

BAB IV

KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI, dan IMPLIKASI

4.1 Kesimpulan Akhir

Hasil dari analisis yang dijelaskan oleh peneliti, telah ditemukan beberapa kesimpulan, antara lain :

1. Berkaitan dengan temuan untuk menjawab identifikasi masalah poin pertama yaitu strategi yang perlu dipertahankan. Perusahaan perlu menerapkan strategi pemasaran dan strategi bersaing, sebab keduanya saling berkaitan. Dalam mempertahankan strategi yang telah diterapkan, peneliti menemukan kesimpulan berdasarkan teori bauran pemasaran dan teori strategi bersaing porters.

Melihat dari strategi bauran pemasaran terdiri dari 4 faktor yaitu produk, harga, tempat dan promosi. Dijelaskan oleh poin di bawah ini :

- Strategi yang perlu dipertahankan dari strategi produk adalah Eva Furniture terus konsisten menghasilkan produk dengan bahan baku berkualitas.
- Strategi yang perlu dipertahankan dari strategi tempat, saat ini perusahaan berfokus memanfaatkan toko ritel untuk menjadi saluran distribusi produk sudah cukup baik dan perlu dipertahankan. Perusahaan juga dapat memenuhi kebutuhan furniture di daerah perkampungan yang sulit mendapat informasi yang cukup memenuhi kebutuhan mereka akan barang mebel.

- Strategi yang perlu dipertahankan dari strategi harga perusahaan perlu terus menjaga kestabilan harga, mengingat musim pandemi dan tentunya orang lebih selektif. Strategi harga perlu dipertahankan oleh perusahaan.
- Strategi yang perlu dipertahankan dari strategi promosi, sistem yang digunakan perusahaan adalah secara offline, yaitu dari mulut ke mulut dan dari penjualan toko ritel.

Melihat dari strategi bersaing porter terdiri dari 3 faktor yaitu strategi korporat, strategi unit bisnis, strategi fungsional. Dijelaskan oleh poin di bawah ini :

- Strategi korporat

Strategi korporat terdiri dari 3 aspek yaitu strategi pertumbuhan, stabilitas dan pembaharuan. Peneliti menemukan strategi yang perlu dipertahankan ditinjau dari strategi pertumbuhan belum diterapkan, dari strategi stabilitas perlu dipertahankan kestabilan harga produk, dari strategi pembaharuan belum diterapkan.

- Strategi Unit Bisnis

Strategi unit bisnis terdiri dari 3 aspek yaitu strategi cost leadership, strategi diferensial dan strategi fokus. Peneliti menemukan strategi yang perlu dipertahankan dari strategi cost leadership adalah perusahaan menjaga kestabilan harga dengan memanfaatkan memiliki supliertangan pertama sehingga dapat menghasilkan produk dengan biaya produksi lebih kecil dan menerapkan harga standart. Dari strategi diferensial yang perlu dipertahankan adalah perbedaan dengan perusahaan lain adalah layanan yang diberikan, seperti garansi layanan dan reparasi. Dari segi fokus yang

perlu dipertahankan adalah Eva Furniture dapat fokus terhadap masyarakat yang belum terjangkau pemasaran furniture. Seperti di kampung - ampung, mereka belum dapat terjangkau dengan produk furniture.

- Strategi Fungsional

Strategi yang terdiri dari faktor eksternal dan internal yang berpengaruh.

Faktor internal antara lain uang, SDM, pemasaran dan produksi. Strategi yang perlu dipertahankan adalah sistem yang berkaitan dengan perkembangan belum diterapkan.

2. Menjawab identifikasi masalah poin kedua, yaitu pengaruh adanya toko online terhadap penjualan Eva Furniture adalah cukup berpengaruh. Disebabkan masa pandemi dan setiap orang mengalami pembatasan, seperti pembatasan operasional toko, dan masyarakat yang dihimbau untuk dirumah saja. Hal ini mendorong setiap orang berbelanja menggunakan sistem online.

Sejauh ini penjualan melalui aplikasi atau e-commerce lebih diminati karena memberikan kemudahan, terlebih promo yang ditawarkan lebih menarik. Maka sistem penjualan online dapat menarik minat pembeli karena memudahkan pemenuhan kebutuhan hanya dalam genggam. Toko online menggunakan aplikasi dalam memasarkan produk, dengan detail barang dan review konsumen yang telah membeli dan menggunakan produknya. Toko online biasanya memberikan promo gratis ongkir untuk area lokal.

