

BAB IV

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan pada bagian sebelumnya, penulis dapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

4.1. Kesimpulan Bisnis

“*Clockwerk*” didirikan oleh Fadlullah Budi Setya, bisnis yang dibuat adalah hobi dari pemilik dan sekaligus untuk memenuhi salah satu prasyarat tugas kuliahnya. Namun seiring waktu, sang pemilik semakin melihat peluang yang luas dari bisnis ini sehingga selalu berupaya untuk terus mengembangkan dan meningkatkan segala hal positif yang berkaitan dengan “*Clockwerk*” itu sendiri. Bisnis ini sekarang semakin berkembang dan akan terus meningkat demi memenuhi segala target yang telah di rencanakan pemiliknya.

Bisnis ini memiliki prospek atau peluang usaha yang besar, memiliki produk kreatif, inovatif, dan harga yang terjangkau, namun produk yang tetap eksklusif membuat produk ini memiliki tujuan yang tidak hanya berorientasi pada profit semata melainkan bertekad untuk menjadi *problem solver* dari segala permasalahan yang ada.

Namun setiap bisnis tidak selalu berjalan mulus, pasti akan selalu memiliki kelemahan dan faktor yang menjadi kelemahan dari “*Clockwerk.bdg*” diantaranya adalah berupa produk yang terbilang baru, membuat para calon konsumen tidak mengetahui jelas dengan *detail* produk, mulai bermunculan para pesaing baru dengan harga lebih rendah, selain itu keterbatasan sumber daya yang dimiliki baik berupa modal, dan sumber daya manusia pun menjadi kelemahan dari produk ini.

4.2. Strategi ke Depan

Berdasarkan pada hasil analisa bisnis serta pengalaman yang telah dijalani beberapa waktu ini, penulis pada akhirnya menyimpulkan beberapa rencana yang harus dijalani untuk bisnis ini agar semakin berkembang dan dapat bertahan. Salah satu rencana tersebut tidak lain adalah dengan membuat inovasi lain seputar kayu, tidak hanya membuat poster kayu namun penulis berencana untuk memperlebar bisnis ini dengan membuat *furniture* dan kerajinan lainnya yang berbahan dasar kayu seperti dan tentu penulis akan melakukan kerjasama pada pihak terkait yang sekiranya membantu memperluas jaringan atau koneksi untuk bisnis ini. Kerjasama dengan toko atau *cafe* untuk membuat *gallery* poster kayu, agar konsumen lebih mengenal produk ini. Salah satu inovasi kedepan yang masih menjadi percobaan kedepannya adalah produk foto kayu *glow in the dark*.

DAFTAR PUSTAKA

Kutipan Buku

Zimmerer, T.W., and Scarborough, N. M. 2008. Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil. Salemba Empat. Jakarta

Kotler, P and Keller, K.L. 2012. *Marketing Management*. Edisi 14. Global Edition. Pearson Prentice Hall.

Website

www.statista.com/chart/6389/americas-most-wanted-sneaker-brands/

(18 September 2016 pukul 21.00 WIB)

www.chucksconnection.com/marketing.html

(18 September 2016 pukul 21.20 WIB)

www.contohdanfungsi.blogspot.co.id/2013/07/3-strategi-strategi-intensif-menurut

(19 Februari 2017 pukul 21.07 WIB)