

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Hasil analisis peneliti terhadap Barcelona Sport *Online* dengan menggunakan teori dan metode penelitian, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi yang Digunakan Barcelona Sport *Online* Sekarang

Strategi yang sedang digunakan Barcelona Sport *Online* adalah *best value focus*. *Best value focus* adalah strategi yang memberikan kualitas dan harga yang terbaik dengan berfokus pada sekelompok kecil. Barcelona Sport mendapatkan barang yang orisinal dari *supplier* resmi dan harga yang lebih murah juga. Dengan begitu Barcelona Sport *Online* dapat menjual barangnya dengan harga yang kompetitif. Target pasar Barcelona Sport *Online* juga sudah jelas yaitu masyarakat yang menengah ke bawah. Strategi yang digunakan sama dengan Barcelona Sport Bandung.

2. Faktor Internal dan Faktor Eksternal Barcelona Sport *Online*

a. Faktor Internal Barcelona Sport *Online*

i. Kekuatan Barcelona Sport *Online*

- Memiliki produk yang orisinal dan harga pokok yang lebih murah.
- Memiliki *holding company* yang sudah terkenal dan terpercaya.

- Produk yang dijual selalu *up to date* (memiliki barang-barang yang baru keluar di pasar) dan produk yang lengkap.
- ii. Kelemahan Barcelona Sport *Online*
- Kurangnya sumber daya manusia untuk mengelola Barcelona Sport *Online*.
 - Kurangnya pengalaman dalam berjualan *online*.
- b. Faktor Eksternal Barcelona Sport *Online*
- i. Faktor Eksternal Mikro Barcelona Sport *Online*
- Tingginya persaingan antara kompetitor di industri yang sejenis.
 - Tingginya juga ancaman pendatang baru dalam industri yang sejenis.
 - Tingginya daya tawar pemasok karena pemasok resmi dan orisinal.
- ii. Faktor Eksternal Makro Barcelona Sport *Online*
- Faktor sosial, Covid-19 membuat masyarakat ingin terus menjaga kondisi tubuhnya selalu sehat dengan berolahraga.
 - Faktor ekonomi, perkembangan ekonomi di Indonesia menurun karena Covid-19.

3. Rekomendasi Strategi untuk Barcelona Sport *Online*

Strategi yang direkomendasikan adalah strategi *best value*. Strategi *best value* adalah strategi yang memberikan produk atau jasa dengan nilai terbaik dan harga terbaik yang ada di pasar secara luas atau seluruh industri. Strategi *best value* mirip dengan *best value focus* yang sudah digunakan Barcelona Sport *Online* tetapi dengan sasaran pasar yang lebih luas. Sasaran pasar yang lebih luas untuk menggapai pasar yang belum pernah Barcelona Sport *Online*.

6.2 Saran

Berdasarkan analisis yang dilakukan penulis, beberapa saran untuk membantu Barcelona Sport *Online* melakukan *best value strategy* untuk kedepannya adalah sebagai berikut:

1. Membuat toko *e-commerce* menjadi *power merchant*. *Power merchant* maksudnya adalah dimana toko menjadi toko resmi atau toko terpercaya di *e-commerce*. Walaupun ada biaya 1% setiap transaksi penjualan, tetapi ada banyak keuntungan yang didapatkan. Salah satu keuntungannya adalah konsumen mendapatkan gratis ongkir untuk pembelian di Barcelona Sport *Online*. Hal tersebut dapat menarik perhatian karena konsumen juga memikirkan biaya ongkos kirim. Dengan membuat Barcelona Sport *Online* menjadi *power merchant* akan mendapatkan *trust* atau kepercayaan yang lebih karena toko sudah di verifikasi dari *e-commerce*, yang membuat konsumen percaya dengan Barcelona Sport *Online* dan tidak ragu untuk

membeli. *Power merchant* juga memberikan fitur promosi yang dapat menarik perhatian konsumen dan fitur – fitur lainnya.

2. Melakukan training bisnis *online* untuk pekerja Barcelona Sport *Online*. *Training* yang dibutuhkan seperti *list building*, *copywriting*, dan *how to post ads*. Dengan adanya *training list building* dapat membantu administrator untuk lebih dapat mendata profil konsumen yang sudah pernah berbelanja di Barcelona Sport *Online* atau konsumen yang dapat menjadi target pasar Barcelona Sport *Online* selanjutnya. *Training copywriting* dapat membantu administrator untuk dapat menarik konsumen lewat tulisan, karena *platform online* lebih banyak melihat tulisan dan juga *chat*. *Training how to post ads* untuk supaya administrator lebih mengetahui cara memasang iklan di sosial media untuk menggapai konsumen lebih banyak atau meningkatkan *awareness* di masyarakat. Dengan melakukan *training* tersebut dapat meningkatkan kemampuan administrator pada bisnis *online*.
3. Mencari tenaga kerja yang cocok dan sesuai dengan keperluan Barcelona Sport *Online*. Mencari tenaga kerja dapat menggunakan Jobstreet dan LinkedIn sebagai salah satu wadahnya. Standar kemampuan kerja yang dibutuhkan ada dua adalah mengerti cara berbisnis *online* dan dapat mengerti di bidang IT. Ada standar umum yaitu jujur, dapat berkerjasama dalam tim, mengerti dengan teknologi baru dan dapat bergerak cepat. Bidang IT dibutuhkan untuk membuat program data barang secara *online* dan terintegrasi. Program tersebut akan membantu Barcelona Sport *Online* dalam pengecekan data barang untuk administrator dan gudang. Untuk yang

mengerti cara berbisnis *online* untuk menjadi administrator Barcelona Sport *Online*.