Hal ini menjadi salah satu faktor yang bisa mempengaruhi hasil penjualan toko yang hanya mengandalkan sistem offline saja. Selain itu banyak faktor yang

kemungkinan menyebabkan pengaruh penjualan antara lain produk yang beragam, ketersediaan produk, dan sebagainya.

3. Menjawab pertanyaan identifikasi masalah poin ketiga, yaitu strategi yang perlu diterapkan perusahaan ke depan berdasarkan teori bauran pemasaran dan teori strategi bersaing porters.

Melihat dari strategi bauran pemasaran terdiri dari 4 faktor yaitu produk, harga, tempat dan promosi. Dijelaskan oleh poin di bawah ini :

- Strategi yang perlu diterapkan dari strategi produk adalah Eva Furniture perlu menambah keberagaman produk yang dihasilkan, produk dengan tambahan fungsi yaitu fungsi keindahan.
- Strategi yang perlu dipertahankan dari strategi tempat, perusahaan perlu memperluas jangkauan pasar. Artinya perusahaan perlu mulai bekerja sama dengan instansi baik pemerintah maupun swasta.
- Strategi yang perlu dipertahankan dari strategi harga, menerapkan harga bervariasi bergantung pada bahan baku yang dipakai.
- Strategi yang perlu dipertahankan dari strategi promosi, promosi merupakan hal yang sangat penting. Yang perlu dilakukan adalah mulai menggunakan medias sosial menjadi salah satu media iklan.

Melihat dari strategi bersaing porter terdiri dari 3 faktor yaitu strategi korporat, strategi unit bisnis, strategi fungsional. Dijelaskan oleh poin di bawah ini :

- Strategi korporat
Strategi korporat terdiri dari 3 aspek yaitu strategi pertumbuhan, stabilitas dan pembaharuan. Peneliti menemukan strategi yang perlu diterapkan

ditinjau dari strategi pertumbuhan produk untuk lebih beragam jenisnya sehingga konsumen tidak mudah bosan, dari strategi stabilitas perlu diterapkan kestabilan harga produk dan kualitas produk, dari strategi pembaharuan belum diterapkan dimulai dari dalam perusahaan. Faktor internal melingkupi faktor keuangan, SDM, Pemasaran dan Produksi. Salah satunya dimulai dari SDM yang dimiliki, perlu memberikan pelatihan untuk mengembangkan keahlian karyawan.

- Strategi Unit Bisnis

Strategi unit bisnis terdiri dari 3 aspek yaitu strategi cost leadership, strategi diferensial dan strategi fokus. Peneliti menemukan strategi yang perlu diterapkan yaitu dari strategi cost leadership adalah perusahaan menjaga kestabilan harga dengan memanfaatkan memiliki suplier tangen pertama sehingga dapat menghasilkan produk dengan biaya produksi lebih kecil dan menerapkan harga standart. Dari strategi diferensial yang perlu dipertahankan adalah perbedaan dengan perusahaan lain adalah layanan yang diberikan, seperti garansi layanan dan reparasi. Dari segi fokus yang perlu dipertahankan adalah Eva Furniture dapat fokus terhadap masyarakat yang belum terjangkau pemasaran furniture. Seperti di kampung - ampung, mereka belum dapat terjangkau dengan produk furniture.

- Strategi Fungsional

Strategi yang terdiri dari faktor eksternal dan internal yang berpengaruh.

Faktor internal antara lain uang, SDM, pemasaran dan produksi. Strategi yang perlu dipertahankan adalah sistem yang berkaitan dengan perkembangan belum diterapkan.

Dilihat berdasarkan produk, perlunya perusahaan menambah ragam jenis produk. Dari sisi tempat perusahaan memperluas jangkauan pemasaran, dengan menyediakan produk di tempat – tempat yang sulit dijangkau. Selain itu perusahaan perlu menawarkan kepada instansi – instansi baik swasta atau pemerintah yang ada di Kota Karawang. Dari sisi harga perusahaan perlu memberikan ragam harga, menyesuaikan target pasarnya. Dari sisi promosi perusahaan perlu beralih dari sistem offline ke offline dan online. Dan perusahaan dapat memberikan potongan harga sebagai bentuk promosi perusahaan untuk menarik minat pelanggan.

