

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis memberikan penjabaran secara menyeluruh terkait kesimpulan yang didapatkan oleh penulis selama melakukan analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Penulis juga membuat saran dalam bentuk beberapa poin strategi yang diharapkan dapat diterapkan perusahaan agar layak untuk melakukan pengembangan pasar dengan cara ekspansi ke Kota Tasikmalaya.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis perusahaan dan pasar yang telah dilakukan, maka diperoleh beberapa kesimpulan yang menjadikan dasar untuk pemberian usulan rencana strategi ekspansi pasar ke Kota Tasikmalaya, berdasarkan survei kondisi karakteristik pasar, analisis *Porter's Five Forces*, dan pemetaan matriks SWOT yang dijadikan sebagai strategi yang diurutkan berdasarkan prioritas kegiatan yang perlu dilakukan.

Dengan melihat persaingan industri pasar pakaian olahraga yang sedang meningkat pada masa sekarang ini, memberi dampak dengan banyaknya competitor sejenis yang bermunculan membawa produk dengan keunggulannya masing-masing. Perusahaan dengan mereknya Duraking dan DK Outdoors & Sport ini layak untuk melakukan ekspansi pasar ke Kota Tasikmalaya, dengan membawa keunggulannya yaitu kelengkapan teknologi yang ada dalam produk. Diantaranya

adalah *UV Protection technology*, *Quick dry technology*, *Fresh technology*, *Smart temperature technology*, *Superlight technology*, dan *Anti-Virus technology*. Disamping itu, untuk melakukan ekspansi ke Kota tasikmalaya, terdapat beberapa strategi prioritas yang diusulkan, yaitu :

1. Memasarkan produk dengan keunggulan teknologi yang dimiliki oleh produk.

Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness*, agar semakin banyak masyarakat yang kenal produk beserta keunggulan teknologi didalamnya. Kualitas Duraking dan DK Outdoors & Sport ini sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Ditambah lagi dengan adanya lisensi resmi dari *HEIQ Technology*. Strategi memasarkan produk dengan keunggulan ini, akan menjadi daya tarik yang cukup besar karena masih sedikit competitor yang memiliki teknologi yang lengkap dalam produknya.

2. Memaksimalkan tingkat penjualan pada distribusi *online* seperti *e-commerce* maupun *website*.

Mengingat pada kelemahan yang dimiliki Duraking dan DK Outdoors & Sport ini belum tersedia pada distribusi *offline* atau toko fisik, jadi diperlukan strategi dalam mengoptimalkan tingkat penjualannya pada distribusi *online*. Strategi ini bertujuan agar produk semakin luas tersebar, dan semakin mudah dicari dan didapatkan oleh masyarakat. Berdasarkan hasil analisis preferensi media yang dipilih oleh masyarakat untuk melakukan pembelian produk olahraga, strategi ini cocok karena mayoritas masyarakat melakukan pembelian pada *marketplace* dan *website*.

3. Meningkatkan inovasi produk dengan kualitas yang baik namun dengan harga yang terjangkau.

Untuk menghasilkan produk yang *marketable* dan *profitable*, maka perusahaan harus memperhatikan pentingnya inovasi produk. Inovasi sangat dibutuhkan untuk pengembangan produk sehingga produk tersebut dapat selalu diterima oleh konsumen. Selain faktor inovasi produk, faktor harga juga menjadi salah satu variabel yang penting dalam pembelian suatu produk. Tinggi rendahnya harga yang ditetapkan oleh perusahaan akan menjadi pemicu untuk menentukan tingkat pasar. Namun harga juga bisa jadi indikator kualitas, jika seseorang menginginkan produk dengan kualitas tinggi, maka seseorang tersebut juga harus berani membayar kualitas dalam produk tersebut.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat dilihat bahwa terdapat kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Duraking dan DK Outdoors & Sport serta peluang dan ancaman yang ada dalam industri pakaian olahraga saat ini. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi strategi dan menyelaraskan sumber daya dan kapabilitas perusahaan dengan tuntutan lingkungan bersaing yang dibangun atas kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan peluang dan melawan ancaman eksternal guna memperbaiki kelemahan perusahaan. Strategi yang diusulkan diatas dapat berjalan jika perusahaan peka terhadap kebutuhan dan keinginan pasar. Khususnya terkait pemasaran produk, peningkatan distribusi *online*, dan strategi inovasi dan analisis pasar. Untuk menjalankan strategi tersebut, bisa dilakukan beberapa cara :

