

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil seluruh analisis dan tes pasar yang telah dilakukan oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa Infires Studio adalah perusahaan yang bergerak di industri *fashion*, berdiri tahun 2020, dan saat ini berpusat di jalan Awiligar Raya I No.4, Bandung. Fokus utama perusahaan dalam pengembangannya adalah membuat produk *fashion* dengan tema K-pop yang nyaman digunakan dan desain yang ditawarkan tidak terlihat seperti desain produk K-pop di pasaran. Proses penyusunan strategi pengembangan Infires Studio berhasil dilakukan dan memberikan hasil yang baik. Pengembangan bisnis Infires Studio dinilai dapat dijalankan dan berhasil memanfaatkan kekuatan perusahaan dan kesempatan di lingkungan eksternal (menggunakan strategi SO). Dengan menggunakan strategi SO, Infires Studio memanfaatkan kekuatan utama dari segi proses produksi, kualitas, pengemasan cepat, hingga kekuatan perusahaan dalam mengakses komunitas penggemar musik K-pop terutama BTS ARMY. Kekuatan tersebut bersinergi baik dan dapat dielaborasi dengan kesempatan yang terdapat di lingkungan eksternal. Hal tersebut membantu Infires Studio memperkuat *branding* dan membantu pemasaran produk yang ditawarkan perusahaan.

Dalam proses pengembangan Infires Studio, penulis juga melakukan *market development* dengan strategi *community marketing*. Strategi *community marketing* yang dilakukan sangat sesuai untuk Infires Studio terutama dalam memanfaatkan *opportunity* yang ada di lingkungan eksternal perusahaan. Melalui *community marketing*, Infires Studio mengadaptasi kebudayaan komunitas dan memasarkan kepada komunitas tertentu—dalam hal ini penggemar BTS yaitu ARMY. Melalui *community marketing* Infires Studio telah berhasil menjual habis produk yang ditawarkan pada tes pasar kedua dengan cepat.

Harga yang ditawarkan oleh Infires Studio pun sesuai dengan keinginan target pasar. Tidak hanya keinginan target pasar, harga produk pada tes pasar kedua Infires Studio menghasilkan nominal yang sesuai dengan keinginan perusahaan. Penulis menyimpulkan bahwa *range* harga tersebut merupakan *range* harga yang sesuai untuk produk-produk sejenis dari Infires Studio yang akan dirilis pada masa yang akan datang. Melalui tes pasar kedua didapatkan *margin profit* sebesar 50.2% dalam 13 hari penjualan. Berdasarkan jumlah

keuntungan dan jangka waktu penjualan yang singkat penulis menyimpulkan bahwa unit bisnis yang dikembangkan berjalan dengan baik dan sesuai dengan keinginan pasar sasaran Infires Studio.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil dan kesimpulan dari skripsi ini, penulis memiliki beberapa rekomendasi untuk Infires Studio dalam mengembangkan bisnis. Setelah menerapkan strategi pengembangan bisnis seperti yang dilakukan pada tes pasar pertama dan kedua, penulis merekomendasikan Infires Studio untuk menyusun strategi fungsional perusahaan. Penyusunan strategi fungsional perusahaan bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan kemampuan perusahaan untuk mencapai efisiensi, inovasi serta menjaga kualitas produk. Berikut ini adalah rekomendasi penulis terkait strategi fungsional Infires Studio:

### 1. Pemasaran

Penulis merekomendasikan Infires Studio agar mempertahankan strategi *community marketing* yang dilakukan. Mempertahankan strategi *community marketing* dapat dilakukan dengan mengikuti banyak *event* dalam komunitas K-pop khususnya ARMY, menyelenggarakan *giveaway* pada waktu-waktu tertentu, hingga melakukan *consignment* dengan toko offline yang menjual produk *merchandise* K-pop seperti toko Seasons in The Sun yang berlokasi pada jalan Gandapura No. 33, Bandung. Seiring dengan berjalannya waktu, perkembangan tren, dan fenomena dalam komunitas K-pop, maka penulis merekomendasikan Infires Studio untuk mengembangkan variasi tema produk juga komunitas target pasar Infires Studio. Pengembangan variasi produk Infires Studio dapat berfokus tidak hanya mengembangkan produk BTS namun juga meluncurkan produk untuk komunitas penggemar grup lainnya seperti Super Junior, Blackpink, Treasure, Aespa, dan lainnya.

