

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Dari pemeriksaan operasional untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi terhadap aktivitas penjualan yang dilakukan pada Toko Doughsis, peneliti menyusun kesimpulan, dimana kesimpulan ini berisi jawaban dari rumusan masalah yang telah disusun sebelumnya. Kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Setiap prosedur dan kebijakan yang disusun terkait aktivitas penjualan Toko Doughsis, dipantau sendiri oleh pemilik. Pemilik selalu *standby* berada di toko untuk memastikan bahwa setiap karyawan menjalankan kebijakan dan prosedur yang telah disusun. Aktivitas penjualan Toko Doughsis dimulai saat pelanggan melakukan pemesanan produk. Terdapat tiga cara dalam melakukan pemesanan, yaitu pelanggan datang langsung ke toko, pemesanan via *Whatsapp*, dan pemesanan menggunakan aplikasi *Grab (GrabFood)*. Bagi pelanggan yang datang langsung ke toko untuk melakukan pemesanan, akan dilayani oleh bagian admin dan kasir. Bagian admin dan kasir akan mencatat pesanan pelanggan menggunakan kertas kecil dengan mencantumkan jumlah dan nama produk yang dipesan. Catatan tersebut akan diberikan kepada bagian dapur, dimana bagian dapur akan menyiapkan produk yang dipesan seperti memberi isian atau proses *filling* berupa selai atau topping pada donat. Sedangkan untuk roti sudah dimasukkan dalam *packaging*, sehingga pelanggan yang membeli roti akan langsung diberikan sesuai rasa yang dipesan, tanpa ada proses pengisian atau *filling*. Setelah bagian dapur sudah selesai menyiapkan produk pesanan pelanggan, bagian admin dan kasir akan mencocokkan dengan catatan pesanan pelanggan. Jika sudah sesuai, bagian dapur akan mengemas produk pesanan pelanggan ke dalam *packaging* yang sudah disediakan. Setelah itu, pelanggan akan diberikan informasi mengenai total harga yang harus dibayarkan oleh bagian admin dan kasir. Untuk pemesanan via *Whatsapp*, pelanggan akan mengirimkan pesan ke nomor *Whatsapp* Toko Doughsis untuk melakukan pemesanan. Bagian admin dan kasir akan mengirimkan daftar produk dan harga dari produk yang tersedia. Tak hanya menerima pesanan, bagian admin dan kasir akan menanyakan apakah pesanan tersebut ingin diambil

langsung ke toko atau dikirim ke alamat pelanggan. Lalu dengan tahap yang sama, bagian admin dan kasir akan mencatat pesanan, bagian dapur menyiapkan pesanan dan mengemas produk sesuai pesanan pelanggan. Jika pesanan sudah siap diberikan kepada pelanggan dan pelanggan memilih untuk mengambil pesanan di toko, maka bagian admin dan kasir akan menunggu pelanggan datang untuk mengambil pesanan dan melakukan pembayaran. Tetapi, untuk pelanggan yang memilih mengirimkan pesannya, maka bagian admin dan kasir akan menanyakan mengenai ongkos kirim, apakah pelanggan ingin melakukan pembayaran ditambah ongkos kirim sekaligus atau ongkos kirim tersebut dibayar saat pesanan sampai di alamat tujuan. Pengiriman produk dilakukan dengan menggunakan *GrabExpress*. Pemesanan juga dapat dilakukan menggunakan aplikasi *Grab*. Pelanggan membuka aplikasi *Grab*, masuk ke bagian *GrabFood*, cari Doughsis, pilih produk dan jumlah yang ingin dipesan, masukan alamat tujuan, pilih metode pembayaran (tunai atau *Ovo*), dan pilih pesan. Tukang ojek dari *Grab* yang akan datang ke Toko Doughsis untuk melakukan pemesanan dan pengiriman. Pembayaran yang berlaku saat ini adalah uang tunai, transfer bank, dan *e-wallet* (*Ovo*, *Gopay*, *ShopeePay*, dan lain-lain).

