

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Strategi pemasaran yang dilakukan toko Golden Goal:

a. Produk

Nike mengeluarkan berbagai produk antara lain sepatu futsal, basket, running, sepatu bola, dan casual. Dan masing-masing sepatu mempunyai tipe-tipe tersendiri seperti sepatu futsal memiliki tipe antara lain Nike Mercurial, Nike Elastico II, Nike Tiempo Natural. Sepatu basket memiliki tipe antara lain Airmax Posterize, Air Quick Handle, YHE Overplay. Sepatu casual memiliki tipe antara lain Vrona Slip, Zoom Steven Sneakers. Sepatu running memiliki tipe antara lain Airmax Court Balistec, Multicourt 10. Sumber data diperoleh melalui observasi di lokasi

b. Harga

Harga Nike bervariasi sesuai dengan tipenya, seperti harga sepatu futsal Nike tipe Mercurial seharga 599ribu, Elastico 699ribu, Tiempo Natural seharga 469ribu. Sepatu basket tipe Airmax Porterize seharga 889ribu, Air Quick Handle 699ribu, YHE Overplay seharga 599ribu. Sepatu casual tipe Vrona Slip seharga 729ribu, Zoom Steven Sneakers 879ribu. Sepatu running tipe Airmax Corbalistec seharga 1,2juta, Multicourt 10 seharga

559ribu. Sumber data diperoleh dari wawancara dengan karyawan Golden Goal, dan observasi dari web Golden Goal.

c. Promosi

Promosi yang dilakukan toko Golden Goal dengan berbagai cara antara lain melalui web, brosur, papan reklame.

d. Tempat

Toko Golden Goal yang terletak di pinggir jalan raya dengan bangunan yang cukup megah, ber AC dan lapangan parkir yang cukup luas akan mampu menarik konsumen untuk berkunjung ke toko. Apalagi di tunjang oleh berbagai macam angkutan umum yang lewat di jalan raya depan toko sehingga dapat memudahkan konsumen untuk berkunjung ke toko.

e. Orang

Pegawai yang ramah menyenangkan bagi konsumen yang berbelanja di toko. Baik dalam memberikan informasi produk baru, melayani pertanyaan konsumen maupun melayani pembelian produk.

2. Analisis SWOT Nike

Strategi SO

- kecenderungan konsumen menggunakan produk bermerk untuk menjaga penampilan dan rasa percaya diri.
- pola hidup konsumen yang mengutamakan kenyamanan dalam memakai produk.

- konsumen terutama remaja cenderung meniru/mengikuti gaya hidup orang-orang terkenal dan mengikuti *trend* saat ini.

Strategi WO

- menciptakan produk yang harganya dapat dijangkau oleh semua kalangan.
- adanya badan pengendali harga agar harga produk tidak selalu mengikuti *kurs dollar*.
- menggunakan media yang dimiliki semua golongan seperti televisi untuk mempromosikan produk.

Strategi ST

Nike membuat ciri khusus untuk produknya agar konsumen dapat membedakan produk yang asli dengan produk yang palsu.

Strategi WT

Perusahaan mencari bahan baku alternative yang lebih murah tetapi dengan kualitas yang sama sehingga perusahaan dapat bersaing dengan *merk-merk* lain yang harganya lebih murah.

B. Saran

1. Perusahaan Nike sebaiknya mencari bahan baku alternative yang lebih murah tetapi dengan kualitas yang sama sehingga perusahaan dapat bersaing dengan *merk-merk* lain.
2. Sebaiknya Nike mempunyai badan pengendali harga agar harga Nike yang ada di Indonesia tidak selalu mengikuti *kurs dollar*.