Bersama dengan pengembangan variasi tema produk, penulis turut merekomendasikan Infires Studio untuk mengembangkan target penjualan produk menjadi 500 hingga 1000 buah produk dalam satu tahun. Dengan jumlah tersebut Infires Studio dapat melakukan pemasaran melalui banyak jalur. Tidak hanya strategi *consignment* namun juga dapat melalui kerja sama dengan beberapa kelompok penggemar yang menggelar *bazaar* dan *event* Kpop secara terus

menerus dan rutin. Penulis juga merekomendasikan Infires Studio untuk mengembangkan pemasaran digital dengan bantuan *blasting* informasi pada target sasaran melalui media sosial yang sering digunakan oleh komunitas penggemar K-pop yaitu aplikasi Instagram dan Twitter. Dalam *platform e-commerce* Shopee, penulis merekomendasikan Infires Studio untuk mencoba memasarkan produk pada pasar Shopee Luar Negeri (Seperti Singapore, Malaysia, dan lainnya). Penulis juga merekomendasikan Infires Studio untuk membuka toko *online* pada aplikasi *e-commerce* lain seperti Tokopedia untuk memberikan lebih banyak pilihan akses bagi *customer* ataupun calon *customer*. Melalui langkah tersebut Infires Studio dapat dengan mudah mengembangkan perusahaan secara terus menerus.

Untuk terus bertahan dalam pasar, penulis merekomendasikan Infires Studio untuk tetap fleksibel dan dinamis dalam memilih tema serta komunitas sasaran. Fleksibel terhadap tren dapat memudahkan Infires Studio untuk memasarkan produk serta mengadaptasi tren tersebut sebagai bagian dari pemasaran Infires Studio. Dalam jangka panjang, apabila perusahaan akan melakukan ekspansi dengan tema, grup, atau tren yang berbeda maka penulis merekomendasikan Infires Studio untuk membentuk merek baru atau *sister brand* dibandingkan melakukan penjualan dalam satu merek yang sama. Hal ini berkaitan tidak hanya dengan melindungi citra perusahaan namun juga berkaitan dengan memudahkan tim pemasaran untuk fokus dalam memasarkan produknya pada segmen masing-masing merek.

## 2. Keuangan

Berkaitan dengan rekomendasi penulis pada bagian pemasaran dan meninjau data Google Trends dengan topik *merchandise* K-pop, penulis membagi dua opsi menjadi optimis dan pesimis. Untuk opsi pesimis akan memasarkan 500 produk seperti yang tertera pada rekomendasi strategi fungsional pemasaran. Sedangkan untuk skema optimis penulis merekomendasikan untuk memasarkan 1000 produk. Dengan informasi tersebut penulis telah membuat rancangan anggaran biaya yang diperlukan untuk melakukan kegiatan tersebut (Tabel 5.1).

**Tabel 5.1**  
**Rancangan Anggaran Biaya Skema Optimis**

<b>Skema Optimis</b>		
No.	Keterangan	EstimasiBiaya
1	Produksi 1000 produk (Estimasi HPP 50.000/produk)	Rp 50.000.000,-
2	Biaya Marketing 1 tahun (Estimasi biaya 2.000.000/bulan)	Rp 24.000.000,-
3	Biaya Operasional Kantor (Listrik, ATK, dsb.)	Rp 2.500.000,-
Total Estimasi Biaya yang Dibutuhkan		Rp 76.500.000,-

*Sumber: Hasil Olah Data Penulis*

**Tabel 5.2**  
**Rancangan Anggaran Biaya Skema Pesimis**

<b>Skema Pesimis</b>		
No	Keterangan	EstimasiBiaya
1	Produksi 500 produk (Estimasi HPP 50.000/produk)	Rp 25.000.000,-
2	Biaya Marketing 1 tahun (Estimasi biaya 1.000.000/bulan)	Rp 12.000.000,-
3	Biaya Operasional Kantor (Listrik, ATK, dsb.)	Rp 2.500.000,-
Total Estimasi Biaya yang Dibutuhkan		39.500.000