2. Peneliti menemukan empat kelemahan pada aktivitas penjualan Toko Doughsis berdasarkan pemeriksaan operasional yang dilakukan, yaitu:

- a. Stok produk matang dalam satu hari hanya sebanyak 150 sampai 250 pax, sehingga tidak menyediakan stok tambahan untuk hari yang sama.
- b. Toko Doughsis kurang melakukan promosi
- c. Toko Doughsis hanya memiliki satu toko di Kota Bogor, belum membukacabang di kota lain
- d. Jenis produk dan varian rasa kurang bervariasi, sehingga pelanggan mudah bosan

3. Dampak dari setiap kelemahan pada aktivitas penjualan Toko Doughsis adalah sebagai berikut:

- a. Toko Doughsis dapat kehilangan pelanggan jika saat pelanggan melakukan pemesanan dan stok produk tersebut tidak ada, maka Toko Doughsis menyarankan untuk melakukan pembelian di esok harinya. Maka pelanggan

di hari itu tidak jadi melakukan pembelian dan penjualan Toko Doughsis tidak bertambah. Jika hal ini terus terjadi, pelanggan akan kapok dan akan mencari ke toko lain serta penjualan Toko Doughsis akan mengalami peningkatan dalam waktu yang lama.

- b. Akibat dari Toko Doughsis kurang melakukan promosi adalah sulit untuk mendapatkan pelanggan yang baru karena belum banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan Toko Doughsis dan penjualan mengalami peningkatan dalam waktu yang lama.
- c. Karena Toko Doughsis hanya membuka satu toko di Kota Bogor, maka pelanggan dari luar Kota Bogor yang ingin melakukan pembelian, harus mengunjungi langsung ke toko. Karena produk Toko Doughsis tidak dapat dikirim dengan jarak yang jauh dan produk dapat rusak atau tidak dapat dikonsumsi.
- d. Pelanggan merasa bosan dengan jenis produk yang dijual Toko Doughsis karena hanya donat dan roti dan juga varian rasa yang hanya itu saja, belum ada tambahan varian rasa yang baru. Hal ini menyebabkan pelanggan tidak rutin dalam melakukan pembelian ke Toko Doughsis.

4. Pemeriksaan operasional merupakan proses untuk mengevaluasi kegiatan operasional perusahaan, mengidentifikasi risiko dan hambatan yang dihadapi, dan memberikan sebuah rekomendasi atau solusi agar dilakukan tindakan perbaikan.

Dengan pemeriksaan operasional yang dilakukan peneliti, Toko Doughsis dapat mengetahui kelemahan yang terjadi pada aktivitas penjualannya. Pemeriksaan operasional yang dilakukan juga dapat membantu Toko Doughsis untuk mengevaluasi kinerja perusahaan dan melakukan tindakan perbaikan terhadap kelemahan pada aktivitas penjualan. Peneliti berharap rekomendasi yang diberikan dapat membantu Toko Doughsis dalam mengatasi kelemahan dan aktivitas penjualan Toko Doughsis dapat berjalan efektif dan efisien.

## 5.2. Saran

Berdasarkan pemeriksaan operasional yang dilakukan, peneliti memberikan rekomendasi atau solusi terhadap setiap kelemahan yang ditemukan, sehingga rekomendasi ini dapat membantu aktivitas penjualan Toko Doughsis agar berjalan efektif dan efisien. Berikut beberapa rekomendasi yang diberikan peneliti kepada Toko Doughsis:

