

BAB IV

KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan Bisnis

Kelvin Tekstil merupakan bisnis ke konsumen langsung (*B to C*) dengan target penjualan ke seluruh lapisan konsumen yang berada di daerah pinggiran serta kota besar di Indonesia. Mulai tahun 2016 Kelvin Tekstil mengalami banyak perubahan dalam segi pemasaran, pengelolaan gudang produk, pembenahan desain foto produk, dan peningkatan pelayanan terhadap konsumen seperti *after sales service*. Hal tersebut juga menjadi kekuatan Kelvin tekstil sebagai perusahaan *retail textile* yang cukup dikenal untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara luas. Loyalitas konsumen Kelvin Tekstil, bisa dilihat dari pendapatan yang didapatkan dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan secara signifikan. Hal tersebut terjadi karena adanya peningkatan penjualan secara retail maupun grosir dari pelanggan baru maupun pelanggan tetap. Selain itu, untuk ke depannya Kelvin Tekstil akan mengembangkan pemasarannya lebih jauh lagi melalui *digital media marketing / E – Commerce*. Hal ini dapat memudahkan konsumen dalam pemilihan produk dan transaksi pada Kelvin Tekstil.

Kelvin Tekstil tidak hanya sebuah bisnis saja, tetapi memiliki tujuan besar yaitu menjadi perusahaan yang dapat tumbuh bersama dalam meningkatkan kesejahteraan perekonomian bagi banyak orang. Maka dari itu Kelvin Tekstil memiliki strategi bisnis untuk mengajak kerjasama dengan para pelanggan untuk menjadi agen *re-seller* Kelvin Tekstil. Selain itu, kerjasama lainnya adalah dengan para tenaga penjahit profesional yang dapat dipercaya secara *online* dan *offline*.

4.2 Strategi Bisnis

Setiap bisnis yang berjalan pasti membutuhkan evaluasi pencapaian serta strategi yang diterapkan. Dalam penerapan strategi yang telah berjalan,

tentunya masih ada hal – hal yang perlu diperbaiki untuk mencegah terjadinya *bottle neck*. Kelvin Tekstil memiliki rencana strategi ke depannya untuk mencegah terjadinya *bottle neck* tersebut dengan rencana sebagai berikut :

4.2.1. Menambah kapabilitas keanekaragaman jenis produk dan menambah jumlah mitra ekspedisi untuk pengiriman.

Keanekaragaman produk yang tersedia di suatu toko atau perusahaan dagang ini sangatlah penting, karena banyaknya pilihan produk yang tersedia bagi konsumen merupakan suatu hal yang menarik dan dapat menjadi salah satu keunggulan dari para pesaing yang sejenis lainnya. Kelvin Tekstil akan terus berkembang ke depannya dengan bantuan para supplier yang akan menyediakan berbagai macam kebutuhan produk. Selain itu, penambahan jumlah mitra ekspedisi pengiriman dalam bidang bisnis ini menjadi hal yang cukup penting, karena bidang bisnis ini memiliki cakupan konsumen yang luas di seluruh Indonesia, maka peningkatan jalur distribusi ini adalah salah satu solusinya. Mendapatkan harga pengiriman yang cukup terjangkau oleh mitra ekspedisi pengiriman, merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan penjualan. Hal tersebut terjadi karena biaya kirim pada cargo / ekspedisi yang cukup besar memiliki minimum quantity untuk pengiriman, contoh : harga pengiriman ke kota Pekanbaru adalah Rp. 4.000 / kg dengan minimum quantity 20 kg. Jadi jika pembeli mengirimkan barang dengan berat 2 kg, tetap harus membayar biaya pengiriman sebesar 20 kg. Hal inilah yang dapat mengubah pemikiran pembeli untuk menambah jumlah pembelian sebelumnya.

4.2.2 Melihat, menganalisis, dan mengikuti tren fesyen yang sedang berkembang agar dapat mudah diterima oleh masyarakat / calon konsumen.

Perubahan tren fesyen sangatlah cepat, karena banyaknya ide ide kreatif yang lahir dari para desainer di dunia khususnya Indonesia. Hal inilah yang harus sangat diperhatikan oleh Kelvin Tekstil, karena perubahan tren fesyen dapat mengakibatkan perubahan daya beli dari masyarakat, salah satu contohnya : Bulan Agustus 2017 kemarin adanya produk baru yang dipakai oleh artis Nagita Slavina, semua lapisan konsumen langsung beralih dan berminat untuk produk tersebut.

