

BAB 4

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

“YBF BANDUNG” merupakan *business to business* dan *business to consumer*, karena dalam transaksi penjualannya “YBF BANDUNG” melakukan penjualan secara langsung (*directselling*) dengan pasar burung, *breeder* lain, dan dengan konsumen.

Penulis menyimpulkan dari kegiatan bisnis perternakan burung *lovebird* ini sangat menjanjikan, karena cara perawatannya tidak terlalu sulit untuk pemula atau yang baru ingin memelihara. Selain dari cara perawatannya, berternak burung jenis ini juga bisa dijadikan bisnis/usaha sampingan yang menguntungkan dan biaya yang dikeluarkan tidak terlalu besar.

Penulis menyimpulkan juga bahwa faktor penentu dari proses perkembangbiakkan burung cinta adalah cuaca. Jika cuaca cukup dingin, indukan akan lebih fokus untuk mengerami telur. Sementara bila cuaca panas atau musim kemarau, indukan tidak mau mengerami telurnya, dikarenakan suhu di dalam kotak sarangnya terlalu panas dan menyebabkan telur gagal menetas.

4.2 Strategi ke Depan

Bisnis pengembangbiakan burung *lovebird* “YBF BANDUNG” ini terbukti cukup menjanjikan. Salah satu faktor kunci yang berperan adalah kepuasan konsumen. Penulis berpendapat bahwa kelangsungan bisnis dimulai dari kepercayaan konsumen atas produk yang ditawarkan penulis, yang berujung pada kepuasan dan *long-term relationship*.

Penulis juga merencanakan beberapa strategi untuk mengembangkan bisnis pengembangbiakan burung *lovebird* ini. Beberapa strategi yang dilakukan oleh bisnis “YBF BANDUNG” di masa yang akan datang diuraikan di bawah ini.

- **Fokus pada hasil ternak dan layanan**

Penulis ingin lebih memfokuskan lagi terhadap pemilihan indukan yang ingin dternak, karena dari pemilihan indukan yang berkualitas bagus (memiliki keturunan trah jawara) akan menghasilkan anakan yang sama kualitasnya dengan kedua indukannya. Disamping itu pelayanan yang diberikan harus selalu menjamin kepuasan konsumen. Misalnya dengan cara, tidak sekedar mengiklankan foto produk saja, tetapi juga langsung

membawa produk ke konsumen yang berminat di dalam kota, walaupun konsumen tersebut belum tentu membeli produk yang bersangkutan.

- **Meningkatkan Pemasaran Digital**

Saat ini pemasaran melalui media digital sudah dilakukan, akan tetapi perlu untuk terus meningkatkan media pemasaran secara digital, karena kebanyakan masyarakat pencinta burung lovebird trah jawara tidak terlepas dari penggunaan gadget untuk update informasi. Tetutama para pengikut kontes maupun lomba burung berkicau, akan selalu mencari burung yang sesuai dengan keinginannya yang akan diikuti lomba maupun kontes.

“YBF BANDUNG” ingin membuat pemasaran besar-besaran melalui media digital dengan rancangan seperti di bawah ini.

- a. Membuat akun social media seperti instagram, line.
- b. Membuat website dengan tujuan melakukan branding melalui media digital.

- **Inovasi *One Shop-Stopping***

Selain *breeding* , “YBF BANDUNG” berencana untuk menawarkan jasa *grooming* sebagai salah satu inovasi *one shop-stopping*, hal ini dilakukan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan dan dianggap dapat meningkatkan loyalitas pelanggan “YBF BANDUNG”. Dengan adanya loyalitas konsumen maka akan timbulnya perilaku pembelian ulang yang akan menambahkan income “YBF BANDUNG”. “YBF BANDUNG” juga ingin menambahkan produk yang akan dijual seperti sangkar untuk lomba dan accesories penunjang hewan peliharaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan *income* “YBF BANDUNG” sendiri. Hal ini bertujuan agar para pelanggan dapat menikmati *one shop-stopping service* dari “YBF BANDUNG”, pelanggan dapat merasa lebih nyaman karena segala kebutuhan hewan peliharaannya dapat terpenuhi di satu tempat saja, yaitu “YBF BANDUNG”.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Sundjaja, R., dan Barlian,I., 2003, Manajemen keuangan 2, Literata Lintas Media
- Nuraida, I., 2008, Manajemen Administrasi Perkantoran, Kanisius, Yogyakarta
- Aulia,I., 2010 Manajemen Operasi, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Mulyadi,2010, Akuntansi Biaya Edisi 5, Yogyakarta
- David, F.R., 2006. Manajemen Strategis. Edisi Sepuluh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Rangkuti, F., 2006, Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

WEBSITE

- www.hargadipasarburung.2017.com diunduh pada tanggal 03 April 2018 pukul 13.00 WIB.