

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisa dan kedua tes pasar yang telah dilakukan penulis untuk menguji ide pengembangan bisnis keluarga dengan membentuk satu unit bisnis baru yaitu Sima Design yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa hasil yang didapatkan cukup memuaskan. Pengembangan bisnis dilakukan dengan menerapkan strategi S-O yang didapatkan dari hasil analisa SWOT, Strategi S-O dengan memanfaatkan peluang (*opportunity*) yang ada di lingkungan eksternal bisnis dengan memaksimalkan kekuatan (*strength*) yang dimiliki internal bisnis Sima Design.

Kekuatan yang dimiliki bisnis yaitu sumber daya yang sudah dimiliki seperti sumber daya manusia, alat produksi, tempat produksi dan bahan sisa yang melimpah, berdasarkan hal tersebut, bisnis Sima Design memproduksi produk sandal dari limbah yang ada untuk memanfaatkan peluang dari tren pasar yang sedang terjadi yaitu meningkatnya kesadaran masyarakat atas produk ramah lingkungan.

Ide produk pemanfaatan limbah memberikan nilai lebih pada produk dalam bentuk diferensiasi dari produk sandal lokal lainnya yaitu produk *recycle*. Sima Design melakukan pemasaran *green marketing*, produk sandal Sima Design di kemas dengan mengangkat isu-isu lingkungan untuk menarik konsumen yang peduli lingkungan melalui konten di Instagram.

Setelah mendapatkan *feedback* dari hasil tes pasar pertama, didapatkan nominal harga yang sesuai untuk produk sandal yang akan dijual pada tes pasar kedua kemudian dari tes pasar kedua didapatkan margin profit sebesar 43% dari hasil penjualan yang dilakukan selama satu bulan.

Kesimpulan yang didapatkan yaitu ide pengembangan bisnis ini menunjukkan respon positif dari pasar yang dituju atas produk yang dijual dan berjalan dengan baik sesuai dengan target penulis. Oleh karena itu perlu dikembangkan secara lebih dalam untuk pengembangan lebih lanjut dari unit bisnis ini.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil dari pengujian ide pengembangan bisnis pada skripsi, penulis memberikan beberapa rekomendasi dari segi strategi fungsional untuk digunakan pada bisnis Sima Design di masa yang akan datang. Strategi fungsional ini perlu diimplementasikan pada bisnis untuk membantu bisnis perihal pengelolaan sumber daya dan menentukan cara atau sistem paling efisien pada setiap bidang strategi agar tujuan bisnis tercapai. Berikut ini adalah beberapa strategi fungsional yang telah dirampungkan oleh penulis:

### 1. Pemasaran

Penulis akan tetap menggunakan strategi *green marketing* untuk diimplementasikan pada bisnis sebagai strategi pemasaran. Tujuan menggunakan *green marketing* pada *green business* ini adalah untuk menarik target pasar yang sesuai dengan *image* dan produk yang ditawarkan Sima Design dan menyampaikan kepada konsumen bahwa bisnis ini menjalankan prinsip peduli lingkungan dan mendorong konsumen untuk mulai merubah gaya hidup yang lebih ramah lingkungan menggunakan konten di media sosial Instagram, Youtube dan Tiktok.

Strategi *green marketing* ini dapat terus dikembangkan dengan membuat konten *campaign* yang akan dibagikan kepada konsumen, berisikan konten tentang ramah lingkungan dan mengajak masyarakat untuk ikut serta melestarikan bumi.

Penulis juga merekomendasikan untuk memasarkan produk menggunakan *branding strategy* untuk membangun identitas yang kuat, agar *image* ramah lingkungan melekat pada brand dan pesan ramah lingkungan tersampaikan kepada masyarakat. Setelah Sima Design memiliki *brand image* yang kuat, penulis akan melakukan kolaborasi dengan menggaet beberapa seniman dan desainer lokal untuk membuat produk edisi baru, hal ini dapat menambah *brand awareness* dan sebagai bentuk pemasaran.

## **2. Keuangan**

Strategi fungsional pada bidang keuangan juga direkomendasikan oleh penulis, suatu bisnis perlu memiliki *financial plan* atau perencanaan keuangan bisnis agar semua rencana keuangan, target bisnis dapat tercapai, agar keuntungan yang didapatkan bisnis maksimal dan bisnis semakin berkembang. Perencanaan keuangan dilakukan dengan cara melakukan pencatatan keuangan bisnis perhal keuangan dan pendapatan.

Dalam perencanaan keuangan bisnis Sima Design perlu dibuat proyeksi penjualan selama satu tahun kedepan untuk memperkirakan laba kotor (*gross margin*) yang didapatkan dan membuat perkiraan arus kas untuk menunjukkan arus keluar masuknya uang tunai dalam bisnis, agar bisnis tidak kekurangan dana dan dapat tetap berjalan. Penyusunan skema keuangan terkait kapasitas produksi dari bisnis Sima Design juga perlu untuk disusun, perhitungan mengenai jumlah limbah yang akan dibutuhkan dalam kurun waktu satu tahun perlu diperhitungkan untuk menghindari kekosongan *inventory* bahan baku di pabrik.

