

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan melalui informasi, fakta dan data yang telah dikumpulkan dan dianalisis terdapat potensi pengembangan pasar pada Kota Medan. Pemerintah Kota Medan sedang gencar melakukan pertandingan dan event olahraga dikarenakan Kota Medan sebagai tuan rumah PON 2024. Hal ini terlihat dari hadirnya *Sport Center Sumut* sebagai salah satu tempat olahraga baru di Kota Medan. Tingginya kegiatan olahraga di Kota Medan dapat menjadi peluang bagi *DK Outdoors & Sports* mengembangkan bisnisnya.

Dari hasil informasi yang dikumpulkan diperoleh fakta berupa karakteristik dan tingkat kebutuhan produk yang dimiliki masyarakat Kota Medan yaitu: (1) memilih produk berdasarkan kualitas (2) menggunakan pakaian olahraga untuk berolahraga (3) menggunakan marketplace sebagai sarana pembelian (4) memprioritaskan teknologi pada pakaian (5) Informasi produk mempengaruhi keputusan pembelian (6) faktor utama pembelian (7) Alasan membeli suatu produk (8) kecenderungan pembelian suatu produk (9) range harga pembelian (10) pertimbangan pembelian. Beberapa karakteristik yang sama tersebut dapat menjadi peluang bagi *DK Outdoors & Sports* untuk melakukan pengembangan pasar ke Kota Medan..

Pada hasil analisis *Porter Five Forces* diperoleh beberapa ancaman yang harus

diperhatikan oleh *DK Outdoors & Sports* seperti: mudahnya perusahaan baru untuk masuk ke dalam persaingan dengan menggunakan *marketplace* sebagai sarana penjualan, produk pesaing dan produk brand pakaian sehari-hari yang menjual pakaian olahraga dan teknologi pakaian yang ditiru oleh perusahaan lain. Dari ketiga penjabaran diatas faktor yang paling menjadi ancaman adalah produk pesaing dan produk brand pakaian sehari-hari yang menjual pakaian olahraga, dikarenakan *DK Outdoors & Sports* harus bersaing dengan brand pakaian sehari-hari yang telah memiliki brand image yang kuat di masyarakat. Sedangkan untuk hasil analisis matriks *SWOT* didapatkan beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk melakukan pengembangan pasar untuk kota yang ingin dituju, diantaranya :

1. Memperkuat promosi melalui media sosial dan melakukan promosi secara berkala dengan menggunakan tokoh berpengaruh atau influencer sebagai salah satu sarana memperkenalkan produk sehingga calon konsumen akan lebih tertarik dengan produk jika ada ulasan dari influencer atau tokoh berpengaruh tersebut.
2. Mengoptimalkan saluran distribusi yaitu melalui *marketplace*, sesuai dengan kondisi pasar saat ini.
3. Memberikan klaim mengenai kualitas dan fitur-fitur yang dimiliki oleh produk *DK Outdoors & Sports*.
4. Mengikuti *event-event* khusus olahraga untuk memperkenalkan produk secara nyata dan lebih dekat dengan calon konsumen.

6.2 Saran

Bagi *DK Outdoors & Sports* :

Dari hasil analisis di bab 5 diperoleh hasil bahwa Kota Medan memiliki

peluang untuk menjadi sasaran pengembangan pasar bagi *DK Outdoors & Sports*. Berikut ini merupakan beberapa usulan yang dapat digunakan oleh *DK Outdoors & Sports* jika akan melakukan pengembangan pasar di Kota Medan :

1. Berdasarkan hasil analisa dari responden Kota Medan, maka *DK Outdoors & Sports* perlu memperkuat promosi merek dan produk melalui media sosial, dikarenakan masih terdapat banyak masyarakat Kota Medan yang belum mengetahui mengenai merek *DK Outdoors & Sports*.
2. Ekspansi dapat berupa : menyalurkan produk melalui distributor terpercaya atau agen seperti contohnya melalui *Sport Center Sumut*. *Sport Center Sumut* akan dilengkapi dengan rumah sakit, pusat perbelanjaan, tempat wisata dan sebagai arena olahraga berkelas internasional dan akan digunakan pada PON Medan 2024 (Naipospos, 2020).
3. *DK Outdoors & Sports* dapat tetap memperkuat *marketplace* yang dimiliki dikarenakan *marketplace* dapat menjangkau pasar secara lebih luas, namun untuk menjangkau pasar di Kota Medan, *DK Outdoors & Sports* juga memerlukan distributor/ toko secara fisik untuk memasarkan produknya.

