

BAB IV

KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan Bisnis

Michael *Hardware* merupakan salah satu bisnis *online* bahan bangunan pertama yang ada di Bandung dengan segmentasi kelas menengah. Michael *Hardware* memiliki lebih dari 1.000 produk yang dijual dan merupakan produk yang sering dibutuhkan oleh konsumen. Bisnis yang dilakukan adalah *B to C* atau *Buyer to Costumer*. Michael *Hardware* sendiri mengambil potensi dari penjualan *online* untuk meningkatkan pendapatan dari toko *offline* yaitu Bintang Jaya. Tujuan lain dari Michael *Hardware* selain meningkatkan pendapatan adalah untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam berbelanja bahan bangunan khususnya bahan bangunan renovasi sehingga tanpa harus datang ke toko dapat langsung membeli produk bahan bangunan serta memberikan harga yang terjangkau kepada masyarakat.

Secara umum, bisnis Michael *Hardware* mengalami peningkatan yang besar dilihat dari target yang telah dicapai. Melihat kondisi yang sebenarnya, Michael *Hardware* membutuhkan banyak evaluasi dan pengembangan dalam banyak hal. Kerugian pada bulan April 2018 merupakan salah satu kondisi yang membuat Michael *Hardware* memerlukan evaluasi dan pengembangan lanjutan. Kerugian disebabkan oleh kondisi daripada ekonomi dan kesalahan-kesalahan yang terjadi saat pelaksanaan bisnis.

4.2 Strategi Bisnis

Bisnis tanpa strategi tidak akan berjalan dengan baik. Strategi menjadi alat utama untuk menentukan langkah bisnis yang diambil. Setiap bisnis memiliki strategi yang berbeda tergantung kepada tujuan dan target yang akan dicapai. Michael *Hardware* sendiri memiliki strategi bisnis yang dianggap mampu untuk menjalankan bisnis sesuai dengan target yang diharapkan. Strategi tersebut yaitu:

1. Promosi *online* dan *offline*

Promosi secara *online* dimaksudkan dengan promosi melalui media sosial seperti *line*, *facebook*, dan *instagram*. Promosi secara *offline* dimaksudkan dengan promosi melalui media poster dan *word of mouth*. Kombinasi 2 (dua) pemasaran ini memberikan dampak besar bagi Michael *Hardware* khususnya untuk mendapatkan konsumen yang mengunjungi dan membeli produk Michael *Hardware*.

2. Penetapan harga jual di bawah rata-rata

Harga menjadi strategi penting yang berpengaruh pada proses penjualan. Salah dalam menetapkan harga membuat bisnis akan kalah bersaing. Michael *Hardware* mempunyai prinsip harga harus di bawah rata-rata toko karena harga yang sama tidak akan memberikan poin lebih dan akan membuat konsumen tidak tertarik dan memilih membeli produk bahan bangunan pada toko bangunan terdekat secara langsung. Penentuan harga jual tidak sembarangan karena melihat dari harga pokok, keuntungan, dan harga jual rata-rata.

3. Tidak membebankan ongkos kirim kepada konsumen

Bisnis *online* rata-rata memberikan biaya kirim untuk setiap transaksi penjualan. Alasan utama tidak membebankan biaya kirim kepada konsumen adalah agar konsumen tidak melihat bisnis toko bangunan ini sebagai bisnis biasa dan dengan biaya kirim membuat konsumen memilih membeli langsung ke toko bangunan terdekat daripada toko *online*. Resiko yang didapat dengan menghilangkan biaya kirim adalah penambahan biaya yang mengurangi keuntungan atau laba yang didapat.

