BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang dirumuskan dan pembahasan pada halaman sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa strategi penetapan target pasar di Laksmi Kebaya Muslimah dan Islamic Wedding Service adalah dengan melihat faktor-faktor dalam memilih target pasar. Faktor pertama adalah pertumbuhan dan besarnya segmen, dengan meninggalkan pasar yang tidak menarik, Laksmi dapat fokus melayani pasar yang sekarang sehingga lebih mengerti apa yang diinginkan pelanggan dan dapat meninggkatkan kualitas produknya.

Faktor kedua adalah daya tarik struktural segmen. Dengan memperhatikan para pesaing dan daya tawar-menawar pembeli. Laskmi dalam menghadapi pesaingnya yang membanting harga, tidak akan ikut dengan menurunkan harga yang akan berdampak dengan ruginya perusahaan. Pengevaluasian akan membantu manajemen untuk mengahadapi pesaingnya pada setiap pasar sasaran. Dan untuk menghadapi klient yang ingin menawar harga. Laksmi akan melakukan perbandingan dengan vendor atau wedding lain. Laksmi tidak ingin gegabah dengan menurunkan harga sehingga berdampak turunnya kualitas produknya. Laksmi sendiri mengedukasi klientnya untuk sadar akan kualitas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dan faktor ketiga adalah menyesuaikan dengan kemampuan perusahaan. Dengan menyesuaikan orderan dengan kemampuan perusahaan yaitu berdasarkan kemampuan menjangkau target dan kekuatan SDM yang dimiliki. Seperti yang diketahui, Laksmi mempunyai dua produk yang ditawarkan yaitu kebaya muslimah dan Islamic wedding service. Laksmi mampu melayani pemesanan kebaya dari berbagai kota seluruh Indonesia. Karena kebaya muslimah, dapat dijangkau lewat jasa pengiriman barang. Sedangkan, untuk layanan Islamic Wedding Service hanya bisa melayani di area Jawa Timur. Karena memang Laksmi belum bisa menjangkau pasar yang ada diluar Jawa Timur dalam arti, tidak bisa mengeksekusi orderan dikarenakan biaya atau cost yang dikeluarkan cukup besar. Kekuakatan SDM yang dimiliki setiap devisi ada leader-leader yang memimpin. Untuk meningkatkan peforma SDM-nya, leader-leader tersebut selalu ada jadwal untuk dia mengikuti pelatihan-pelatihan khusus. Dengan meningkatnya kemampuan seseorang, akan berdampak pada meningkatnya produktivitas pegawai.

Laksmi memilih target orang muslim yang ingin menikah. Target pasar tersebut termasuk golongan pasar yang memiliki pola spesialisasi pasar (*market specialization*). Yaitu perusahaan berspesialisasi pada upaya melayani berbagai kebutuhan dari suatu kelompok pelanggan tertentu. Dengan produk utama adalah kebaya muslimah. Laksmi dalam memenuhi permintaan client tentang kebutuhan pernikahan, Laksmi bekerjasama dengan beberapa vendor. Konsen dengan target pasar tersebut, Laksmi menyediakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berbagai macam produk seperti, dekorasi, make up, fotografi, nasyid, dan lain-lain.

B. Saran & Rekomendasi

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, dapatlah kiranya penulis memberikan saran dan rekomendasi berikut ini: Dengan adanya beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, kepada peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengadakan penelitian sejenis lebih lanjut dengan mengambil objek penelitian yang sejenis, membahas tentang adanya positioning, dan menggunakan referensi yang lebih banyak lagi. sehingga dapat ditemukan hasil yang lebih optimal dan bisa digeneralisasikan pada organisasi lain tertentu.

C. Kerbatasan Penelitian

Peneliti telah mengusahakan menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik-baiknya. Tetapi, peneliti juga menyadari bahwa penelitian ini jauh dari sempurna. Dalam setiap proses pengambilan data tidak selalu lancar, karena ada data yang menjadi rahasia perusahaan yang tidak bisa untuk digambarkan secara jelas, sehingga kurang sempurnanya dalam menggambarkan data-data yang telah diperoleh.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id