

## BAB 4

### KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI

#### 4.1. Kesimpulan

Berdasarkan data dan informasi yang diperoleh oleh peneliti selama melakukan proses penelitian pada Nails.byCecil, maka terdapat beberapa kesimpulan yang dapat ditarik, rekomendasi, serta implikasinya mengenai strategi bersaing apa yang sesuai untuk dilakukan oleh Nails.byCecil yang sesuai pada pembahasan pada bab 3, yaitu:

- i. Strategi yang sesuai untuk Nails.byCecil gunakan adalah strategi pengembangan pasar. Hal ini terbukti dari hasil pada matriks IE yang di mana perusahaan atau bisnis tersebut sedang berada di masa pertumbuhan untuk tetap mengembangkan produk/jasa yang dijual pada pasar secara luas agar lebih optimal.
- ii. Faktor lingkungan internal dan eksternal di sini memiliki pengaruh pada keberlangsungan bisnis kuku Nails.byCecil. Lingkungan internal terdapat kekuatan dan kelemahan.

**Kekuatan** dari lingkungan internal Nails.byCecil adalah sebagai berikut:

- Harga yang terjangkau.
- Kualitas produk/jasa terjamin.
- *Service* yang memuaskan dengan memberikan poin *plus* atau kelebihan yang dimiliki.
- Memperhatikan dan memprioritaskan kebersihan, dan

- Penggunaan kuku palsu yang marak saat ini.

Sedangkan **kelemahan** dari lingkungan internal Nails.byCecil adalah sebagai berikut:

- Kurangnya strategi dalam memasarkan produk/jasa secara luas.
- Sumber daya modal yang terbatas, dan
- Sumber daya manusia yang terbatas.

Bicara mengenai lingkungan eksternal dari Nails.byCecil, faktor yang paling berpengaruh adalah ancaman pendatang baru, khususnya di Kota Bandung ini sudah semakin menjamur orang-orang membuka bisnis *nail art gel* dengan berbagai inovasi dan konsep yang berbeda-beda dan persaingan yang tinggi, dikarenakan terdapat banyak pesaing dengan usaha yang sejenis.

- iii. Strategi bersaing yang tepat untuk diterapkan oleh Nails.byCecil untuk mencapai keunggulan bersaingnya adalah strategi fokus diferensiasi. Hal ini dapat dibuktikan dari beberapa konsumen Nails.byCecil sekaligus dari segi kekuatannya bahwa Nails.byCecil dapat memberikan suatu hal yang berbeda daripada pesaing lainnya, yaitu dengan memberikan dan menyediakan air minum kepada konsumennya.

## **4.2. Rekomendasi**

Berdasarkan beberapa kesimpulan yang sudah dijabarkan di atas, maka di bawah ini merupakan saran-saran yang dapat dilakukan untuk penelitian yang lebih baik adalah sebagai berikut:

- **Untuk objek penelitian**

Diharapkan Nails.byCecil dapat segera mempersiapkan rekrutmen untuk calon karyawan yang akan membantu pemilik bisnis untuk mengelola dan *handle* bisnis kuku ini, agar dapat berjalan secara optimal. Lalu dapat lebih berkembang ke hal-hal yang baru dalam hal produk/jasanya seiring dengan perkembangan waktu dan perkembangan bisnisnya.

- **Untuk penelitian selanjutnya**

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang sama dengan menggunakan variabel yang sama juga, hanya saja dibutuhkan pemahaman dan penjelasan yang lebih mendalam lagi dari judul penelitian ini.

- **Untuk pihak-pihak yang berkepentingan**

Diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu dan memberikan pencerahan bahwa suatu bisnis itu diperlukan ide promosi yang kuat, diperlukan strategi pemasaran yang sudah dipikirkan secara matang sebelumnya agar bisnis yang berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan, dimulai dari tercapainya target pasar, produk/jasa yang ditawarkan terjamin dan memuaskan, dan lain sebagainya.

### 4.3. Implikasi

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan yang sudah dilakukan oleh peneliti pada pembahasan hasil di bab 3, di sini peneliti akan memberikan beberapa implikasi, yaitu:

- 1) Strategi pemasaran merupakan strategi yang digunakan untuk memasarkan produk/jasa kepada konsumen atau masyarakat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran mempunyai peran penting bagi Nails.byCecil. Hal ini mempunyai implikasi agar kedepannya Nails.byCecil dapat lebih memperhatikan secara matang strategi pemasaran yang akan digunakan, karena jika tidak diperhatikan dan dipikirkan secara matang, maka pemasaran akan produk/jasa dari Nails.byCecil tidak akan sampai ke konsumen atau masyarakat secara luas.
- 2) Strategi pengembangan produk Nails.byCecil pada kuku palsu nya membuat pemilik ingin tetap mengembangkan dan mempertahankannya dengan mengikuti *nail art class* untuk *upgrade skill* pada *design-design* terbaru dan mengikuti tren saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV. Jejak.
- Bilung, S. (2016). ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA CV. SEMOGA JAYA. *e-Journal Administrasi Bisnis*, 121.
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (1982). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. Boston: Allyn and Bacon Inc.
- D. F. (2009). *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management : Concept and Cases*. New Jersey: Pearson Education.
- David, F. R. (2013). *Strategic Management: Concepts*. Boston: Pearson Education.
- Eeuwijk, P. v., & Angehrn, Z. (2017). *How to .... Conduct a Focus Group Discussion (FGD)*. Basel: Swiss Tropical and Public Health Institute.
- Handayani, M. T. (2021, April 12). Retrieved from Ekzut Media: <https://ems.ekzut.com/media/segmenting-targeting-positioning-adalah>
- Helms, M. M., & Nixon, J. (2010). Exploring SWOT Analysis-where are we now? *Journal of Strategy and Management*, Vol. 3 No. 3, 215-216.
- Hermawan, D. (2020). *Inovasi Klaster Industri Berbasis Kapabilitas Lokal di Era Industri 4.0*. (M. A. Hermawan, Ed.) Sleman, DIY: THE JOURNAL PUBLISHING.
- Izzani, K. M., & Hermawan, D. (2021). The Value of Innovation in Tobacco Processing Products: An Evidence from Bandung E-Cigarette Industry. *International Journal of Creative Business and Management*, Volume 1 Number 1.
- Julita, J., & Sari, E. N. (2015). Strategi Generik Porter Bagi UMKM dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) (Studi Kasus Pada UMKM di Kabupaten Deli Serdang). *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS:A Jurnal Program Studi Akuntansi*.

- Kementerian Perindustrian RI. (2020, Januari 27). Retrieved from kemenperin.go.id: <https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>
- Khoirunnisa, A. (2020). ANALISIS PENERAPAN STRATEGI GENERIK PORTER DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi Kasus Bisnis Kuliner Sehat "Naturicha Healthy Food and Drink"). *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL, Volume 1*(Issue 1), 280-282.
- McMillan, J. H., & Schumacher, S. (2003). *Research in Education*. New Jersey: Pearson.
- Movanita, A. N. (2019, 08 28). Retrieved from Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2019/08/28/180900526/bagaimana-tren-yang-patut-dilirik-industri-kecantikan-di-era-beauty-4.0-?page=all>
- Nurmagribah, M. (2006). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA (Studi Kasus pada Diana Bakery Kota Bekasi Jawa Barat).
- Nurullaili. (2013). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN TUPPERWARE (Studi Pada Konsumen Tupperware di Universitas Diponegoro). *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS, VOLUME 2, NOMOR 1*, 91.
- Ongkowijaya, M. (2019). ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA PT. MAKMUR BERSAMA PROPERTI. *AGORA, Vol. 7, No. 2*.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2008). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pitoy, C. V., Tumbel, A., & Tielung, M. (2016). ANALISIS STRATEGI BERSAING DALAM PERSAINGAN USAHA BISNIS DOCUMENT SOLUTION (STUDI KASUS PADA PT. ASTRAGRAPHIA TBK MANADO). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, VOLUME 16 No. 03*, 302-312.
- Rangkuti, F. (1998). *ANALISIS SWOT TEKNIK MEMBEDAH KASUS BISNIS*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riswandi, A., & Thahir, H. (2016). ANALISIS STRATEGI BERSAING RUMAH MAKAN (STUDI PADA RUMAH MAKAN DARISA CAFE CAMPUS). *JURNAL ILMU MANAJEMEN UNIVERSITAS TADULAKO, Vol. 04, No. 1*, 293.
- Rusli, K. M. (2016). ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA PT. BASIRIH INDUSTRIAL BANJARMASIN. *AGORA, Vol. 04, No. 1*, 304.

- Ruslim, F. A., & Indriyani, R. (2015). Strategi Pengembangan Bisnis PT. ABC. *AGORA, Vol. 3, No. 2*, 439-446.
- Rustamblin, D. (2013). Pengaruh Strategi Generik terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada Bank Umum). *JURNAL APLIKASI MANAJEMEN, VOLUME 11, NOMOR 1*, 116.
- Setiawan, A. (2013). Pengaruh Disiplin Kerja dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan pada Rumah Sakit Umum Daerah Kanjuruhan Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 1.
- Setyorini, H., & Santoso, I. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri, Volume 5, Nomor 1*, 48.
- Sinarta, A. I. (2017). Analisis Strategi Bersaing pada Perusahaan Rafting yang Ada di Bali. *AGORA, Vol. 5, No. 3*.
- Sugarda, Y. B. (2020). *PANDUAN PRAKTIS PELAKSANAAN FOCUS GROUP DISCUSSION - Sebagai Metode Riset Kualitatif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiarto, F. F. (2016). ANALISA STRATEGI BERSAING PT. SURYA CIPTA MANDIRI. *AGORA, Vol. 04, No. 2*, 250.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, A., & Sasongko, A. H. (2016). STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA BISNIS PARIWISATA. *Jurnal Ekonomi, Volume 7 Nomor 2*, 128.
- Umar, H. (2001). *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wadud, M. (2018). Analisis Strategi Generik Porter Kajian Perusahaan IKEA. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 29, No. 1*, 60.

Widagdha, P. A. (2018). STRATEGI PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN OBAT GENERIK MELALUI ANALISIS SWOT (Studi Kasus Pada PT. Bernofarm Pharmaceutical Semarang). *Journal of Management* .

Yunus, E. (2016). *MANAJEMEN STRATEGIS*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).