Bagi peneliti selanjutnya :

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih dalam membahas, lebih banyak menggali, dan lebih banyak mencari sumber referensi mengenai kondisi pasar dan *DK Outdoors & Sports*.

DAFTAR PUSTAKA

- 4muda. (2020, Oktober 10). *4muda*. Retrieved Januari 10, 2021, from <https://www.4muda.com/brand-fashion-terpopuler-di-dunia-tahun-2020/>
- Ansoff, H., (1965). *Corporate Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Amiruddin Saleh, W., 2016. *Strategi Pengembangan Mikro dan Kecil Pada Usaha Pengolahan Pangan*, 07.
- Arief, A. M. (2021, Januari 10). *Ekonomi Bisnis*. Retrieved Januari 11, 2021, from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210110/257/1340974/industri-tekstil-optimistis-bisa-pulih-tahun-ini>
- Bardjan. (2020, Desember 16). *Tribun Bisnis*. Retrieved Januari 13, 2021, from <https://www.tribunnews.com/bisnis/2020/12/16/tips-sukses-jualan-online-di-marketplace-untuk-umkm-mulai-sekarang-yuk>
- Bethy, R. (2021, Januari 8). *Solo TRust*. Retrieved Januari 13, 2021, from <https://www.solotruster.com/read/34230/Influencer-Jadi-Pilihan-Tepat-Promosi-Saat-Pandemi>
- Beritabuana.co. (2020, November 23). *Fashion Olahraga yang Dukung Produk Indonesia dan Ramah Lingkungan*. Retrieved Januari 9, 2021, <https://beritabuana.co/2020/11/23/fashion-olahraga-yang-dukung-produk-indonesia-dan-ramah-lingkungan/>.
- CNN. (2020, Februari 6). *CNN Indonesia*. Retrieved Januari 9, 2021, from <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200205204206-206-472064/tren-dan-peluang-industri-e-commerce-di-indonesia-2020>
- David, Fred R. (2011). *Strategic Management : Concepts and Cases*. Edition 13th Pearson Education
- DKOutdoors. (2021). *Duraking - DK Outdoors*. Retrieved Januari 3, 2021, from <https://dkoutdoors.com/>
- Febriana, L. (2021). *Perkembangan Teknologi dalam Bidang Bisnis*. KOMPASIANA. Retrieved 26 January 2021, from https://www.kompasiana.com/larrisa_048/561df060d77e616314cb3a3a/perkembangan-teknologi-dalam-bidang-bisnis?page=all.
- Freddy, Rangkuti. (2006). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hadyan, R. (2020, September 15). *Lifestyle Bisnis*. Retrieved Januari 9, 2021, from <https://lifestyle.bisnis.com/read/20200915/220/1291836/gaya-hidup-sehat-meningkat-bisnis-perlengkapan-olahraga-kian-bugar>
- Husnan, Suad dan Enny Pudjiastuti, (2015), *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Edisi Ketujuh. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Imandiar, Y. (2020, Agustus 31). *Detik News*. Retrieved Januari 3, 2021, from <https://news.detik.com/berita/d-5153317/tren-bersepeda-meroket-ketua-mpr-minta-pemda-buat-jalur-khusus>
- Johnson, G. and Scholes, K. (2016). *Exploring Corporate Strategy-Text and Cases*. Hemel Hempstead: Prentice-Hall.

