

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Setelah penulis melakukan analisa terhadap Honore Boutique penulis mendapatkan kesimpulan dari Honore boutique Kesimpulan pertama dari Karya Ilmiah ini adalah mengetahui gambaran umum perusahaan. Secara garis besar perusahaan bergerak di bidang *authentic bag distributor*, menjadi distributor resmi untuk merek terkenal seperti Louis Vuitton, Chanel, Coach, Balenciaga, Hermes, dan GVCHY. Harga yang ditawarkan memiliki kekuatan tersendiri, karena menggunakan metode *Handcarry*, yaitu karyawan perusahaan ditugaskan untuk belanja barang – barang di Europe terutama negara Jerman, dan hanya membayar pajak di Indonesia, karena di Jerman sudah melakukan *Tax Refund*. Promosi lebih menggunakan media social berupa Instagram, karena melihat tren di Indonesia saat ini sedang ramai menggunakan media sosial Instagram. Hal ini tentunya menjadi keuntungan tersendiri karena dapat meminimalisir waktu dan cenderung lebih efisien, karena target *market* lebih luas dan segmentasi lebih jelas. Lalu distribusi produk yang dilakukan oleh Honore Boutique adalah dengan B2B dan B2C. Penjualan utama Honore Boutique yaitu langsung ke konsumen atau melalui Instagram, dengan sistem *Pre Order* atau *Ready Stock*. Apabila barang stok tidak terjual, perusahaan mengirim stok ke *Online Shop* lain, seperti Banananina dan Tokopedia yang mempunyai pangsa pasar nasional lebih luas.

Kesimpulan selanjutnya adalah mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang dari Honore Boutique yang bisa memajukan perusahaan dengan adanya strategi ST, SO, WT, dan WO. Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa strategi pemasaran untuk Honore adalah :

- Lebih memaksimalkan pelayanan untuk konsumen.
- Meningkatkan *Brand Awarness* agar konsumen lebih mengingat Honore Boutique ketimbang *Online Shop* lain.
- Meningkatkan kepercayaan konsumen agar loyal terhadap produk Honore Boutique.

## **B. Saran**

Dari penulisan ini, adapun saran untuk perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan promosi melalui program *membership*
- b. Menambah varian produk demi memperluas segmen pasar. Segmen pasar dari honore boutique yang terlalu berfokus kepada *fashion* wanita sebaiknya juga difokuskan pada penjualan barang *fashion* pria.
- c. Mebuat situs resmi dari Honore Boutique. Diharapkan dengan adanya situs resmi dari honore boutique dapat meningkatkan kredibilitas dari honore boutique
- d. Lebih *update* terhadap metode promosi produk yang dipasarkan.
  - *Advertising* : Memperbarui materi iklan.
  - *Sales Promotion* : Meningkatkan pemanfaatan *Bazaar*.

- *Personal selling* : meningkatkan intensitas komunikasi terhadap calon konsumen
- e. Menyediakan *offline store* yang sesuai dengan *brand image* sehingga konsumen dapat langsung melakukan *survey* terhadap barang.