*Sumber: Hasil Olah Data Penulis*

Meninjau total estimasi biaya yang dibutuhkan oleh Infires Studio dalam melakukan produksi 500 dan 1000 buah produk dalam satu tahun kedepan, penulis merekomendasikan Infires Studio untuk tetap menggunakan dana pribadi dalam pendanaan bisnis. Lebih lanjut terkait anggaran biaya, penulis menghitung prediksi pendapatan Infires Studio dalam satu tahun dalam dua opsi harga jual. Harga jual yang pertama

sebesar Rp 99.000,- yang merupakan harga jual sesuai dengan harga tes pasar kedua. Sedangkan opsi kedua sebesar Rp 150.000,- merupakan harga rata-rata produk serupa di pasar sasaran berdasarkan hasil *preliminary research* dan analisis penawaran (*benchmark*) yang telah dilakukan penulis.

**Tabel 5.3**  
**Prediksi Pendapatan per Tahun Dengan Skema Optimis**

<b>Skema Optimis dengan harga jual Rp 99.000,-</b>	
<b>Total Pendapatan</b>	Rp 99.000.000,-
<b>Total Harga Pokok Produksi</b>	(Rp 50.000.000,-)
<b>Total Biaya (perkiraan)</b>	(Rp 26.500.000,-)
<b>Laba Bersih</b>	Rp 22.500.000,-
<b>Margin Laba Bersih</b>	22.72%
<b>Skema Optimis dengan harga jual Rp 150.000,-</b>	
<b>Total Pendapatan</b>	Rp 150.000.000,-
<b>Total Harga Pokok Produksi</b>	(Rp 50.000.000,-)
<b>Total Biaya (perkiraan)</b>	(Rp 26.500.000,-)
<b>Laba Bersih</b>	Rp 73.500.000,-
<b>Margin Laba Bersih</b>	49%

*Sumber: Hasil Olah Data Penulis*

Dalam Tabel 5.3 diketahui apabila dalam skema optimis menggunakan harga jual yang sama dengan harga tes pasar maka perusahaan hanya mendapatkan untung sebesar Rp 22.500.000,- dalam satu tahun. Namun apabila perusahaan menggunakan harga jual sebesar Rp 150.000,- untuk satu buah produk, maka perusahaan dapat mendapatkan untung sebesar Rp 73.500.000,- dalam satu tahun atau sama dengan Rp 6.125.000,- per bulan. Sebagai perbandingan dan untuk mengantisipasi risiko-risiko kritis pada proses pengembangan kedepan, maka penulis turut membuat prediksi pendaparan per tahun dengan skema pesimis pada Tabel 5.4.

**Tabel 5.4**  
**Prediksi Pendapatan per Tahun Dengan Skema Pesimis**

<b>Skema Pesimis dengan harga jual Rp 99.000,-</b>	
<b>Total Pendapatan</b>	Rp 49.500.000,-
<b>Total Harga Pokok Produksi</b>	(Rp 25.000.000,-)
<b>Total Biaya (perkiraan)</b>	(Rp 14.500.000,-)
<b>Laba Bersih</b>	Rp 10.000.000,-
<b>Margin Laba Bersih</b>	20.2%
<b>Skema Pesimis dengan harga jual Rp 150.000,-</b>	
<b>Total Pendapatan</b>	Rp 75.000.000,-
<b>Total Harga Pokok Produksi</b>	(Rp 25.000.000,-)
<b>Total Biaya (perkiraan)</b>	(Rp 14.500.000,-)
<b>Laba Bersih</b>	Rp 35.500.000,-
<b>Margin Laba Bersih</b>	47%

*Sumber: Hasil Olah Data Penulis*

Berdasarkan Tabel 5.4 diketahui laba bersih yang dihasilkan dari penjualan dengan opsi harga Rp 99.000,- hanya sebesar Rp 10.000.000,- dalam satu tahun. Sedangkan opsi harga Rp 150.000,- menghasilkan Rp 35.500.000,- dalam satu tahun. Dengan membandingkan kedua opsi dalam dua skema maka penulis merekomendasikan Infires Studio untuk lebih memilih harga jual sebesar Rp 150.000,-/produk dengan total produksi sebesar 1000 produk dalam satu tahun atau 83 produk dalam satu bulan.

