

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini peneliti menjelaskan mengenai kesimpulan dan juga saran yang peneliti berikan berkaitan dengan penelitian ini. Kesimpulan dan juga saran yang diberikan berdasarkan hasil dari pengolahan yang dilakukan oleh peneliti sendiri. Peneliti juga akan memberikan 2 jenis saran yaitu saran untuk perusahaan saran untuk penelitian selanjutnya.

#### **6.1 KESIMPULAN**

Kesimpulan dari penelitian ini pertama adanya potensi untuk DK Outdoor & Sports mengembangkan usahanya dan meningkatkan penjualan dengan cara ekspansi pasar. Hal ini berawal dari adanya fenomena atas tingginya tingkat kepedulian masyarakat terhadap kesehatan yang berpengaruh pada frekuensi masyarakat dalam berolahraga. Masyarakat saat ini tidak hanya menjadikan olahraga sebagai hobi melainkan kebutuhan, hal ini meningkatkan peluang dalam peningkatan penjualan bagi industri olahraga terlebih pada segmen pakaian olahraga. Berdasarkan fenomena ini peneliti melakukan penelitian mengenai adanya peluang yang dimiliki PT. Pancajaya Sejati untuk membuka cabang di Kota Batam.

Hasil dari penelitian ini menyatakan adanya peluang untuk perusahaan dapat memasuki pasar dan membuka cabang di Kota Batam. Dapat dilihat dari hasil

kuesioner yang dibuat dan disebarikan oleh peneliti pada responden yang ada di Batam. Peluang pertama yang terlihat, bahwa masyarakat Batam lebih mementingkan kualitas (anti bau, cepat kering, anti bakteri, ringan, tahan lama) saat membeli produk pakaian olahraga. Kualitas yang diharapkan oleh masyarakat ini ada pada produk yang DK Outdoor & Sports pasarkan. Peluang kedua mengenai harga yang diberikan perusahaan untuk produknya ini sesuai dengan biaya yang masyarakat Batam keluarkan untuk membeli produk pakaian olahraga.

Kesimpulan kedua adalah dengan adanya peluang tersebut, untuk meningkatkan potensi keberhasilan pada pembukaan cabang ini, perusahaan perlu memfokuskan pada strategi pemasaran terlebih dahulu. Dari hasil penelitian, masyarakat masih kurang mengenal dan juga mengetahui keberadaan dari produk DK Outdoor & Sports. Perusahaan dapat memulai dengan pengoptimalan pada *advertising product*. DK Outdoor perlu melakukan pengiklanan lebih dari sebelumnya baik di media online maupun secara langsung. Perusahaan dapat memberikan iklan melalui media sosial seperti instagram, facebook, tiktok dan lain lain. Perusahaan juga bisa menggunakan selebgram ataupun influencer yang sesuai kriteria perusahaan untuk lebih meningkatkan pengenalan produknya ke masyarakat. Untuk pengiklanan secara langsung, perusahaan dapat menjadi sponsor bagi komunitas komunitas dan juga atlet yang berprestasi, dan membuat komunitas dan juga atlet ini menggunakan produk DK Outdoor & Sports saat berolahraga dan saat mengikuti ajang kompetisi.

## 6.2 SARAN

Saran yang diberikan oleh peneliti dibagi menjadi 2 jenis saran yaitu

1. Saran untuk DK Outdoor & Sports

Strategi ekspansi yang disarankan ini dapat berjalan jika perusahaan terlebih dahulu memperkuat brand awareness dengan cara melakukan promosi, advertising secara online maupun offline. Perusahaan juga dapat melakukan advertising dengan cara *endorsement* kepada atlet ataupun *selebgram* (general maupun khusus Batam) yang sering melakukan olahraga secara.

Dengan mengandalkan World of Mouth juga menjadi pilihan strategi yang dapat diterapkan pada Kota Batam dilihat dari sumber informasi yang sangat dipercaya sebagian besar menjawab berasal dari rekomendasi teman. Perusahaan dapat melakukan strategi pemasaran terlebih dahulu untuk langkah awal dalam melakukan ekspansi ke Kota Batam

1. Saran untuk penelitian selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, peneliti memberikan saran untuk lebih lagi memperdalam factor faktor yang dapat memiliki hubungan mengenai strategi dari ekspansi pasar ini. Peneliti juga menyarankan untuk meningkatkan jumlah responden agar analisis menjadi lebih akurat karena lebih banyak responden yang di dapat pada suatu daerah artinya semakin mewakili sifat dari daerah tersebut