- Juraidi. (2020, Juli 21). *Antaranews*. Retrieved Januari 12, 2021, from <https://sumut.antaranews.com/berita/318350/koni-kota-medan-susun-rencana-strategi-menuju-prestasi-pon-2024>
- J.W.d. J. Peppard, (2002). *Strategic Planning for Information System 3rd ed*, England: John Wiley & Sons
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing Fifteenth Edition*. England: Pearson.
- Kompasiana.com. (2020, Agustus 1). *Kota Terbesar ke-3, Bandung atau Medan?*. Retrieved Januari 3, 2021, <https://www.kompasiana.com/andalasia/5f1728e0097f3636f8512c25/kota-terbesar-ke-3-bandung-ataukah-medan>
- Kompas.id. (2020, September 9). *Industri Olahraga: Potret dan Tantangannya di Indonesia*. Retrieved Januari 9, 2021, <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/industri-olahraga-potret-dan-tantangannya-di-indonesia>
- Kurniadi, D., Syarief, R., & Suryani, A. (2017). *Strategi Pengembangan Usaha Produk Tekstil Di PT Priangan Sentosa Tasikmalaya, Jawa Barat, 12(01)*. Retrieved 26 January 2021, from.
- Linjaya, B. (2021). *MBA CEO Talk*. Bandung.
- Moleong, L.J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Move, L. (2020). *5 Manfaat Teknologi Bagi Perkembangan Bisnis dan UMKM*. Lalamove. Retrieved 26 January 2021, from <https://www.lalamove.com/id/blog/manfaat-teknologi-bagi-perkembangan-bisnis>.
- Michael E. Porter. (2008). *Competitive Advantage (Keunggulan Bersaing): Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Kharisma Publishing. Tangerang.
- News.detik.com. (2020, Agustus 30). *Tren Bersepeda meroket, Ketua MPR Minta Pemda Buat Jalur Khusus*. Retrieved Januari 3, 2021, <https://news.detik.com/berita/d-5153317/tren-bersepeda-meroket-ketua-mpr-minta-pemda-buat-jalur-khusus>
- Naipospos, H. (2020). *BEGINI Penampakan Kemewahan Sport Center Sumut, Dilengkapi Mal, Rumah Sakit dan Tempat Wisata*. Tribun Medan. Retrieved 28 January 2021, from <https://medan.tribunnews.com/2020/12/21/begini-penampakan-kemewahan-sport-center-sumut-dilengkapi-mal-rumah-sakit-dan-tempat-wisata>.
- Okesport. (2019, November 11). Retrieved Januari 3, 2021, from <https://sports.okezone.com/read/2019/11/11/43/2128357/minat->

masyarakat-terhadap-olahraga-lari-meningkat-tajam

- Pemerintah Kota Medan (2011); Perda Kota Medan No, 13 Tahun 2011, tentang *Rencana Tata Ruang Wilayah Kota (RTRW) Kota Medan Tahun 2011-2015*
- Prasatya, R. (2019). *Detik*. Retrieved Januari 3, 2021, from <https://sport.detik.com/aboutthegame//detik-insider/d-4836634/pelajaran-dari-sea-games-2019-untuk-indonesia-yang-getol-jadituan-rumah-ini-itu>
- Program Pembinaan dan Pemasarakatan Olahraga*. Eplanning.pemkomedan.go.id. (2021). Retrieved 26 January 2021, from https://eplanning.pemkomedan.go.id/ppjm/web/index.php?r=dokumen/relevansi-program&kd_program=107.
- Putra, D. J. (2020, Agustus 1). *Kompasiana*. Retrieved Januari 3, 2021, from <https://www.kompasiana.com/andalasia/5f1728e0097f3636f8512c25/kota-terbesar-ke-3-bandung-ataukah-medan>
- Rizal, A. (2020, Januari 11). *Medan Merdeka*. Retrieved Januari 3, 2021, from <https://medanmerdeka.com/olahraga/diharapkan-dapat-tumbuhkan-minat-olahraga-masyarakat-medan/>
- San, S. (2019). *Keysoft.co.id*. Keysoft. Retrieved 27 January 2021, from <https://keysoft.co.id/manfaat-lisensi-bagi-bisnis/>.
- Siregar, E. (2020). *BI : Pertumbuhan ekonomi Sumut 2020 diperkirakan tinggal 1,2 persen*. Antaranews.com. Retrieved 29 January 2021, from <https://www.antaranews.com/berita/1423013/bi-pertumbuhan-ekonomi-sumut-2020-diperkirakan-tinggal-12-persen>.
- Sports.okezone.com. (2019, November 11). *Minat Masyarakat Terhadap Olahraga Lari Meningkatkan Tajam*. Retrieved Januari 3, 2021, <https://sports.okezone.com/read/2019/11/11/43/2128357/minat-masyarakat-terhadap-olahraga-lari-meningkat-tajam>
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Salim, Mukhamad & Bambang Siswanto, Agus. (2019). Analisis SWOT dengan metode kuesioner.
- Sugiono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sun, S., (2010). *An Analysis on the Conditions and Methods of Market Segmentation*, 5.
- Trihendradi. (2011). *Langkah Mudah Melakukan Analisis Statistik Menggunakan SPSS 19*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Widoyoko, Eko Putro. (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

- Wolipop.detik.com. (2020, Februari 29). *Uniqlo Hadirkan Koleksi Baju Olahraga Anti Bau dan Cepat Kering*. Retrieved Januari 9, 2021, https://wolipop.detik.com/fashion-news/d-4919964/uniqlo-hadirkan-koleksi-baju-olahraga-anti-bau-dan-cepat-kering?_ga=2.177888037.1655507414.1610219394-1433236082.1609602559
- Yin, R. K. (2011). *Qualitative Research from Start to Finish*. New York: The Guilford Press.
- Yunanto, R. Y. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Researchgate*.