4. Memasang spanduk kecil atau poster di Barcelona Sport Bandung yang berisikan akun Instagram, Shopee, dan Tokopedia Barcelona Sport *Online*. Meminta untuk pekerja Barcelona Sport Bandung juga untuk memberitahu konsumen bahwa adanya keberadaan Barcelona Sport *Online*. Isi poster juga dapat disertakan promosi yang sedang berlangsung, jika ada. Dengan adanya pemberitahuan tersebut dapat meningkatkan *awareness* konsumen terutama yang datang ke Barcelona Sport Bandung yang ada di Jl. Ahmad Yani No. 69 tentang keberadaan Barcelona Sport *Online*. Dengan harapan juga konsumen tersebut menjadi *followers* akun sosial media atau *e-commerce* Barcelona Sport *Online*.
5. Mengadakan kompetisi di sosial media seperti Instagram. Contoh kompetisi kesan pesan atau *best photo* berbelanja di Barcelona Sport dan di unggah di Instagramnya. Unggahan tersebut harus ada *hashtag* dan *tag* Barcelona Sport *Online*. Dengan adanya *hashtag* dan *tag* juga membantu konsumen untuk melihat unggahan lainnya atau informasi yang berkaitan dengan Barcelona Sport *Online*. Misalkan pemenang akan mendapatkan alat olahraga atau kupon diskon dari Barcelona Sport. Tujuan untuk meningkatkan *awareness* masyarakat atau konsumen lainnya lewat unggahan konsumen yang mengikuti kompetisi tersebut tentang keberadaan Barcelona Sport *Online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, G., & Pramono, A. (2019). Perencanaan Strategi PT.X dengan Pendekatan Manajemen Strategi. *Jurnal of Industrial and System Optimization*, 37-42.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Florence: Pearson College Div.
- Digitalisasi UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*. (2020). Retrieved from Katadata Insight Center: <https://katadata.co.id/umkm>; Internet ; accesed 20 March 2021
- Fitriadi, B., Soekarto, & Sunarti. (2013). Strategi Bersaing: Suatu Kajian Perumusan Stategi Pemasaran Guna Meraih Keunggulan Kompetitif.
- Febianto, R. (2021, February 16). *Jumlah Sampah Melonjak Selama Pandemi COVID-19, Ini Beberapa Penyebabnya*. Retrieved from Liputan 6: <https://www.liputan6.com/health/read/4483554/jumlah-sampah-melonjak-selama-pandemi-Covid-19-ini-beberapa-penyebabnya>
- Lukito, R. K., & Hustamu, R. H. (2013). Analisis Strategi Bersaing pada Distributor Gula di Indonesia. *AGORA*, Vol. 1, No. 1.
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *jurnal Ekbis*, 468-476.
- World Health Organization (2021, may 6). *Coronavirus disease (COVID-19) advice for the public*. Retrieved from World Health Organization: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public>; Internet; accesed 19 March 2021

- Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis*. (2012). Bandung: PSIAB UNPAR.
- Porter, M. E. (2008). The Five Kompetitif Forces That Shape Strategy. *Forces That Shape Competition*, 3-10.
- Purwanto, A. (2021, januari 27). *Ekonomi Indonesia pada Masa Pandemi Covid-19: Potret dan Strategi Pemulihan 2020-2021*. Retrieved from Kompas Pedia: <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/ekonomi-indonesia-pada-masa-pandemi-Covid-19-potret-dan-strategi-pemulihan-2020-2021>
- Puspitasari, F. D., & Indriyani, R. (2014). Analisis Strategi Bersaing pada PT. Asia Inovasi Dimensi Cipta. *AGORA*, Vol 2, No 1.
- Rachmadi, A. A. (2021). Daftar 23 Jalan yang Ditutup di Bandung Semasa PPKM Mikro, Lengkap dengan jadwalnya. Ritrieved from Pikiran Rakyat: <https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/pr-011407014/daftar-23-jalan-yang-ditutup-di-bandung-semasa-ppkm-mikro-lengkap-dengan-jadwalnya?page=2>
- Rukmana, A. Y., & Sukanta, T. A. (2020). Analisis Strategi Bersaing dan Strategi Bertahan pada Industri Mikro dan Kecil Panganan Keripik Kemasan di Kecamatan Coblong Kota Bandung Jawa Barat Tahun 2020 Ditengah Situasi Sulit Penyebaran Pandemi COVID-19. *Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi*, Volume 12 No. 1.
- Salbiah, N. A. (2020, Desember 28). *Perubahan Gaya Hidup Selama 2020 Karena Pandemi Covid-19*. Retrieved from Jawapos:

<https://www.jawapos.com/lifestyle/28/12/2020/perubahan-gaya-hidup-selama-2020-karena-pandemi-Covid-19/>

Suci, R. P. (2015). *Esensi Manajemen Strategi*. Malang: Zifatama Publisher.

Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

The Map of E-commerce in Indonesia. (2021, February 9). Retrieved from I Price Insights: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/> ; Internet; accessed 24 March 2021