

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai implementasi strategi generik Porter dalam meningkatkan keunggulan bersaing di Sneakerzone Kota Kediri, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi Strategi Generik Porter di Sneakerzone Kota Kediri

Penerapan strategi generik Porter di Sneakerzone Kota Kediri mengarah pada strategi fokus diferensiasi. Pada tahun 2022–2024 perusahaan menerapkan strategi biaya rendah melalui harga di bawah retail, promo, dan diskon untuk menarik pelanggan dan membangun pasar. Seiring berkembangnya usaha, pada tahun 2024 – sekarang Sneakerzone bertransformasi menuju diferensiasi berbasis nilai melalui tiga pilar utama yaitu keunggulan produk, pelayanan yang informatif, dan kedekatan dengan komunitas olahraga.

Diferensiasi produk diwujudkan melalui penyediaan 650 - 800 produk original dari tujuh brand terlaris yang dikelola dengan sistem TLC dan penataan planogram silo. Diferensiasi pelayanan diwujudkan melalui SOP ACROSS, *moving stock* dua menit, *knowledge session* rutin, layanan retur, Shopinstan, dan KOPLAG. Diferensiasi *branding* diwujudkan melalui *sponsorship*, *event* olahraga, dan konten media sosial autentik. Strategi fokus diterapkan dengan menargetkan pecinta olahraga khususnya anak muda dan komunitas lari, futsal, sepak bola, serta badminton. Dengan strategi fokus diferensiasi tersebut, Sneakerzone mampu membangun nilai

pembeda yang kuat, meningkatkan *loyalitas* pelanggan, serta menghindari kondisi *stuck in the middle* dalam persaingan usaha ritel olahraga di Kota Kediri.

Ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam, implementasi strategi tersebut belum secara khusus dirancang sebagai strategi bisnis berbasis syariah. Namun, praktik bisnis Sneakerzone telah mencerminkan beberapa nilai etika bisnis Islam, seperti kejujuran (*amanah*), keadilan dalam bertransaksi, pelayanan yang baik, serta penyediaan produk yang original dan berkualitas.

2. Kontribusi Strategi Generik Porter dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Sneakerzone Kota Kediri

Penerapan strategi fokus diferensiasi di Sneakerzone Kota Kediri memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan keunggulan bersaing melalui empat indikator utama. Keunikan produk dan layanan terwujud melalui jaminan orisinalitas bersertifikat, penataan planogram silo sistem 4D, SOP ACROSS dengan *moving stock* dua menit, *knowledge session* rutin, pelayanan online responsif via WhatsApp, serta kejujuran transaksi yang dibuktikan pengalaman Mahda. Variasi produk dan layanan terwujud melalui kelengkapan 650–800 produk yang dikelola sistem TLC, layanan offline dan online, Shopinstan dengan gratis ongkir, serta KOPLAG khusus komunitas olahraga plat AG.

Reputasi perusahaan dibangun secara konsisten melalui komitmen keaslian produk, keterlibatan aktif dalam *event* olahraga seperti MABOL, Sneakerzone Cup, dan Jatim Football Cup, kolaborasi dengan Persik Kediri, serta integritas transaksi yang mendorong rekomendasi organik dari mulut ke mulut. Hal ini bahkan diakui pesaing, di mana Rank Sport merekomendasikan pelanggannya langsung ke Sneakerzone. Pengalaman pelanggan yang positif terbentuk dari kenyamanan toko yang lebih luas, standar pelayanan yang tidak memaksa namun informatif, serta keterlibatan komunitas yang menciptakan kedekatan emosional sebelum pelanggan melakukan pembelian pertama. Dengan demikian, strategi fokus diferensiasi tidak hanya berperan sebagai strategi bersaing, tetapi juga membantu Sneakerzone membangun keunggulan bersaing yang berkelanjutan melalui sistem, reputasi, dan hubungan komunitas yang sulit ditiru oleh pesaing di Kota Kediri.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan dalam upaya meningkatkan keunggulan bersaing Sneakerzone Kota Kediri, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Sneakerzone Kota Kediri diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan strategi fokus diferensiasi yang telah diterapkan, terutama dalam aspek pelayanan edukatif, kualitas produk original, serta pendekatan komunitas olahraga. Sneakerzone disarankan membuat pelayanan kartu member untuk menarik minat pelanggan serta mengembangkan strategi

digital berbasis komunitas melalui konten olahraga yang relevan, kolaborasi dengan atlet lokal atau influencer komunitas olahraga, serta pengelolaan komunitas online yang aktif agar dapat meningkatkan *loyalitas* dan keterlibatan pelanggan secara digital.

2. Bagi akademik, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan wawasan keilmuan khususnya dalam bidang manajemen strategi mengenai penerapan strategi generik Porter dalam meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian dan acuan bagi mahasiswa maupun peneliti selanjutnya.
3. Bagi peneliti berikutnya yang ingin mengkaji topik serupa, disarankan untuk memperluas objek penelitian dengan studi komparatif pada beberapa toko retail. Pendekatan kuantitatif atau mixed methods juga dapat dipertimbangkan untuk mengukur dampak strategi generik Porter secara lebih terukur.