Strategi-strategi yang dilakukan oleh Michael *Hardware* sangat membantu dalam penjualan. Target bisa tercapai meskipun tidak mendapat keuntungan bahkan merugi. Di masa yang akan datang, Michael *Hardware* akan menambahkan beberapa strategi baru agar bisnis dapat bertahan dan dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi. Strategi yang akan diterapkan dikemudian hari dikutip dari sebuah buku yang berjudul “Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil”, karangan Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scarborough tahun 2009 menjelaskan bahwa strategi-strategi berbisnis di *website* adalah

1. Tarik Pengunjung dengan Memberikan “Hadiah Gratis atau *Giveaway*”
Memberikan suatu secara gratis dapat menarik banyak konsumen untuk mengunjungi situs dan membeli di situs tersebut. Rata-rata konsumen selalu membeli produk yang memberikan sesuatu secara gratis seperti membeli 1 (satu) produk gratis 1 (1) produk lain. Kebiasaan ini sudah terjadi sejak lama sehingga dengan melihat kebiasaan dari konsumen menjadi pertimbangan dari Michael *Hardware* untuk melakukan strategi ini di masa yang akan datang.
2. Gunakan *E-mail* secara kreatif, tetapi jangan sampai *spammer*
Tidak hanya menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran, media *e-mail* juga dapat membantu dalam melakukan pemasaran dan menarik konsumen untuk datang ke web dan berbelanja. Rata-rata masyarakat sudah mengenal *e-mail* dan menggunakan *e-mail* dalam berbagai kebutuhan seperti berbisnis dan pengiriman dokumen. Akhir-akhir ini beberapa perusahaan seperti Blibli.com melakukan promosi suatu produk melalui *e-mail marketing* dan promosi yang dilakukan cukup menarik. *E-mail marketing* menjadi suatu pilihan strategi yang akan diterapkan oleh Michael *Hardware* karena melihat dari beberapa toko *online* yang melakukan cara tersebut untuk menarik lebih banyak konsumen. Hal penting yang perlu dilihat adalah konten dari promosi yang akan dilakukan jangan sampai membuat konsumen malas melihatnya. Perlu dilakukan perencanaan yang tetap disesuaikan dengan produk yang dijual sehingga *e-mail marketing* tidak menjadi *spammer*.
3. Perhatikan situs anda menjunjung tinggi “kredibilitas”
Konsumen selalu mencari produk yang pasti dan umum digunakan. Produk-produk yang kurang terkenal selalu dilewati padahal kualitas sama dengan produk yang kurang dikenal bahkan jauh lebih baik. Dalam hal ini, Michael *Hardware* melakukan penjualan produk yang kurang terkenal membuat banyak konsumen membatalkan transaksi padahal fungsi dan kualitas yang diberikan sama. Michael *Hardware* akan melakukan strategi lain dimana

menjual 2 jenis produk yaitu produk yang terkenal dan produk yang kurang dikenal dengan harga murah.

4. Pertimbangkan untuk membangun aliansi strategi

Menjalin hubungan bisnis dengan perusahaan-perusahaan besar akan membantu membangun bisnis kecil menjadi lebih besar. Michael *Hardware* perlu menerapkan strategi ini untuk membangun bisnis agar tidak diam di tempat. Menjalin hubungan dengan perusahaan-perusahaan besar yang selalu membutuhkan bahan bangunan guna renovasi perlu dilakukan. Aliansi yang dibangun tidak bisa asal karena hubungan akan terjalin cukup lama dan akan mempertaruhkan nama dan harga diri bisnis serta pemilikinya.

4.3 Evaluasi bisnis

Evaluasi akhir dari bisnis Michael *Hardware* yang telah dilakukan selama 2 (dua) terakhir adalah bisnis toko bangunan *online* yang perlu pengembangan dan evaluasi baik secara strategi maupun proses bisnis yang dijalankan. Kerugian yang dialami pada bulan pertama dan kedua penjualan bukanlah menjadi alasan utama melakukan pengembangan dan evaluasi. Alasan perlunya pengembangan dan evaluasi adalah kinerja bisnis yang kurang maksimal selama proses bisnis dijalankan sehari-hari. Masih banyak kekurangan dari Michael *Hardware* yang dikomplain seperti gambar produk, sistem pembayaran, dan kejelasan dalam informasi yang tidak dimengerti oleh konsumen. Di sisi lain perlu adanya karyawan lain yang menangani pengiriman dan mengatasi *customer service* agar tidak terjadi kembali jabatan ganda yang membuat bisnis berjalan lambat dan tidak maksimal.