Target pendapatan dari bisnis Sima Design perlu disusun untuk melihat apakah bisnis ini menguntungkan secara perhitungan keuangan dan melihat peluang lain yang ada. Target pendapatan akan dihitung dengan meninjau kapasitas produksi maksimal yang dimiliki pabrik atau wokshop Tegep Boots.

## **3. Insani**

Penulis merekomendasikan Sima Design untuk menambah jumlah karyawan di masa yang akan mendatang agar terbentuk tim khusus unit bisnis Sima Design. Tenaga kerja yang dibutuhkan bisnis ini adalah orang yang memiliki keahlian pada bidang *graphic design*, *design product* dan dibutuhkan untuk membentuk tim pemasaran.

Rekrutmen seleksi sumber daya manusia untuk lowongan kebutuhan atas karyawan baru yang dapat dilakukan melalui media sosial Instagram dengan konten *hiring* dan *platform* LinkedIn yang dibagikan kepada orang sedang yang mencari pekerjaan pada bidang tersebut.

Kualifikasi untuk posisi *graphic designer* antara lain kreatif, memiliki komunikasi yang baik dalam lisan maupun tulisan dan menguasai penggunaan *software* Adobe, Photoshop dan Figma dan kualifikasi untuk posisi *product designer* antara lain memiliki ide kreatif, kemampuan untuk mendesain dan dapat mengkomunikasikannya secara visual.

#### **4. Operasi**

Penulis merekomendasikan agar Sima Design tetap menggunakan sistem produksi yang sama. Karena untuk saat ini, kapasitas produksi di *workshop* Tegep Boots terutama seperti mesin produksi yang tersedia, masih dapat memenuhi kebutuhan unit bisnis Sima Design dan tidak diperlukan penambahan unit mesin.

Untuk di masa yang akan datang, penulis juga merekomendasikan untuk menambah *supplier* limbah sisa produksi dari berbagai rumah produksi lain pada bidang industri kulit. Persediaan limbah yang dibutuhkan Sima Design dapat dicari dan dibeli dari daerah kawasan industri kulit Cibaduyut,

Selain dari segi strategi fungsional, Sima Design juga akan mendaftarkan legal usaha terkait perizinan bisnis untuk membuat SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), Akta Pendirian Usaha, Merek Dagang dan dokumen untuk perizinan usaha lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Femina*. (2019, September 30). Retrieved from Femina.co.id:  
<https://www.femina.co.id/trending-topic/ramah-lingkungan-jadi-tren-dan-nilai-tambah-produk>
- Rahmi, N. (2016). Pengolahan Limbah Kulit sebagai Aplikasi Dekoratif Untuk Produk Tas.
- The Rise of The Eco-friendly Customer*. (2021, Juli 18). Retrieved from [strategy-business.com](http://strategy-business.com)
- Industri adalah Kegiatan Manufaktur, Ini Pengertian Menurut Para Ahli dan Jenisnya*. (2019, Januari 17). Retrieved Januari 2022, from [Liputan6.com](http://Liputan6.com):  
[Liputan6.com](http://Liputan6.com)
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedakan Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Siahaan, H. (2009). *Manajemen Risiko pada Perusahaan dan Birokrasi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Hall, J. S. (1847). *The Book of The Feet: A History of Boots and Shoes*. W.H. Graham.
- Hare, T. (2006). *Daur Ulang*. Jakarta : PT. Rosda Jayaputra.
- Anoraga, P. (2007). *Pengantar Bisnis*. Jakarta : Penerbit Rineka Cipta.
- Afuah, A. (2004). *Business Model*. New York: Mc-Graw-Hill.
- Pigneur, O. &. (2010). *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Pigneur, O. &. (2014). *Value Proposition Canvas*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Lozada, A. M. (1993). *Green Marketing Education: A Call For Action "Marketing Education Review"*.
- Lozada, H. (2000). *Ecological Sustainability and Marketing Strategy: Review and Implication*. Seton Hall University.
- Haryadi, R. (2009). *Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Pilihan Konsumen Melalui Pendekatan Marketing Mix*. Universitas Diponegoro , Semarang.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (2021, Desember 15). Retrieved from <https://kbbi.web.id/industri>
- Kristiani, N. (2016). Analisis Perbedaan Penerapan Praktik "Green Business" Terhadap Fungsi Bisnis Berdasarkan Faktor Demografis Perusahaan: Studi Persepsi Pada UKM Di Yogyakarta. *Jurnal Eksekutif*, 193.