

BAB IV

KESIMPULAN, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI

Pada bab ini peneliti akan menjabarkan mengenai kesimpulan yang diperoleh atas penelitian yang dilakukan yaitu “Rancangan Strategi Bersaing Bisnis *Fashion Online* Clarini.co”. Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh kemudian peneliti akan memberikan beberapa rekomendasi yang sebaiknya diimplementasikan oleh perusahaan Clarini.co untuk keberhasilan bersaing di industri dalam jangka panjang. Lalu terakhir, peneliti akan menguraikan mengenai implikasi yang mungkin terjadi atas rekomendasi yang diberikan.

4.1 Kesimpulan

Berikut ini merupakan kesimpulan yang diperoleh peneliti berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan untuk menjawab pertanyaan yang dipaparkan pada identifikasi masalah dalam penelitian ini:

1. Rancangan strategi untuk perusahaan Clarini.co yang sebaiknya diimplementasikan untuk kesuksesan bisnis di masa yang akan datang adalah strategi *Best Cost Provider*. Hal tersebut didasarkan dari hasil analisis SWOT yang disimpulkan melalui matriks SWOT untuk mengatasi kelemahan perusahaan serta mengantisipasi ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan dengan cara memaksimalkan kekuatan yang dimiliki perusahaan serta memanfaatkan peluang yang ada. Dan juga melihat karakteristik perusahaan yaitu dimana menjual produk dengan menawarkan harga yang cukup rendah (*low cost*) jika dibandingkan dengan produk

serupa dari *brand* yang sudah terkenal. Serta menawarkan kualitas dan model yang cukup unik (diferensiasi) jika dibandingkan dengan *online shop* fashion yang memiliki range harga serupa.

Keberhasilan penggunaan strategi *Best Cost Provider* pada Clarini tergantung pada keberadaan target pasar yang mencari produk fashion berkualitas tinggi dengan model yang unik serta harga yang masih terjangkau. Keberhasilan juga dapat terjadi berdasarkan kemampuan perusahaan untuk bertahan di antara kompetitor yang berada di industri yang sama.

4.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan di atas maka peneliti akan memberikan sejumlah rekomendasi kepada Clarini.co sebagai objek penelitian dengan tujuan agar perusahaan dapat terus bertahan dalam jangka panjang di antara persaingan kompetitor yang semakin tinggi dalam industri. Rekomendasi yang diberikan oleh peneliti antara lain sebagai berikut:

1. Meningkatkan dan memaksimalkan penggunaan teknologi dalam proses produksi. Dengan melakukan *upgrade* mesin produksi maka dapat membuat waktu untuk proses produksi menjadi lebih singkat dan kapasitas jumlah produk yang dihasilkan pun dapat lebih banyak jika dibandingkan dengan proses produksi menggunakan mesin manual. Dengan demikian maka perusahaan dapat memproduksi lebih banyak pilihan model, warna, dan

ukuran. Semakin banyak model, warna, dan ukuran yang ditawarkan maka akan semakin besar juga peluang target pasar untuk membeli.

2. Menambah jumlah sumber daya manusia agar tidak terjadi *double job desc* pada karyawan. Saat ini perusahaan belum memiliki terlalu banyak karyawan, hal tersebut menyebabkan beberapa karyawan memiliki *double job desc* (seperti admin merangkap dengan bagian *final packing*). Hal tersebut menyebabkan karyawan menjadi kurang fokus dalam melakukan pekerjaannya dan dikhawatirkan akan menyebabkan produktivitas karyawan menurun, karyawan menjadi kurang teliti, dll.
3. Meningkatkan *awareness brand* Clarini dengan cara melakukan strategi pemasaran yang bisa menjangkau target pasar lebih luas serta lebih aktif mengikuti *event-event* yang berkaitan dengan *fashion*. Perusahaan harus memperkuat posisi *brand awareness* di tengah masyarakat khususnya di kalangan yang menjadi target pasar kita. Semakin banyak orang yang mengetahui *brand* Clarini maka akan semakin besar peluang masyarakat untuk membeli produknya yang berakibat pada peningkatan penjualan.
4. Mempercepat proses *research and development* produk ditunjang dengan tim yang kompeten di bidangnya dan teknologi produksi yang canggih. Proses *research and development* memang perlu dilakukan secara matang agar produk yang dihasilkan dapat terjual laris di pasaran. Namun jangka

waktu pun perlu diperhatikan dalam proses pengembangan, agar produk yang dihasilkan masih sesuai dengan *trend* dan *style* yang sedang digemari oleh target pasar.

