) Melakukan kolaborasi dengan band lokal
- i) Menyediakan pembelian secara online

Kelemahan:

- a) Lokasi toko jauh dari tengah kota Bandung
- b) Produk yang ditawarkan dominan berwarna hitam
- c) Kualitas jaket warna hitam cepat pudar
- d) Tempat parkir terbatas untuk kendaraan roda empat

Selanjutnya faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman. Faktor eksternal yang dimiliki oleh Distro CROSSOVERBDG adalah sebagai berikut.

Peluang:

- a) Tidak terdapat produk pengganti
- b) Pembeli membeli produk sesuai dengan harga yang ditawarkan

Ancaman:

- a) Persaingan yang sangat tinggi
- b) Pesaing baru mudah masuk ke dunia bisnis distro
- c) Pemasok memiliki kekuatan dan dapat menentukan harga jual

2. Berdasarkan hasil analisis menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) maka strategi yang perlu dilakukan berdasarkan hasil tertinggi yaitu 7,821 adalah strategi *product development*. Strategi yang tergolong *product development* adalah membuat produk dengan mengikuti tren, menjaga kualitas, harga dan variasi produk, membuat produk dengan variasi warna lebih banyak, menjual produk kualitas baik dengan harga jual terjangkau.

## V.2 Saran

Saran merupakan usulan yang diberikan untuk perusahaan atau penelitian selanjutnya. Saran pada penelitian ini diberikan untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya. Saran yang diberikan adalah sebagai berikut.

1. Perusahaan sebaiknya menggunakan usulan strategi *product development* untuk meningkatkan penjualan.
2. Penelitian selanjutnya sebaiknya tidak hanya pada strategi *product development* tetapi strategi *market penetration* dan *market development*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri Francis. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. PT Rajagrafindo.
- Basu Swastha Dharmamesta dan T. Hani Handoko. (2004). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta. Liberty.
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta. Bandung.
- David, Fred. R dan David, Forest R. (2017). *Strategic Management, A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases. Sixteenth Edition. England. Pearson Education Limited.*
- Diana, Vinsensia. 7 Tren Fashion Inovatif yang Diprediksi Naik Daun di Tahun 2021. (2021, Maret 4). Diambil dari: <https://www.fimela.com/fashion-style/>.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. (2018).
- Djaslim, Saladin. (2015). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran, Cetakan Keempat. Linda Karya. Bandung.*
- Jenis Usaha Industri Kreatif *Fashion*. (2020, September 30). Diambil dari: <https://bandungcreativitycityblog.com>
- Kotler, P.T. & Keller, K. (2016). *Marketing Management, 15<sup>th</sup> Edition. Boston. Pearson Education.*
- Kotler, P. T. (2006). *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas*. Jakarta. PT Indeks.
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Saaty, T. L. (2012). *Models, Methods, Concepts & Applications of The Analytic Hierarchy Process, secod edition. Springer.*
- Undang-Undang No.3 Tahun 2014 tentang perindustrian