

BAB VI

KESIMPULAN & SARAN

6.1 Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian pada Poshbrain Di Kota Bandung maka peneliti dapat menyimpulkan dan hasilnya sebagai berikut:

1. Poshbrain menggunakan Strategi diferensiasi dengan membuat *event dance music electronic* dan siaran radio. Dalam menjalankan usaha nya. Poshbrain dapat mempertahankan serta memperluas pasarnya di tengah persaingan yang ketat melalui strategi diferensiasi ini. Diferensiasi yang Poshbrain lakukan yaitu memberikan perbedaan pada pesaing nya dengan produk lain yaitu menciptakan konsep brand fashion yang berbeda dari yang lain nya, dengan mengambil konsep yang mengkolaborasikan dance music electronic ke dalam sebuah desain produk pakaian dan aksesoris. Dan juga melakukan beberapa inovasi baru yaitu membuat event dance music electronic serta melakukan siaran radio untuk menarik konsumen.
2. Dari hasil analisis faktor eksternal poshbrain, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan produk poshbrain seperti faktor ekonomi yang dimana Kota Bandung tiap tahun memiliki pendapatan Per Kapita yang meningkat yang dapat diartikan mempengaruhi peningkatan penjualan produk poshbrain untuk di beli oleh masyarakat kota bandung yang konsumtif terhadap pembelian *brand fashion*, *faktor sosial yang berarti perubahan sika sosial masyarakat sangat memberi pengaruh pada*

keputusan pembelian dan pola konsumen yang menjadi sebagian dari usaha untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan consume, dan faktor teknologi poshbrain yang saat ini lakukan yaitu melakukan digital marketing seperti membuat instagram, facebook, dan website. Yang dimana saat ini masyarakat banyak menggunakan teknologi. Dan analisis Faktor internal yang poshbrain yaitu seperti cara melakukan pemasaran poshbrain yang menggunakan digital marketing, dan melakukan pengembangan yang berbedanya dari brand fashion lainnya dengan mengkolaborasikan sebuah desain pakaian dan aksesoris dengan dance music electronic.

3. Berdasarkan analisis perencanaan matrix SWOT, matrix Internal-Eksternal. Hasil dari perencanaan strategi yang didapat menunjukkan bahwa prospek pertumbuhan Poshbrain masih dapat melakukan pengembangan pasar. Terlihat dari posisi Poshbrain berada di kuadran V matrix Internal-Eksternal. Posisi ini menunjukkan bahwa Poshbrain masih dapat mengembangkan usahanya dalam melakukan pengembangan pasar dari pada melakukan penetrasi pasar hasil tersebut didapat dari analisis matrix QSPM yang menunjukkan bahwa skor pengembangan pasar lebih tinggi dari pada skor penetrasi pasar.

6.2 Saran

Setelah menjabarkan kesimpulan-kesimpulan tersebut, peneliti akan mengemukakan beberapa saran untuk perusahaan sebagai masukan sekaligus bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk dapat terus bersaing. Beberapa tindakan yang mungkin dapat dilakukan oleh Poshbrain yaitu :

1. Memanfaatkan teknologi untuk melakukan digital marketing dengan menciptakan pola strategi pemasaran yang menarik untuk konsumen. Menggunakan platform-platform baru di dunia digital marketing sebagai wadah menyebarkan informasi bukan hanya kepada konsumen namun pada pesaing sehingga dapat melakukan pengembangan pasar dan dapat mengurangi biaya marketing.
2. Memperluas pengembangan pasar, dengan membuat event dan siaran radio dan event tidak hanya di Kota Bandung saja.
3. Poshbrain harus memperhatikan suatu deadline pekerjaannya, agar pekerjaan tidak melebihi batas waktu yang ditentukan dan pekerjaannya tidak ada yang terhambat.
4. Pegawai harus membuka rekening baru agar pendapatan dari perusahaan tidak tercampur dengan kebutuhan pribadi.
5. Mengimplementasikan dari pengembangan pasar yaitu, poshbrain disarankan melakukan pengembangan pasar yang luas contoh, seperti poshbrain membuka *offline store* diluar Kota Bandung, sehingga mendapatkan segmentasi pasar yang baru dan meningkatkan daya beli untuk poshbrain sendiri.

5. Salah satu kelemahan poshbrain yaitu biaya marketing yang besar, dimana poshbrain disarankan agar menemukan suatu inovasi marketing yang tidak mengeluarkan biaya yang sangat besar, contoh poshbrain harus bisa memanfaatkan digital marketing yang pada era sekarang sangat mudah dan tidak harus mengeluarkan biaya marketing yang terlalu banyak seperti membuat suatu informasi tentang dance music electronic yang dijadikan suatu flyer desain yang sangat menarik dan di upload ke dalam media sosial yang poshbrain miliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2016). *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantage* (2nd ed.). (R. F. Assauri, M. E. Nasution, & D. Nurshaman , Eds.) Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- David , F R. *Manajemen Strategis* (2012). Jilid 1. Jakarta. Salemba Empat.
- Fred, D. (2006). *Manajemen Strategis* (10 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran* (11 ed.). Jakarta: Gramedia.
- Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* (Edisi Kuntjojo, 2009. *Metode Penelitian*. Kediri : Universitas Nusantara PGRI Kediri Pertama ed.).Jakarta: Prenadamedia Group.
- Porter, M. E. *Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. (G. Hutahuruk, Ed., & A. Maulana, Trans.) Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Porter, M. E. (1992). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. I. Ponggoh, Ed., & A. M. A. Dharma, Trans.) Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Pearce John A & Robinson Richard B, *Manajemen Strategis* (2014), Jilid 1. Salemba Empat
- Porter, Michael, E. *Keunggulan Bersaing (Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul)*. Alih Bahasa Binarupa Aksara, Binarupa Aksara. Jakarta. 1994
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Link :

- [https://www.komnasham.go.id/files/1475231620-uu-no-11-tahun-2005-tentang-pengesahan-\\$PXTXO.pdf](https://www.komnasham.go.id/files/1475231620-uu-no-11-tahun-2005-tentang-pengesahan-$PXTXO.pdf)
- <https://www.ayobandung.com/read/2018/09/23/38405/pemkot-bandung-pacu-pengembangan-industri-fashion>
- <https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/2018/12/01/bandung-hasilkan-150-ton-sampah-plastik-hari-penggunaannya-belum-resmi>
- <https://id.techinasia.com/bagaimana-mobile-mengubah-industri-teknologi>