Owner Kelvin Tekstil (penulis) cukup kewalahan dalam memenuhi permintaan pasar, tetapi hal ini menjadi salah satu dongkrak untuk mencapai keuntungan yang lebih tinggi daripada hari – hari biasa. Keuntungan perusahaan dari adanya perubahan tren fesyen ini meningkat sebesar 40%, maka dari itu sangat penting untuk mengikuti tren fesyen yang sedang berkembang di masyarakat.

4.2.3. Menjaga kualitas produk maupun layanan agar loyalitas pelanggan tetap terjaga dan terus meningkat.

Konsisten dalam menjaga kualitas dari segi produk dan layanan merupakan hal yang penting bagi sebuah operasional bisnis supaya bisnis tersebut dapat berkembang. Konsumen yang puas akan layanan yang diberikan serta kualitas produk yang baik akan menjadi tenaga pemasaran Kelvin Tekstil melalui *WOM marketing*. Maka dari itu, Kelvin Tekstil selalu menerapkan konsistensinya lewat tagline “ *Give The Best High Quality Ever* “. Selain itu, dalam menjaga kualitas produk yang diberikan kepada konsumen, Kelvin Tekstil melakukan proses pengecekan ulang terhadap semua produk yang masuk ke gudang sebelum masuk ke toko (untuk online maupun offline). Hal tersebut berguna agar kepuasan konsumen tetap terjaga. Konsumen yang puas akan loyal terhadap *brand* Kelvin Tekstil, konsumen yang loyal biasanya akan melakukan pembelian kembali kepada *brand* tersebut dan enggan untuk berpindah supplier. Di samping itu, dapat diambil contoh salah satu pelanggan tetap Kelvin Tekstil yaitu Bu Sri dari Jakarta. Beliau adalah salah satu pemilik kios / toko tekstil besar di Pasar Senen, Jakarta. Beliau menjadi tenaga pemasar lewat *WOM marketing* dengan memberitahukan kepada bisnis tekstil relasinya yang berada di Bali yaitu Pa Dodi (Distributor textile besar / pemborong, khususnya kain brukat). Kelvin Tekstil belajar dari hal tersebut, maka ang menjadi orientasi utama Kelvin Tekstil adalah kepuasan konsumen.

4.2.4. Meningkatkan penjualan secara *online* dan *offline* dengan melakukan berbagai kerjasama dengan mitra tertentu.

Sumber pendapatan terbesar dan satu satu nya Kelvin Tekstil adalah lewat kuantitas penjualan produk kain brukat . Peningkatan penjualan tersebut dapat diperoleh lewat penambahan reseller atau pelanggan baru. Terbukti

peningkatan penjualan Kelvin Tekstil selalu meningkat dari tahun ke tahun. Peningkatan tersebut terjadi karena adanya penambahan jumlah produk serta penggunaan bantuan media promosi atau pemasaran secara online. Untuk peningkatan penjualan secara offline, untuk saat ini hanya dengan cara *WOM marketing*.

4.2.5. Menambah modal lewat peningkatan penjualan.

Modal merupakan salah satu faktor penting untuk mendukung perkembangan bisnis Kelvin Tekstil. Modal yang besar akan menambah keanekaragaman produk di toko. Selain itu, dengan modal yang besar maka pembelian dalam jumlah banyak akan mendapatkan harga yang lebih murah bila dibandingkan pembelian dengan jumlah yang lebih sedikit. Dengan adanya peningkatan modal tersebut, maka pengembangan kapabilitas distribusi akan meningkat. Bila kapabilitas meningkat, maka diharapkan dapat memenuhi permintaan konsumen secara luas. Saat ini, Kelvin tekstil memiliki modal yang terbatas, namun masih dapat mencukupi untuk pemenuhan permintaan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

<http://poskotanews.com/2016/01/23/menperin-industri-tekstil-berkontribusi-besar-pertumbuhan-ekonomi/>

(20 Januari 2017 pukul 19.37 WIB)

<https://fitinline.com/article/read/kain-brokat/> (20 Januari 2017 pukul 20.25 WIB)

https://id.wikipedia.org/wiki/Analisis_lima_kekuatan_Porter (15 September 2017 pukul 14.35 WIB) <http://www.maxipedia.com/SWOT+analysis+matrix+method+model> (15 September 2017 pukul 15.24 WIB)

<https://www.mindtools.com/pages/article/stp-model.htm>
(15 September 2017 pukul 17.32 WIB)

<http://www.sarjanaku.com/2012/12/pengertian-merek-brand-definisi-makalah.html>
(10 Januari 2017 pukul 21.25 WIB)