

Bab 6

Kesimpulan

6.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi Seven Mask berdasarkan hasil *review* penjualan dalam bentuk kuesioner yang diisi menggunakan google form. Tujuan yang ingin dicapai adalah pengembangan yang dapat dilakukan perusahaan dalam mengatasi masalah-masalah yang ditemukan tersebut. Pengembangan yang direncanakan untuk mengatasi masalah dengan berfokus pada fungsi operasional. Fokus permasalahan pada kualitas, *packaging*, harga, *brand*, dan desain produk Seven Mask yang telah diproduksi dan dipasarkan.

Berikut hasil pemecahan masalah yang perlu dilakukan Seven Mask.

1. Fakta “kualitas produk yang tidak konsisten”. Pertama, membuat proses produksi menggunakan metode *Just In Time* dengan takaran yang telah ditetapkan. Kedua, memastikan *supplier* bahan baku yang diperlukan, sehingga tidak terjadi perubahan kualitas karena bahan baku yang berbeda. Untuk mencegah bahan baku tidak dapat disiapkan oleh supplier, Seven Mask memiliki cadangan supplier sesuai standart tanpa perjanjian. Untuk bahan baku yang mudah didapatkan, dapat langsung membeli di supermarket terdekat dengan standar modal yang telah ditetapkan. Ketiga, memperhatikan model

pemesanan bahan baku dengan cara yang berbeda sesuai kebutuhan. Segala pencatatan persediaan menggunakan metode MRP.

Jadwal pemesanan produk dilakukan berbeda yaitu.

- a. Bahan baku ampas kopi, menggunakan teknik *Fixed Order Quantity*
 - b. Bahan baku lainnya, menggunakan teknik *Lot for Lot*
 - c. Bahan baku *packaging*, menggunakan teknik *Fixed Order Quantity*
2. Fakta “tidak ada cara memesan produk dan cara penggunaan produk yang salah”, membuat desain baru sementara untuk mengurangi permasalahan.
 3. Fakta “proses pemesanan hingga pengiriman membutuhkan waktu yang terlalu lama”. Pertama, meningkatkan pemanfaatan teknologi dari layanan membuat rekening bisnis. Kedua, membuat *database* persediaan dengan metode MRP, sehingga pembelian bahan baku sesuai kebutuhan.
 4. Fakta “pembagian tugas tidak pasti dan hasil tidak maksimal (akibat berkurangnya anggota tim)”. Pertama, bekerjasama dengan *outsourcing* khususnya bagian jasa desain dan percetakan. Kedua, menggunakan media komunikasi untuk melakukan *meeting*.
 5. Fakta dari “realisasi *Go-Green* kurang terlaksanakan”. Bekerjasama dengan *offline store* seperti toko kosmetik tersebut dan menerima pengembalian *packaging* yang telah terjual. Untuk menarik perhatian konsumen, dengan memberikan potongan harga Rp. 5.000 yang dapat digunakan untuk membeli produk yang lain.

6. Fakta “lokasi anggota tim berbeda kota”. Memanfaatkan teknologi untuk melakukan produksi di beberapa kota. Penentuannya dengan *google form* yang diinput manual atau program yang dibuat khusus.

Dari keseluruhan permasalahan yang didapatkan serta penyelesaian yang telah dirangkum, hal ini menunjukkan bahwa pengembangan fungsi operasional dengan lebih memanfaatkan teknologi serta *outsourcing* yang lebih profesional berdampak baik dan sangat signifikan untuk mengatasi enam dari tujuh permasalahan yang didapatkan sewaktu melakukan *review* penjualan.

6.2. Saran

Dari hasil penelitian diatas, maka saran yang dapat diberikan kepada para pihak terkait di dalam perusahaan adalah sebagai berikut.

1. Penanggung jawab bagian keuangan

Saran yang dapat diberikan kepada bagian keuangan Seven Mask untuk membuat sebuah rekening bank khusus Seven Mask agar setiap biaya dan pendapatan dapat lebih *private* tanpa campuran dana pribadi pemilik. Selain itu, saran ini dapat membantu divisi lain khususnya administrasi untuk melakukan pengecekan transaksi dan dana masuk ke rekening Seven Mask secara langsung.

