

BAB 4

PENUTUPAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang rancangan strategi Je Carshoot dengan menggunakan teknik analisis lingkungan internal dan eksternal, dapat disimpulkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan berdasarkan identifikasi masalah adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis internal dan eksternal, Je Carshoot telah menerapkan strategi *best cost provider* untuk bersaing dalam pasar fotografi otomotif yang sudah banyak dikenal. Je Carshoot dapat memberikan kualitas terbaik yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan harga yang lebih kompetitif dan dapat menarik perhatian dan membangun loyalitas konsumen. Pendekatan kreatif dan inovatif juga menjadi salah satu strategi dalam menjaga relevansi dan daya tarik di mata konsumen.
2. Berdasarkan hasil analisis penelitian, Je Carshoot perlu mengadopsi strategi *focused differentiation* dengan menargetkan pecinta otomotif di Jakarta dan Bandung untuk meningkatkan daya saing. Selain itu, Je Carshoot juga perlu meningkatkan *awareness* melalui media sosial dan berpartisipasi dalam komunitas otomotif dengan tujuan menarik konsumen baru. Je Carshoot juga dapat meningkatkan *awareness* dengan melakukan promosi yang menarik dan aktifitas offline pada *event* otomotif sehingga dapat meningkatkan visibilitas, membangun kepercayaan konsumen dan mengoptimalkan pertumbuhan bisnis.

4.2 Rekomendasi

1. Bagi peneliti

Bagi peneliti dengan menemukan temuan data ini, membantu dalam melakukan identifikasi pasar yang tepat serta dapat lebih menerapkan strategi efektif untuk mencapai pasar yang dituju. Dengan terjadinya ini, membuat peneliti dapat memberikan strategi terbaik dalam penerapan strategi di Je Carshoot.

2. Bagi perusahaan

Je Carshoot dapat memanfaatkan media sosial Instagram untuk meningkatkan *awareness* dalam masyarakat. Je Carshoot juga bisa melakukan pengembangan ide yang lebih kreatif dan inovatif untuk meningkatkan penjualan di Jakarta dan Bandung. Je Carshoot juga dapat memanfaatkan partisipasi dengan komunitas offline untuk menjangkau konsumen baru.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian yang diambil sekarang dapat berubah dengan keadaan di masa sekarang, sehingga untuk peneliti selanjutnya dapat memberikan dan menambahkan faktor dan variabel yang belum teruji. Langkah yang harus diambil harus menggunakan data dengan sumber yang relevan agar dapat merepresentasikan lebih akurat.

4.3 Implikasi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Je Carshoot selaku objek dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan

untuk pertimbangan mengenai pemilihan strategi untuk meningkatkan penjualan. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat dikemukakan implikasi manajerial dari penelitian ini adalah :

1. Pengembangan target konsumen baru khususnya pada konsumen super car, Je Carshoot perlu melakukan pendekatan dengan cara mengikuti *event* ataupun bergabung dalam komunitas super car. Dengan mengikuti komunitas tersebut, Je Carshoot dapat menambah wawasan yang dapat membantu dalam pengembangan strategi pemasaran yang lebih tepat dan efektif untuk konsumen super car.
2. Melakukan kolaborasi dengan artis yang memiliki kegemaran dalam bidang otomotif lewat *platform* media sosial dan mempromosikannya sehingga dapat menjangkau pengikut mereka. Selain itu, kolaborasi tersebut dapat meningkatkan *awareness* dan *engagement* yang lebih tinggi serta menguatkan citra merek dari Je Carshoot.
3. Je Carshoot dapat menggunakan konten edukasi sebagai strategi dalam menarik konsumen baru yang berpotensi. Dengan begitu, Je Carshoot bisa membuat konten yang tidak hanya mengedukasi tetapi juga menarik dan relevan bagi konsumen sehingga dapat berdampak positif dalam jangka yang panjang bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Yopi Hidayatul. 2018. "Penerapan Strategi Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Dealer Mobil Toyota, Daihatsu dan Honda Bandung." *Jurnal Ilmu - Ilmu Informatika dan Manajemen STMIK* 12 (2).
- Andriyanto, Irsad. 2017. "ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN BISNIS (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus)." *Research Gate*. Desember. https://www.researchgate.net/figure/gambar-2-Matrik-SWOT-metode-Penelitian-5_fig1_332571834.
- Anthony, and Govindarajan. 2007. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Jakarta : Salemba Empat.
- Azhari, Adityas Annas. 2022. "Fotografer Jalanan di Kota Tua Bandung Ini Bisa Raup Penghasilan Sampai Rp 2 Juta per Hari Artikel ini telah tayang di Tribuntribunjabarwiki.com dengan judul Fotografer Jalanan di Kota Tua Bandung Ini Bisa Raup Penghasilan Sampai Rp 2 Juta per Hari." *Tribun Jabar*, Agustus 3.
<https://tribunjabarwiki.tribunnews.com/2022/08/03/fotografer-jalanan-di-kota-tua-bandung-ini-bisa-raup-penghasilan-sampai-rp-2-juta-per-hari>.
- David. 2011. *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*. 12. Jakarta : Salemba Empat.
- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategis : Konsep*. Edisi Sepuluh. Jakarta : Salemba Empat.
- Felisia. 2017. "STRATEGI BERSAING PERUSAHAAN DAN KINERJA PERUSAHAAN." *Jurnal Akuntansi Maranatha* 10.
- Hermana, Dody. 2006. *engaruh diferensiasi produk terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen Rokok Djarum Super di Kabupaten Garut*. Vol. 5. Manajerial Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi.
- Hutabarat. 2006. *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Lailia, Vania Ragita, and Jojok Dwiridotjahjono. 2023. "Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan

- Penjualan Pada Arunazma." *Journal of Management and Social Sciences* 1 (2).
- Nickles, William G. 2010. *Business Research Methods*. 8. South - Western Cengage Learning.
- Porter, Michael. 2014. *Evaluation Strategy Michael Porter's Five Forces Model of The Competitive Environment on The Dairy Industry*. American Journal of Engineering Research.
- . 1980. *Strategi Bersaing : Teknik menganalisis industri dan pesaing*. Jakarta : Erlangga.
- Rangkuti. 2011. *SWOT balanced score card*. Jakarta : Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Reken, Feky, Basri Modding, and Ratna Dewi. 2020. "Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Ciputra Tallasa Jo Makassar." *Tata Kelola* 7 (2).
- Robinson, Pearce. 1996. *Manajemen Strategik*. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Robinson, Richard. 2014. *Manajemen Strategi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sekarann. 2016. *Research Methods for Business : A Skill Building Approach Seventh Edition*. United States of America : Wiley.
- Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Sope, AKbar Saleh. 2023. "Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan." *Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi* 1 (2).
- Sudiantini, Dian, and Hadita. 2022. "MANAJEMEN STRATEGI."
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : PT Alfabet.
- Walter, R. 2002. *Intermediate microeconomics and indeks*. 8. Jakarta : Erlangga.
- Wibowo, Seto Sulaksono Adi, Yosi Handayani, and Ade Rika Lestari. 2017. "STRATEGI BERSAING PERUSAHAAN DAN KINERJA PERUSAHAAN." *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia* 2 (2).
- William, Glueck. 1989. *Manajemen dan Strategi Kebijakan Perusahaan*. Jakarta : Erlangga.

Wright. 1996. *Strategic Management : Concept and Cases*. United States :
McGraw-Hill.

Yin, R K. 2009. "Case Study Research Design and Methods." *Sage Publication* 4.