Dengan meningkatnya produksi dalam pengembangan ini maka penulis turut merekomendasikan pembuatan *financial plan* minimal satu tahun kedepan agar Infires Studio dapat lebih mudah memahami kondisi keuangan saat proses pengembangan bisnis. Sebagai tambahan pertimbangan tim Infires Studio, pembuatan *financial plan* juga dapat membantu Infires Studio untuk mengetahui rasio likuiditas dan rasio aktivitas yang kemudian dapat membantu bisnis untuk menetapkan strategi permodalan perusahaan serta mengetahui kondisi keuangan perusahaan saat ini dan prediksi jangka panjang/lima tahun kedepan. Sebagai rekomendasi terakhir penulis juga merekomendasikan Infires

Studio untuk melakukan otomatisasi proses pencatatan akuntansi. Proses otomatisasi tersebut akan memudahkan bisnis dalam melakukan pencatatan terkait keuangan dan pendapatan terlebih dalam jumlah besar.

### 3. Operasi

Penulis merekomendasikan Infires Studio agar tetap melakukan proses produksi dengan strategi yang digunakan saat ini yaitu *few suppliers* atau memiliki *suppliers* yang tidak terlalu banyak. Hal ini penulis rekomendasikan demi menjaga kualitas produk yang akan ditawarkan, meninjau dari kesiapan *supplier* dalam menyanggupi pesanan, serta harga produksi yang cukup murah dibandingkan dengan beberapa vendor lain. Dalam proses pengemasan, penulis juga merekomendasikan Infires Studio untuk lebih teliti dalam melakukan *quality control* produk. Berkaitan dengan *supplier*, penulis juga merekomendasikan Infires Studio untuk melakukan survei dan kurasi untuk *supplier* cadangan.

Kurasi dan survei untuk mencari *supplier* cadangan perlu dilakukan guna mengantisipasi risiko-risiko proses produksi yang akan muncul dalam masa yang akan datang berkaitan dengan *supplier*. Penulis juga merekomendasikan Infires Studio untuk menyusun perencanaan, seperti dalam bentuk *timeline*, terkait jadwal pemesanan produk kepada *supplier*. Hal ini berkaitan dengan mitigasi risiko seperti kondisi dimana *supplier* tidak dapat memproduksi produk yang dipesan dengan cepat (akibat pesanan *overload* atau *high season*). Dalam jangka panjang, apabila terdapat stok lebih dari 500pcs dalam satu tahun maka penulis merekomendasikan Infires Studio untuk mulai menggunakan bantuan kendali proses statistic atau *statistic process control (SPC)*. SPC dapat membantu Infires Studio untuk memantau dan mengendalikan kualitas produk yang ditawarkan agar tetap sesuai dengan standar Infires Studio.

### 4. Insani

Meninjau kemampuan perusahaan dalam melakukan proses produksi dan proses pengemasan hingga pengiriman produk, penulis merekomendasikan Infires Studio untuk tetap mempertahankan jumlah tenaga kerja yang tersedia saat ini tanpa adanya pengurangan ataupun penambahan. Apabila terjadi pengurangan anggota tim, maka salah satu

bagian proses bisnis akan terganggu dan mengurangi efektifitas perusahaan. Di sisi lain apabila perusahaan menambahkan anggota tim maka biaya yang akan dikeluarkan perusahaan menjadi terlalu besar. Perihal gaji pegawai, berdasarkan hasil diskusi dengan tim yang dilakukan secara berkala setiap enam bulan sekali, disepakati bahwa 4 orang tim Infires Studio yang aktif bekerja saat ini akan mendapatkan bonus sebesar 10% dari keuntungan penjualan setelah satu artikel produk terjual habis tanpa adanya gaji pokok.

Meninjau informasi bahwa tidak ada gaji pokok yang diberikan, penulis merekomendasikan Infires Studio dalam satu tahun kedepan untuk memberikan gaji pokok/bulan bagi tiap orang dalam tim. Gaji pokok/bulan yang direkomendasikan penulis berhubungan erat dengan status anggota tim Infires Studio saat ini yaitu pegawai *part-time*. Mengenai status *part-time* tersebut penulis merekomendasikan agar jam kerja pegawai Infires Studio tetap seperti saat ini yaitu 4 jam/hari selama 5 hari/minggu. Dengan melihat situasi dan kondisi pandemi Covid-19 saat ini serta kewajiban pekerjaan tiap anggota tim yang berbeda-beda, penulis merekomendasikan anggota tim Infires studio untuk tetap melakukan sistem kerja *work from home* dan sistem *work from office* dapat dilakukan hanya apabila anggota tim merasa perlu mengerjakan pekerjaannya di kantor.