1. Melakukan kegiatan pemasaran yang lebih aktif
2. Melakukan pelatihan dalam melakukan pengembangan terhadap karyawan yang menangani produk dan penjualan
3. Merekrut pegawai baru sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Hal diatas dapat terlaksana jika perusahaan memiliki faktor pendukung seperti dana yang telah dipersiapkan untuk setiap divisinya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management Concepts and Cases* (16th Edition).
- Hague, P., Cupman, J., Harrison, M., & Truman, O. (2016). *Market Research in Practice* .
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* .
- Ritson, N. (2008). *Strategic Management*. Neil Ritson & Ventus Publishing ApS.
- Sutabri, T. (2012). *Analisis Sistem Informasi* . CV ANDI OFF SET.
- Suyitno. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip dan Operasionalnya* .
- Tanzeh, D. H. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management and Business Policy*. Prentice Hall.
- Evangelia, T. (2017). *Application of Ansoff's Matrix Methodology : Marketing Growth Strategies For Product*.

Website

- Antaraneews.com. (2020, June). *Olahraga yang Jadi Tren Selama Adaptasi Kebiasaan Baru*. Retrieved from <https://www.antaraneews.com/berita/1719818/olahraga-yang-jadi-tren-selama-adaptasi-kebiasaan-baru>
- Beritasatu. (2020). *Pertumbuhan e-commerce Diyakini Tetap Berlanjut Pasca Pandemi*. Retrieved from <https://www.beritasatu.com/ekonomi/671687/pertumbuhan-ecommerce-diyakini-tetap-berlanjut-pascapandemi>
- Christy, F. E. (2020). *Top 10 e-commerce di Indonesia Kuartal 1 2020*. Retrieved from <https://data.tempo.co/data/907/top-10-e-commerce-di-indonesia-kuartal-i-2020>
- Clardy, A. (2013). *Strenghts vs Strong Position : Rethinking the Nature of SWOT Analysis*. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/268084773.pdf>

- cnnindonesia. (2020). *Wagub DKI Tegaskan PSBB Mulai 14 September, Berlaku Dua Pekan*. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200910200656-32-545136/wagub-dki-tegaskan-psbb-mulai-14-september-berlaku-dua-pekan>
- cnnindonesia.com. (2020). *New Normal Jawa Barat Mulai Diterapkan 1 Juni*. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200527165110-20-507372/new-normal-jawa-barat-mulai-diterapkan-1-juni>
- covid19.go.id. (2020). *Pemerintah Evaluasi Pelaksanaan PSBB Secara Menyeluruh*. Retrieved from <https://covid19.go.id/p/berita/pemerintah-evaluasi-pelaksanaan-psbb-secara-menyeluruh>
- finance.detik.com. (2020). *Sederet Alasan Pemerintah Terapkan New Normal*. Retrieved from <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5039532/sederet-alasan-pemerintah-terapkan-new-normal>
- Franedy, R. (2020). *Tokopedia Tergeser! Ini Dia Jawara e-commerce Indonesia*. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200824073330-37-181385/tokopedia-tergeser-ini-dia-jawara-e-commerce-indonesia>
- iprice. (2020). *Peta E-Commerce Indonesia*. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/268084773.pdf>
- kompas. (2020). *New Normal dan PSBB Transisi ala DKI Jakarta*. Retrieved from <https://www.kompas.com/tren/read/2020/06/08/094205865/new-normal-dan-psbb-transisi-ala-dki-jakarta?page=all>
- kompas.com. (2020). Retrieved from new normal dan psbb transisi ala dki jakarta.
- kompas.com. (2020). *Apa Itu PSBB Hingga Jadi Upaya Pencegahan Covid-19?* Retrieved from <https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/13/153415265/apa-itu-psbb-hingga-jadi-upaya-pencegahan-covid-19?page=all>
- kompas.com. (2020). *Indonesia Masuk 10 Besar Negara Kasus Tertinggi Asia, Ini Daftarnya*. Retrieved from <https://www.kompas.com/tren/read/2020/07/14/071300965/indonesia-masuk-10-besar-negara-kasus-tertinggi-virus-corona-di-asia-ini?page=all>
- tribunmedan.com. (2020). *tren penjualan produk olahraga selama pandemi meningkat di e-commerce*. medan: tribun news.
<https://dkoutdoors.com/durakingfishing/>
<https://durakingfishing.com/>