4.3 Implikasi

Berdasarkan kesimpulan dan rekomendasi yang diberikan oleh peneliti di atas dalam rancangan strategi *Best Cost Provider*, jika diimplementasikan oleh perusahaan dalam jangka panjang maka akan menimbulkan implikasi yang mungkin terjadi yaitu sebagai berikut:

1. Proses produksi menjadi lebih cepat dan dapat menghasilkan kuantitas yang lebih banyak. Biaya yang dikeluarkan pun akan semakin meningkat, namun perusahaan bisa memperoleh harga bahan baku yang lebih rendah karena kuantitas pembelian yang meningkat.
2. Karyawan menjadi lebih fokus terhadap pekerjaannya masing-masing yang berdampak pada meningkatnya produktivitas karyawan.
3. *Brand* mendapatkan *image* di mata konsumen dan dapat mengakibatkan volume penjualan meningkat.
4. Pilihan produk semakin beragam dan waktu *launching* produk pun masih sesuai dengan *trend fashion* yang sedang berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, H. U. (2011). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- bps. (2021, Maret 4). *About us: Badan pusat statistik Kota Bandung*. Retrieved from Badan pusat statistik Kota Bandung Web site: <https://bandungkota.bps.go.id/>
- Data industri. (2021). *About us: data industri*. Retrieved from Data industri Web site: <https://www.dataindustri.com/>
- David, F. R. (2011). *Strategic Management*. New Jersey: Pearson Education inc.
- Dr. Orpha Jane, S. M. (2022). *Strategic Management +*. Bandung: Refika Aditama.
- ExportHub.id. (2020). *About Us: ExportHub.id*. Retrieved from ExportHub.id Web site: <https://www.exporthub.id/digitalisasi-adalah-proses-yang-penting-di-zaman-ini-mengapa/>
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F. & Istiqomah, R. R. . (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, Jr. (2011). *Strategic Management : Manajemen Strategis - Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kita Lulus. (2022, Februari 3). Angka UMR Bandung 2022 Naik 3%. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia.
- Kompas. (2022, Maret 24). Pahami Pajak UMKM dan Cara Menghitungnya. Indonesia. Retrieved from Kompas Web site: <https://www.kompas.com>

- Laoli, N. (2022, Februari 7). *About us: kontan.co.id*. Retrieved from Kontan.co.id
Web site: <https://nasional.kontan.co.id/>
- McKinsey & Company. (2022). *The State of Fashio 2022*. Amerika: McKinsey.
- Nurcaya, I. A. (2021, Januari 12). *Bisnis.com*. Retrieved from Bisnis.com:
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210112/257/1341820/pandemi-berlanjut-ini-upaya-menperin-pulihkan-sektor-industri>
- Permatasari, D. E., Hamid, D., & Wilopo. (2015). Penentuan Strategi Bisnis Manajemen Hotel dalam Menghadapi Persaingan (Studi Kasus di Quds Royal Hotel Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Porter, Michael E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques For Analyzing Industries And Competitors With A New Introduction*. New York: Free Press.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, U & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. Chichester, West Sussex. United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thompson, A. A., Peteraf, M. A., Gamble, J. E., & Strickland. (2016). *Crafting and Executing Strategy : The Quest for Competitive Advantage, concepts and readings, 20 edition*. New York: Mc Graw Hill Education.
- Thompson, P. G. (2016). *Crafting and Executing Strategy*. USA: McGraw-Hill Education.

Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management And Business Policy: Toward Global Sustainability, 13th ed.* New Jersey: Pearson Education Inc.