4.2 Rekomendasi

Melihat dari sisi pemanfaatan perkembangan teknologi, sesuai perusahaan belum menggunakannya secara maksimal. Sedangkan hal tersebut, media cukup berpengaruh dalam keberhasilan sebuah promosi. Iklan yang menarik akan menciptakan keinginan konsumen untuk membeli barang. Peneliti telah memperhatikan beberapa hal, yang perlu dikembangkan oleh perusahaan untuk kedepannya adalah:

1. Dari segi produk perusahaan bisa menambah jenis produk yang dijual, misalnya menambah bed set. Bed set itu sangat beragam, jadi sebaiknya mulailah dulu dengan sistem Open PO. Lakukan beberapa survey untuk kebutuhan konsumen saat ini, produk apa yang diminati. Demikian perusahaan harus memahami

kondisi pasar, dan menyesuaikan kebutuhan pasar. Dan mulai memvariasikan bahan baku agar bisa menjangkau semua kalangan masyarakat. Selain itu, saat ini desain menjadi bahan pertimbangan dalam membeli produk, jadi penting untuk diperhatikan dua hal ini. Harga yang sesuai dan desain yang modern, peneliti memberikan saran agar sering diadakannya promo produk. Misalnya promo potongan harga, atau promo set mebel, atau yang lain. Munculkan promo yang menarik, yang dapat menjadi pertimbangan.

2. Dari segi promosi perusahaan perlu memanfaatkan teknologi dengan mengaktifkan fungsi media sosial dalam membantu promosi. Menempatkan satu karyawan menjadi pengelola media sosial dinilai cukup tepat, karyawan dengan kriteria berpengalaman dalam hal desain. Mengacu pada offline store furniture yang lain, aktif terus mengirim info promosi dan produknya melalui berbagai sosial media. Sosial media yang digunakan antara lain, facebook, instagram, twitter atau whatsapp. Hal tersebut akan berpengaruh pada penjualan barang.
3. Melihat dari strategi tempat peneliti merekomendasikan untuk perusahaan dapat membuat proposal penawaran dengan target instansi pemerintah atau swasta yang ada di Kota Karawang. Hal ini akan memperluas jangkauan pemasaran Eva Furniture. Selain itu perusahaan juga dapat berfokus terhadap daerah yang sulit terjangkau, seperti di perkampungan yang belum tersedia toko furniture. Menjadi salah satu yang dapat meningkatkan penjualan produk. Meningkatkan layanan kanvas ke toko – toko, membangun relasi menawarkan paket buka usaha mebel juga dapat menjadi sebuah strategi pengembangan, dan menawarkan proposal ke beberapa perusahaan dengan menjelaskan kualitas produk yang

dimiliki. Memperluas target pasar, membawa hasil produksi dapat dinikmati banyak orang.

4.3 Implikasi

Dari hasil penelitian sesuai berfokus pada cara bertahan dengan sistem offline, dan menilik sistem online dan pengaruhnya. Peneliti menemukan implikasi atau dampak dari sistem baru yang mungkin akan diterapkan oleh Eva Furniture. Implikasi bagi perusahaan pada saat perusahaan dapat menetapkan pembaharuan sistem yang ada :

1. Saat perusahaan telah memberikan inovasi – inovasi akan produk yang dihasilkan, sesuai adanya keberagaman produk dan kestabilan harga maka akan membawa konsumen terpenuhi keinginannya dan merasa puas hingga adanya repeat order.
2. Dengan menambahkan target pasar agar semakin luas, maka perusahaan akan semakin dicari oleh para pembeli, Eva Furniture perlu terus membangun dan memperbaiki sistem dari dalam dan luar. Bukan hanya dari luar, sistem yang masih manual dapat juga diubah dan dialihkan ke sistem computer. Demi menjaga keamanan dan keakuratan data, selain itu memudahkan perusahaan dan karyawan berkaitan dengan riwayat kegiatan produksi.
3. Melalui media sosial instagram penjualan dapat terus meningkat, dan produk perusahaan akan terus dikenal oleh banyak kalangan dengan tidak terbatas. Mendorong terciptanya permintaan pada era digital marketing saat ini. Dengan menciptakan branding dan menghasilkan produk yang dikemas dengan cantik

bahkan minimalis akan memenuhi bukan hanya
kebutuhan konsumen namun keinginan dan
permintaan akan produk akan terus bertambah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- David, F. R., & Forest, R. (2017). *Strategic Management Concepts and Cases A Competitive Advantage Approach. Sixteenth Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (2012). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta : Andi.
- Kartono, K. (2010). *Pengantar Metodologi Research Sosial*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 7*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management e Book, Global Edition*. Pearson Education.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *An Expanded Sourcebook: Qualitative Data Analysis*. London: Sage Publications.
- Porter, M. E. (1980). *Strategi Bersaing Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, F. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Sugiyono. (2012). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis 1st edisi*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services Marketing - Integrating*

Customer Focus Across the Firm. New York:
McGraw Hill.