1. Rekomendasi yang diberikan untuk kelemahan yang pertama adalah menyediakan stok tambahan untuk produk yang sering dibeli oleh pelanggan. Namun, jika ada stok produk yang belum laku terjual, maka Toko Doughsis dapat memberikan promo atau paket *bundling* agar pelanggan membeli lebih banyak. Toko Doughsis dapat menitipkan produknya ke toko lain yang sejenis seperti cafe atau tempat oleh-oleh agar penjualan tidak hanya dari pesanan toko, namun dari penjualan di cafe atau tempat oleh-oleh tersebut.
2. Rekomendasi untuk kelemahan yang kedua adalah Pemilik yang bertanggung jawab dalam melakukan pemasaran dapat membuat jadwal yang rutin untuk mem-*posting* setiap kali ada promo yang dilakukan. Jadi tidak hanya saat hari-hari besar tertentu saja. Selain itu, pemilik dapat membuat brosur yang berisikan promo yang sedang berlaku atau meminta pelanggan yang melakukan pembelian untuk mem-*posting* produk yang dibeli dan di-*tag* ke akun *Instagram* Toko Doughsis. Toko Doughsis juga dapat memanfaatkan *Whatsapp* untuk memberikan informasi kepada pelanggan secara personal mengenai promosi yang sedang dilakukan dan meng-*update* promo yang sedang dilakukan pada bagian *My Status* di *Whatsapp* agar pelanggan dapat melihat promo tersebut.
3. Rekomendasi untuk kelemahan yang ketiga adalah karena membuka cabang baru belum memungkinkan untuk dilakukan Toko Doughsis saat ini, maka peneliti memberikan rekomendasi untuk melakukan konsinyasi. Konsinyasi berarti menitipkan produk yang dijual ke toko lain yang sejenis. Hal ini dapat lebih mudah dilakukan dengan melakukan kerjasama sehingga Toko Doughsis

dapat merangkul pelanggan dari kota lain dan penjualan mengalami peningkatan.

4. Rekomendasi untuk temuan yang keempat adalah Toko Doughsis dapat menambah jenis produk dan varian rasa agar pelanggan tidak merasa bosan. Karena bahan dasar yang digunakan Toko Doughsis untuk membuat semua produknya adalah ubi, maka Toko Doughsis dapat menambah berbagai jenis produk lain yang berbahan dasar ubi, seperti bakpao, bolu kukus, bola ubi, pukis, dan lain sebagainya. Jadi, pelanggan dapat memakan ubi namun dengan jenis makanan yang berbeda-beda atau bervariasi, dimana dapat dibeli dalam satu toko yang sama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arens, A. A., Elder, R. J., Beasley, M. S., & Hogan, C. E. (2017). *Auditing and Assurance Services*. US: Pearson Education Limited.
- Azanella, L. A. (2021). *Kompas*. Retrieved from [kompas.com](https://kompas.com): [kompas.com](https://kompas.com)
- Daya, T. P. (2021). "daya". Retrieved from [daya](https://www.daya.id) website: <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pemasaran/jenis-strategi-pemasaran-produk-yang-efektif-dijalankan>. (Diakses pada 20 Mei 2021)
- Doughsis. (2018, October). *Instagram Doughsis*. Retrieved from [https://www.instagram.com/\\_doughsis/](https://www.instagram.com/_doughsis/). (Diakses pada 20 Mei 2021)
- Hayes, R., Wallage, P., & Gortemaker, H. (2014). Principles of Auditing. In R. Hayes, P. Wallage, & H. Gortemaker, *Principles of Auditing* (p. 10). United Kingdom: McGraw-Hill International Company.
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 89.
- Ir. Agustina Shinta, M. (2011). *Manajemen Pemasaran* (p. 1). Malang: UB Press.
- Novika, S. (2020, May 20). *detikFinance*. Retrieved from [finance.detik.com](https://finance.detik.com). (Diakses pada 2 April 2021)
- Pristiandaru, D. L. (2021, April 15). *kompas*. Retrieved from [kompas.com](https://kompas.com): [kompas.com](https://kompas.com). (Diakes pada 2 April 2021)
- Reider, R. (2002a). *Operational Review* (p. 2). John Wiley & Sons, Inc.
- Reider, R. (2002b). *Operational Review* (pp. 2-3). Canada.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2012). *Accounting Information Systems*. US: Pearson Education Limited.

Santia, T. (2021). "Industri Makanan dan Minuman paling terdampak virus corona".

*Liputan 6*. Retrieved from <https://www.liputan6.com/bisnis/>. (Diakses pada 2 April 2021)

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. United Kingdom.

Tarjo. (2019). *Metode Penelitian Sistem 3x Baca* (p. 28). Yogyakarta: CV Budi Utama.

Wikipedia. (2021). "Pandemi Covid-19". Retrieved from <https://id.wikipedia.org/wiki/>. (Diakses pada 2 April 2021)