Secara keseluruhan, Michael *Hardware* sudah menjalankan bisnis dengan baik sesuai dengan target dan tujuan yang dicapai. Dilakukannya pengembangan dan juga evaluasi akan memberikan perubahan bisnis yang lebih maksimal dan menghasilkan keuntungan yang lebih besar. Perencanaan jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang dirancang juga dapat berjalan jika dilakukan evaluasi dan pengembangan. Kesimpulan akhir dari Michael *Hardware* adalah

suatu toko bangunan *online* yang menyediakan berbagai kebutuhan bahan bangunan khususnya bahan bangunan renovasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Sistem *online* dan *offline* yang dilakukan mampu memberikan suatu inovasi baru bagi toko bangunan kecil yang selama ini dianggap tidak mampu untuk menciptakan suatu sistem *online*.

Visi Michael *Hardware* yaitu toko *online* yang dapat menjangkau masyarakat secara luas serta dapat membantu kebutuhan masyarakat akan bahan bangunan secara cepat, tepat, dan terpercaya” dapat tercapai jika dilakukan beberapa pengembangan dan evaluasi lanjutan. Perencanaan yang dilakukan oleh Michael *Hardware* dalam jangka waktu pendek, menengah, dan panjang merupakan perencanaan nyata yang akan dilakukan dan pasti dilakukan dengan jangka waktu yang pasti. Pendapatan yang didapat dalam bulan pertama sudah melebihi target meskipun tidak menghasilkan laba atau keuntungan namun dengan pendapatan bulan kedua yang mengalami penurunan dalam kerugian memberikan harapan bahwa penjualan pada bulan-bulan berikutnya akan mendatangkan keuntungan yang besar.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Kenrianto, Iwan. 2017. *Bisnis Online Revolution*. Jakarta. Gramedia Pustaka Indonesia

Zimmerer W., Thomas & Scarborough M., Norman. 2009. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta. Penerbit Salemba Empat

WEBSITE

Anonim. "Tempat Tinggal." <https://www.kamusbesar.com/tempattinggal>. (Diakses tanggal 6 februari 2018 pukul 13.00)

Anonim. "Pertumbuhan *E-commerce* meningkat 17 persen di Indonesia." <http://news.analisadaily.com/read/pertumbuhan-e-commerce-meningkat-17-persen-di-indonesia/402798/2017/08/24>. (Diakses tanggal 9 Februari 2018 pukul 14.00)

Hindarto, Probo. "Berapa Tahun Umur Material dan Bagian Bangunan." <http://www.astudioarchitect.com/2011/06/berapa-tahun-umur-material-dan-bagian.html>. (Diakses tanggal 9 februari 2018 pukul 12.00)

Idris, Muhammad. "Awal Desember 2017, Program Satu Juta Rumah Sudah 765.120 Unit." <https://finance.detik.com/properti/d-3757762/awal-desember-2017-program-satu-juta-rumah-sudah-765120-unit>. (Diakses tanggal 6 februari 2018 pukul 13.00)

Jurnalis. "*Wah*, Penjualan Retail Bahan Bangunan Melejit di Kuartal I". <https://economy.okezone.com/read/2017/05/24/470/1699165/wah-penjualan-retail-bahan-bangunan-melejit-di-kuartal-i>. (Diakses tanggal 6 februari 2018 pukul 13.00)

Lanin, Irvan. "Analisa PEST". <http://ivan.lanin.org/analisis-pest>. (Diakses tanggal 7 maret 2018 pukul 11.00)

Prasetya, Eka. "Evolusi Bentuk Rumha dari Masa ke Masa." <https://jempols.wordpress.com/2015/11/23/evolusi-bentuk-rumah-dari-masa-ke-masa>. (Diakses tanggal 6 februari 2018 pukul 15.00)