## DAFTAR PUSTAKA

- Arfian, A. (2020, October 11). *XTEN, Apparel Olahraga Baru Karya Anak Bangsa Resmi Diluncurkan di Tanggal Bersejarah*. From Kanal Kalimantan: <https://kanalkalimantan.com/xten-apparel-olahraga-baru-karya-anak-bangsa-resmi-diluncurkan-di-tanggal-bersejarah/>
- Baburaj, Y., & Narayanan, V. K. (2016). *Five Forces Framework*. Philadelphia: Yamuna Baburaj.
- Bruijl, G. H. (2018). The Relevance Of Porter's Five Forces In Today's Innovative And Changing Business Environment. *Paper, BizChange Strategy Consulting Ltd*, 1-21.
- Budianto, Y., & Indraswari, D. L. (2020, May 27). *Hidup Sehat Pasca Pandemi*. From Kompas.id: <https://interaktif.kompas.id/baca/hidup-sehat-pascapandemi/>
- Callaway, S. K. (2015). The impact of banks' entrepreneurial orientation on strategic control systems. *American Journal of Business*, 49-71.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management Concepts and Cases*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management Concepts and Cases*. New Jersey: Prentice Hall.
- Daya Tumbuh Usaha. (2018, May 25). *Pertimbangkan 4 Hal ini Sebelum Ekspansi Usaha*. From Daya Tumbuh Usaha: <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/keuangan/pertimbangkan-4-hal-ini-sebelum-ekspansi-usaha>
- Departement of Engineering. (2021, January 27). *Porter's Generic Competitive Strategies (ways of competing)*. From IfM Management Technology Policy: <https://www.ifm.eng.cam.ac.uk/research/dstools/porters-generic-competitive-strategies/>
- Dewi, R. K. (2020, November 29). *Catat, Ini Jenis Olahraga yang Direkomendasikan WHO Selama Pandemi Virus Corona*. From Kompas.com: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/11/29/080300365/catat-ini-jenis-olahraga-yang-direkomendasikan-who-selama-pandemi-virus?page=all>
- Divedigital.ID. (2020, January 8). *Strategi Marketing Mix 4P + Contoh Pengaplikasiannya*. From DveDigital: <https://divedigital.id/marketing-mix-4p/>

- DK Outdoor & Sports. (2020, December 26). *Shop*. From DK:  
<https://dkoutdoors.com/shop/>
- Dobbs, M. E. (2014). Guidelines for applying Porter's Five Forces Framework: a Set of Industry Analysis Templates. *Comitiveness Review*, 32-45.
- Emerald Works. (2020, December 30). *Porter's Five Forces Understanding Competitive Forces to Maximize Profitability*. From MindTools:  
[https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC\\_08.htm](https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_08.htm)
- Fachrul. (2020, December 9). *Kekayaan Pendiri Uniqlo Tadashi Yanai Melonjak Ratusan Triliun*. From Mancode.id: <https://mancode.id/berita/kekayaan-pendiri-uniqlo-tadashi-yanai-melonjak-ratusan-triliun/>
- Fikri, D. A. (2018, September 29). *Survei Ungkap Kesadaran Masyarakat Indonesia Terhadap Gaya Hidup Sehat Meningkatkan hingga 19%*. From Okelifestyle:  
<https://lifestyle.okezone.com/read/2018/09/29/481/1957497/survei-ungkap-kesadaran-masyarakat-indonesia-terhadap-gaya-hidup-sehat-meningkat-hingga-19>
- Gordon, J. (2020, December 16). *Stability, Expansion, and Retrenchment Strategies - Explained*. From The Business Professor:  
<https://thebusinessprofessor.com/lesson/stability-expansion-and-retrenchment-strategies/>
- Hanif, L., & Fafurida. (2018). Development Strategy of Small Industry of Typical Food as Supporting Tourism Sector. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan*, 62-77.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: V. Pustaka Ilmu.
- Haris, A. (2020, July 14). *Penjualan Pakaian Kategori Olahraga Meningkatkan Selama Pandemi Corona*. From Akurat.co: <https://akurat.co/news/id-1165700-read-penjualan-pakaian-kategori-olahraga-meningkat-selama-pandemi-corona>
- Hassanien, A. (2012). Product innovation in events venues: directions, process and evaluation. *Journal of Facilities Management*, 266 - 286.
- Holland, J. (2018, January 10). *Mungkinkah pakaian olahraga menjadi masa depan baju kantor?* From BBC News Indonesia:  
<https://www.bbc.com/indonesia/vert-cap-42601800>
- Hunt, S. D., & Arnett, D. B. (2004). Market Segmentation Strategy, Competitive Advantage, and Public Policy: Grounding Segmentation Strategy in Resource-Advantage Theory. *Australasian Marketing Jour*, 7-22.
- Kemenperin Indonesia. (2020, February 11). *Industri Tekstil Siap Keluar dari Tekanan Global*. From Kementerian Perindustrian Republik Indonesia:

- <https://kemenperin.go.id/artikel/21508/Industri-Tekstil-Siap-Keluar-dari-Tekanan-Global>
- Knitto. (2020, January 8). *Kain Yang Tepat Untuk Kaos Olahraga*. From Knitto Textile: <https://knitto.co.id/blog/kain-yang-tepat-untuk-kaos-olahraga/>
- Lahtinen, V., Dietrich, T., & Rundle-Thiele, S. (2020). Long live the marketing mix. Testing the effectiveness of the commercial marketing mix in a social marketing context. *Journal of Social Marketing*, 357-375.
- MEDIACENTER. (2019, March 21). *Pendapatan Daerah 2018 Terealisasi Rp 2,36 Triliun*. From Media Center Kota Batam: <https://mediacenter.batam.go.id/2019/03/21/pendapatan-daerah-2018-teralisasi-rp-236-triliun/>
- Mind Tools Content Team. (2021, January 27). *Porter's Generic Strategies Choosing Your Route to Success*. From MindTools : [https://www.mindtools.com/pages/article/newSTR\\_82.htm](https://www.mindtools.com/pages/article/newSTR_82.htm)
- Parahyangan, U. K. (2020). *Adaptasi Bisnis dalam menanggulangi Covid19 [Recorded by PT. Pancajaya Sejati]*. Bandung, Jawa Barat, Indonesia.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: A Division of Macmillan, Inc.
- Raco, J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulan*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Rajasekar, J. (2013). An analysis of The Telecommunication Industry in The Sultanate of Oman Using Michael Porter's Competitive Strategy Model. *International Business Journal*, 234-259.
- Ramawirawan, C. D. (2019, August 27). *5 Bahan Terbaik dan Ternyaman untuk Seragam Olahraga*. From Buka Review: <https://review.bukalapak.com/sports/material-terbaik-untuk-seragam-olahraga-109986>
- Ratnasari, E. D. (2017, April 7). *Athleisure, Transformasi Pakaian Olahraga Jadi Fleksibel*. From CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170407145654-277-205777/athleisure-transformasi-pakaian-olahraga-jadi-fleksibel>
- Sahayu, W. (2020, December 29). *TEORI METODOLOGI PENELITIAN*. From Staff uny.ac.id: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjgq9bz6pPuAhVhmuYKHXYcACQQFjAAegQIBBAC&url=http%3A%2F%2Fstaff.uny.ac.id%2Fsites%2Fdefault%2Ffiles>

- %2Fpendidikan%2Fdra-wening-sahayu-mpd%2Fmetodologi-penelitian.pdf&usg
- Samuel, T. M. (2016). Market Development Strategies and Performance of Multinational Pharmaceutical in Kenya. *Thesis, University of Nairobi*, 1-28.
- Sun, S. (2009). An Analysis on the Conditions and Methods of Market Segmentation. *International Journal of Business and Management*, 63-70.
- Suttle, R. (2019, February 12). *Growth Strategies in Business*. From Chron: <https://smallbusiness.chron.com/growth-strategies-business-4510.html>
- Syaaf, S. (2018, May 20). *Baju olahraga pengaruhi kualitas latihan Anda*. From Lokadata.id: <https://beritagar.id/artikel/gaya-hidup/baju-olahraga-pengaruhi-kualitas-latihan-anda>
- Tarigan, M. (2020, September 11). *5 Alat Olahraga yang Penjualannya Naik 4 Kali Lipat di Tokopedia saat Pandemi*. From Tempo.co: <https://gaya.tempo.co/read/1384975/5-alat-olahraga-yang-penjualannya-naik-4-kali-lipat-di-tokopedia-saat-pandemi>
- Tim Redaksi JPNN. (2020, September 4). *Selama Pandemi, Masyarakat Dunia Makin Senang Olahraga Pakai Aplikasi*. From JPNN.com: <https://www.jpnn.com/news/selama-pandemi-masyarakat-dunia-makin-senang-olahraga-pakai-aplikasi>
- Tobing, S. (2020, April 28). *Industri Tekstil RI saat Pandemi: Sudah Jatuh, Tertimpa Tangga*. From Katadata.co.id: <https://katadata.co.id/yurasyahrul/indepth/5ea7d4e5648ed/industri-tekstil-ri-saat-pandemi-sudah-jatuh-tertimpa-tangga>
- Utami, H. S. (2020, July 26). *Melihat Komunitas Sepeda di Batam, Jadi Tren Baru di Era New Normal*. From Tribun Batam: <https://batam.tribunnews.com/2020/07/26/melihat-komunitas-sepeda-di-batam-jadi-tren-baru-di-era-new-normal>
- Waterschoot, W. v., & Bulte, C. V. (1992). The 4P Classification of the Marketing Mix Revisited. *Journal of Marketing*, 83-93.
- Wu, Y.-L., & Li, E. Y. (2018). Marketing mix, customer value, and customer loyalty in social commerce. *Internet Research*, 74-102.
- Wuryasti, F. (2020, May 23). *Permintaan Setelan Olahraga Naik Selama Pandemi Korona*. From Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/weekend/315287/permintaan-setelan-olahraga-naik-selama-pandemi-korona>

Yin, R. K. (2011). *Qualitative Research from Start to Finish*. New York: THE GUILFORD PRESS.