Berhubungan dengan nilai jual Infires Studio yaitu desain unik dan khas serta harapan agar proses pengembangan dan menjalankan bisnis ini dengan lancar, penulis merekomendasikan Infires Studio untuk memberikan pelatihan kepada anggota tim terutama bagi tim desain. Sangat direkomendasikan agar tim desain mendapatkan pelatihan atau kesempatan untuk mengembangkan kemampuan desainnya. Rekomendasi terakhir dari penulis bagi Infires Studio berkaitan dengan pengembangan jangka panjang bisnis. Penulis merekomendasikan Infires Studio untuk memberikan 10% saham kepada 4 orang anggota tim Infires Studio serta memberikan kenaikan jabatan kepada mereka di masa yang akan datang. Penulis merekomendasikan Infires Studio untuk mendiskusikan perihal ini terlebih dahulu dalam diskusi berkala. Setelah diskusi dilakukan, penulis merekomendasikan untuk membuat surat perjanjian agar kedua belah pihak baik pemilik maupun anggota tetap

memiliki hubungan baik saat ini ataupun di masa yang akan datang. Rekomendasi pemberian saham dalam pengembangan jangka panjang Infires Studio diharapkan dapat meningkatkan rasa saling memiliki dalam organisasi dan menciptakan grup kerja yang *solid*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afuah, A., & Tucci, C. (2003). *Internet Business Models and Strategies*. Boston: McGraw-Hill.
- Angeline, N. (2019, January 20). *Detik*. Retrieved from Detik.com: <https://hot.detik.com/kpop/d-4392910/dicap-alay-hingga-jadi-tren-begini-perkembangan-k-pop-dari-masa-ke-masa>
- BEKRAF & BPS. (2018). *Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif & Badan Pusat Statistik.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management : Concepts and Cases (E-Book)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- David, F., & David, F. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases, Global Edition (16th)*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Hadijah, I. (2014). Upaya peningkatan export drive industri fashion di era globalisasi. *Teknologi dan Kejuruan: Jurnal teknologi, Kejuruan dan Pengajarannya*, 95-108.
- Herdariningrum, R., & Susilo, M. (2008). Fashion dan gaya hidup: identitas dan komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 25-32.
- Jung, S., & Shim, D. (2013). Social distribution: K-pop fan practices in Indonesia and the 'Gangnam Style' phenomenon. *International Journal of Cultural Studies*, 485-501.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (n.d.). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Retrieved from Kamus Besar Bahasa Indonesia: <https://kbbi.web.id/mode>
- Kim, Y. (2021, Juli 30). *Twitter Blog*. Retrieved from Twitter Blog: [https://blog.twitter.com/in\\_id/topics/insights/2021/kpop-kembali-cetak-rekor-dengan-7-5-milyar-tweet](https://blog.twitter.com/in_id/topics/insights/2021/kpop-kembali-cetak-rekor-dengan-7-5-milyar-tweet)
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Willowbrook: IL: Audio-Tech Business Book Summaries.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2014). *Value proposition design*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Pearce, J., & Johnson, R. (2014). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Peppard, J., & Ward, J. (2002). *Strategic Planning for Information Systems*. Great Britain: John Wiley & Sons Ltd.

- Purnamasari, D. M. (2021, Agustus 26). *Kompas Online*. Retrieved from Kompas.com:  
<https://nasional.kompas.com/read/2021/08/26/16483301/indonesia-korea-selatan-perkuat-kerja-sama-pertahanan-dan-keamanan>
- Sarsby, A. (2012). *A Useful Guide to SWOT Analysis*. Nottingham: Pansophix Online.
- Thakur, R. (2015). Community marketing: Serving the base of the economic pyramid sustainably. *Journal of Business Strategy*, 40-47.
- Triadanti. (2019, Februari 26). *IDN Times*. Retrieved from IDN Times:  
<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota/3>