2. Penanggung jawab bagian administrasi

Karena bagian administrasi akan bertugas sebagai penerima pemesanan dan pengecekan keberhasilan transaksi, sehingga setiap melakukan login pada *account*, harus terdapat riwayat akses yang jelas baik secara otomatis maupun manual. Sehingga salah satu SOP yang dimiliki bagian operasional selain ramah, sopan, dan *fast respon*, sangat disarankan memiliki pengetahuan dasar mengenai penggunaan media chat baik di handphone maupun laptop serta membuka *internet banking*.

3. Penanggung jawab bagian pemasaran

Syarat sebagai anggota bagian pemasaran adalah memiliki kemampuan negosiasi, memiliki teknik pemasaran yang baik dan menarik, serta dapat menggunakan media sosial dan media penjualan dengan sebaik mungkin. Berikut saran yang dapat diberikan kepada bagian pemasaran untuk membantu menjalankan pengembangan yang disarankan adalah

1. Meningkatkan pemasaran dengan tujuan konsumen dapat lebih mengenal setiap produk yang dimiliki Seven Mask.

Saran ini dibuat untuk menjawab satu permasalahan yang tidak dapat dijawab walaupun telah melakukan pengembangan operasional. Karena masalah mengenai “konsumen belum mengetahui produk”, maka tim pemasaran harus meningkatkan pemasarannya tersebut.

2. Mencari jasa desain dan percetakan untuk membuat segala desain yang diperlukan baik bagi *packaging* atau promosi produk.

Saran ini diberikan agar segala desain dan percetakan yang diperlukan Seven Mask dapat dipercayakan kepada orang yang memiliki kemampuan dibidang tersebut.

3. Mencari calon *reseller* yang memiliki *offline store* sebagai wadah bagi Seven Mask untuk menjual produk dan dapat mencapai visi *go green* yang diharapkan.

Saran tersebut diberikan kepada bagian pemasaran karena berdasarkan pengalaman dan kemampuan untuk melakukan negosiasi dan penawaran produk. Sehingga lebih dianjurkan bagi anggota bagian pemasaran untuk mencari *offline store* agar ingin bekerjasama dengan Seven Mask untuk menjual produk dan wadah bagi Seven Mask menerima *packaging* dari setiap konsumen.

4. Mencari *supplier* yang dapat mencapai visi *go green* yang telah diharapkan tersebut.

Karena kemampuan negosiasi tersebut diharapkan mampu meyakinkan *supplier* bekerjasama dengan Seven Mask khususnya untuk bahan baku yang diperlukan seperti ampas kopi dari *Coffee Shop*, atau *supplier* khusus lainnya. Tujuannya agar *supplier* mau menyediakan segala bahan yang diperlukan sesuai waktu diperlukan.

4. Penanggung jawab bagian penelitian produk baru

Saran yang dapat diberikan bagi penanggung jawab bagian penelitian produk baru Seven Mask yaitu memiliki daya tangkap yang cepat akan *trend* saat ini khususnya produk perawatan tubuh dan produk kecantikan. Selain itu, dapat memanfaatkan teknologi dengan sebaik mungkin sebagai alat referensi jenis produk.

Sangat disarankan, orang yang bekerja sebagai penanggung jawab bagian penelitian produk baru memiliki dasar seperti ilmu pangan yang telah mengetahui jenis-jenis produk yang bisa, baik dan aman dimanfaatkan untuk membuat produk perawatan tubuh.

