

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan di Casual Culture.co Surabaya, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi branding produk dengan menggunakan atribut produk yang meliputi segi kualitas, fitur produk, desain, kemasan, label, pelayanan, jaminan, harga serta komponen identitas merek yaitu nama merek, logo dan simbol, tagline atau slogan, karakter atau maskot, jingle, URL atau domain web pada Casual Culture.co Surabaya yaitu sebagai berikut:
 - a) Memiliki tempat produksi sendiri dari beberapa produk sehingga dapat konsisten melakukan inovasi dan pengembangan produk baru, baik dari aspek desain maupun keragaman produk serta senantiasa membatasi jumlah produksi untuk menghindari menjadi produk “pasaran” sehingga setiap produk Casual Culture bersifat eksklusif
 - b) Penggunaan kualitas produk, harga produk, desain, serta jaminan sebagai sarana untuk mengembangkan brand image di konsumen dengan menggunakan perangkat pendukung seperti sosial media, pelayanan, dan desain lingkungan toko.

- c) Konsep desain, gaya desain dan pengembangan produk, setia mengacu pada aspirasi pribadi Casual Culture; sehingga menghasilkan produk-produk yang unik berkarakter dan memiliki originalitas yang tinggi.
2. Dengan melalui analisis IFAS (*Internal Strategy Factor Analisis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Strategy Factor Analisis Summary*) dapat diketahui bahwa Casual Culture memiliki skor dari faktor internal yaitu, kekuatan sebesar 1,83 dan kelemahan memiliki skor 1,12, sedangkan dari faktor eksternal memiliki skor peluang 1,34 dan skor ancaman 1,64.
 3. Hasil dari diagram analisis SWOT menunjukkan bahwa Casual Culture berada pada kuadran 2 (dua). Dimana kuadran ini menunjukkan situasi Meskipun menghadapi ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus ditetapkan adalah menggunakan kekuatan yang memanfaatkan peluang jangka panjang menggunakan strategi diversifikasi (Produk atau Pasar).

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan oleh peneliti untuk dapat diterapkan oleh perusahaan, strategi yang dapat diterapkan bagi Casual Culture ke depannya yaitu:

1. Lebih meningkatkan kegunaan dari perkembangan teknologi dengan adanya media sosial, market place dan internet, agar juga dapat memudahkan konsumen untuk berbelanja online

2. Menambah karyawan dengan cara melakukan perekrutan guna mengatur aspek yang dibutuhkan dibidangnya dan untuk menjadikan internal organisasi dari Casual Culture lebih profesional.
3. Melakukan beberapa upaya dengan meningkatkan kualitas produk yang lebih bagus dan menambah design yang menarik untuk dapat menambah minat beli konsumen
4. Menambah aspek promosi seperti mengikuti event Clothing yang sering diselenggarakan di dalam kota maupun di luar kota surabaya untuk meningkatkan promosi branding
5. Mempertahankan harga yang terjangkau agar konsumen dapat mengatur harga pasar agar tidak terjadi persaingan harga pada pesaing sejenis.
6. Memperluas jaringan promosi dan distribusi penjualan khususnya di luar kota surabaya guna memperluas pangsa pasar agar menjadi produk yang populer.
7. Menambah cakupan pasar yang lebih luas dengan meningkatkan kualitas agar brand image Casual Culture semakin baik di pasar.