

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, penulis akan memberikan kesimpulan berdasarkan hasil Analisis faktor internal dan faktor eksternal yang sudah dilakukan pada bab 5, menggunakan analisis lima kekuatan Porter dan SWOT Matriks. Lalu setelah menjabarkan kesimpulan yang di dapat, penulis akan memberikan saran berupa strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk pendekatan pengembangan pasar DK Outdoor & Sports ke kota tujuan, kota Jakarta.

6.1 Kesimpulan

Berikut merupakan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian untuk menjawab identifikasi masalah yang telah disampaikan pada Bab 1 Pendahuluan dengan sub bab 1.2 Identifikasi masalah pada penelitian ini:

1. Untuk mengetahui karakteristik calon konsumen DK Outdoor & Sports pada kota Jakarta, penulis menggunakan teknis analisis data *cross tabulation*, dengan membandingkan data kota Bandung sebagai kota asal, dengan data kota Jakarta sebagai kota tujuan. Maka untuk menjawab pertanyaan no 1 pada sub bab 1.2 Identifikasi Masalah, karakteristik yang dimiliki oleh konsumen kota Bandung berbeda dengan karakteristik yang dimiliki oleh calon konsumen kota Jakarta. Calon konsumen cenderung menyukai olahraga lari dengan faktor pertimbangan harga pakaian olahraga 129.000 rupiah hingga 469.000 rupiah. Lalu calon konsumen juga cenderung menggunakan media sosial sebagai sumber informasi yang dipercaya untuk melihat technology yang terdapat pada produk pakaian olahraga untuk pertimbangan membeli.
2. Untuk mendapatkan strategi yang tepat untuk digunakan DK Outdoor & Sports dalam menghadapi karakteristik calon konsumen di Jakarta, maka perusahaan harus mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan, peluang maupun ancaman yang terdapat pada kota tujuan. Setelah menganalisis data yang

didapatkan oleh penulis, maka terlihat kekuatan dan kelemahan perusahaan serta peluang dan ancaman.

Dari keempat faktor, untuk faktor internal yang paling dominan adalah pada bahwa DK Outdoor & Sports tidak mengoptimalkan media sosial yang dimilikinya. Hal tersebut dikatakan paling dominan karena faktor itulah yang harus dibenahi karena DK Outdoor & Sports sebenarnya sudah memiliki semua media sosial yang digunakan oleh calon konsumen di Jakarta namun kenyataannya masih sedikit masyarakat Jakarta yang mengetahui merek DK Outdoor & Sports. Lalu untuk faktor eksternal, faktor yang paling dominan adalah masyarakat Jakarta cenderung memilih media sosial sebagai sumber informasi untuk mengetahui technology pada produk dan membelinya, hal tersebut harus diperhatikan karena faktor tersebut dapat menjadi peluang besar untuk DK Outdoor & Sports dalam melakukan ekspansi.

3. Strategi yang dipilih adalah mengembangkan digital marketingnya dengan cara mengupdate konten pada sosial media yang sudah dimiliki oleh DK Outdoor & Sports melalui kerjasama dengan influencer olahraga. Kerjasama tersebut bisa seperti membuat kelas olahraga online bersama influencer olahraga pada youtubanya atau membuat iklan pada Instagram dengan mengikut sertakan influencer pada iklan tersebut, seperti untuk pakaian olahraga lari, maka gunakan athlete lari yang sudah memiliki nama di Indonesia.

6.2 Saran

Berikut merupakan saran yang diberikan oleh Penulis berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini:

1. Untuk dapat melakukan kerjasama dengan influencer sosial media, perusahaan harus melakukan survey terlebih dahulu untuk mengetahui influencer olahraga mana yang paling banyak memberikan pengaruh pada masyarakat, khususnya

masyarakat kota Jakarta. Hal tersebut dilakukan agar pemasaran yang dilakukan oleh DK Outdoor & Sports pada kota Jakarta tepat sasaran.

2. Untuk lebih meyakinkan dalam mengetahui informasi kecenderungan calon konsumen di kota Jakarta, sebaiknya penelitian kedua dilakukan dengan menambahkan jumlah sample. Selain penambahan jumlah sample pada penelitian kedua, informasi tambahan seperti channel apa yang disukai, atau iklan model apa yang banyak ditonton oleh calon konsumen. Informasi tambahan tersebut dapat digunakan untuk mencari tahu apakah strategi yang diberikan oleh penulis cocok untuk diterapkan kepada calon konsumen atau tidak.

DAFTAR PUSTAKA

- Allison, Michael, & Kaye, J. (2005). *Perencanaan Strategi Bagi Organisasi Nirlaba*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Alasan Jakarta Menjadi Tempat Terbaik untuk Kantor Anda*. (2018, Juni 8). Retrieved from The Prime Office Suites: <http://primetower.co.id/articles/alasan-jakarta-menjadi-tempat-terbaik-untuk-kantor-anda.php>
- Christine, & Immy. (2002). *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing*. Yogyakarta: Penerbit Bentang.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Research Methods in Education*. New York: Routledge.
- Craig, & Grant. (1996). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Alex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- David, F. R. (13th). *Strategic Management CONCEPTS AND CASES*. New Jersey: Prentice Hall.
- Gerard, H. T. (2018). *The Relevance Of Porter's Five Forces In Today's Innovative And Changing Business Environment*.
- Ida, H. K. (2012). *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pengumpulan Data Pendidikan Nonformal Tidak Tepat Waktu dan Tidak Berkualitas*. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2008). *Exploring Corporate Strategy*. London: Financial Times Prentice Hall.
- Kurniawan, S. (2019). *Apa Itu Influencer dan Manfaatnya untuk Bisnis?* Retrieved from Niagahoster: <https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-influencer/?amp>
- Nawawi, H. H. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis Yang Kompetitif*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Ren, L. L., Wang, Y. M., Xiang, Z. C., Guo, L., Xu, T., & al, e. (2020). *Identification of novel coronavirus causing severe pneumonia in human: a descriptive study*. *Chin Med J*.

- Riyanto, B. (2008). *Dasar–Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Sarmanu. (2017). *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Statistika*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2006). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Setiawan, B. (2019). *Perekonomian Jakarta Terbesar di Indonesia, Haruskah Ibu Kota Dipindah?* Kompasiana.
- Sports, D. &. (n.d.). *DK Outdoor & Sports Story*. Retrieved from DK: <https://dkoutdoors.com/about>
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwarsono, M. (2008). *Manajemen Strategik, Konsep dan Kasus*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.