DAFTAR PUSTAKA

- A.H. Djojoadikusumo, M. (2012). Akuntansi, Manajemen Keuangan dan Akuntansi Biaya. In *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis* (pp. 49- 61). Bandung: Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Unpar.
- ABM. Witono, P. (2012). Sistem Informasi Manajemen. In *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis* (pp. 82- 89). Bandung: Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Unpar.
- AF, S. M., Widodo, & Widyarti, S. (2016). FORMULASI MASKER ALAMI BERBAHAN DASAR BENGKOANG DAN. *Jurnal Care Vol. 4, No.2, Tahun 2016*, 23-35.
- Astina, S. T., Sunarti, & Mawardi, M. K. (2016). Analisis Segmentation, Targeting, dan Positioning dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Melalui Strategi Pemasaran di Toko PIA CAP Mangkok Cabang Semeru. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 39 No 2*, 57- 66.
- Bank BCA. (n.d.). *Klik BCA- Bisnis*. Retrieved Juni 26, 2020, from BCA: <https://www.bca.co.id/id/Bisnis/Produk-dan-Layanan/E-Banking/KlikBCA-Bisnis>
- Bustami, Bastian, & Nurlela. (2009). *Akuntansi Biaya Edisi Pertama*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Don Papper; Philip Kotler. (2008). In P. Kotler, & K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran edisi ketiga belas jilid 1* (p. 134). Jakarta: Erlangga.
- Gitman, L., & Zutter, C. (England). *Principles of Managerial Finance Fourteenth Edition*. 2015: Pearson.
- Hariandja, M.Si., M. T. (2012). Hakekat Bisnis. In *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis* (pp. 1-9). Bandung: Ilmu Administrasi Bisnis , FISIP, Unpar.
- Harianjdja, Drs., M.Si, M. E. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Pt. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management, 12th Edition*. Pearson.
- Hidayati, N., & Warnana, D. D. (2017). Analisis kelayakan finansial pengembangan kelas alam terbuka kebunian dan lingkungan berkonsep

rekresi dan inspirasi untuk anak di Surabaya. *Prosiding seminar nasional multi disiplin ilmu & call for papers unisbank ke 3*, 650-656.

Juliawati, M.Si, N. (2012). Organisasi Bisnis. In *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis* (pp. 20-32). Bandung: Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Unpar.

Kho, S. H., & Mariani, F. I. (2017). *Financial Management Canvas*. Jakarta : Kompas Gramedia.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran edisi ketiga belas jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

L'Oreal. (2020). *Annual Report 2019*. France: L'Oreal.

Mulyono, M.Si, F. (2012). Manajemen Pemasaran. In *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis* (pp. 62- 81). Bandung: Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Unpar.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation* . Jakarta: Pt. Elex Media Komputindo.

Pemerintah Indonesia. (2008). *UU no 20 Tahun 2008 (Tentang Usaha mikro, kecil dan menengah)*. Indonesia: Undang- Undang Republik Indonesia.

Perdani, M. D., Widyawan, & Santoso, P. I. (2018). Faktor- faktor yang mempengaruhi pertumbuhan Start Up di Yogyakarta. *Seminar nasional teknologi informasi daan komunikasi*, 337-349.

Plattner, H. (2019). *An Introduction to Design Thinking Process Guide*. Standford: Institute of Design at Standford.

Prof. Dr. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Rangkuti, F. (2014). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Santoso, U. (2006, April 12). *Perencanaan bisnis (Business Plan)*. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.

Sari, N. R., & Setyowati, E. (2014). PENGARUH MASKER JAGUNG DAN MINYAK ZAITUN TERHADAP. *Journal of Beauty and Beauty Health Education*, 1-7.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.

- Singarimbus, M., & Effendi, S. (2018). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES, anggota IKAPI.
- Situmorang, MM., J. R. (2012). Manajemen Produksi/ Operasi. In *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis* (pp. 41-48). Bandung: Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Unpar.
- Sunyoto, D. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi* . Bandung: PT. Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Talim, M. Si, M. (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia. In *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis* (pp. 33-40). Bandung: Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Unpar.
- Tiki Indonesia. (n.d.). *Product and Service*. Retrieved Juni 26, 2020, from Tiki: <https://www.tiki.id/en/layanan>
- Tim Brown. (2008). *Design Thinking*. Harvard Business Review.
- Trends, G. (2020). *Perbandingan Peel Off Mask dan Clay Mask*. Retrieved Mei 1, 2020, from Google Trends: <https://trends.google.com/trends/explore?geo=ID&q=peel%20off%20mask,Clay%20mask>
- Wahyuni, A., & Syaichu, A. (2015). Perencanaan persediaan bahan baku dengan menggunakan metode material requirement planning (MRP) produk kacang shanghai pada perusahaan gangsar ngunut-tulungagung. *Spektrum Industri Vol 13, No.2*, 141-156.