

BAB IV

KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan Bisnis

Rayi Raka adalah bisnis yang bergerak di bidang beras yang berbasis bisnis ke konsumen. Rayi Raka masih memiliki banyak kesempatan dalam melakukan inovasi dan branding untuk mencapai visinya yaitu menjadi brand yang dikenal di kota Bandung. Kualitas produk tetap dijaga dengan melakukan *quality control* pada setiap tahap produksi. Kualitas produk tetap dijaga untuk menjaga hubungan dengan konsumen dan langganan. Selain itu juga harga produk Rayi Raka sangat terjangkau oleh semua kalangan. Harga terjangkau dan kualitas yang baik, kepuasan konsumen pun akan meningkat dan terjaga.

Rayi Raka melakukan pemasaran melalui media sosial *online Whatsapp* untuk memperluas pangsa pasar. *Update* harga terbaru selalu diberikan kepada calon konsumen dan langganan dengan cepat.

Konsumen akan tertarik dengan produk Rayi Raka karena dijaminnya produk tidak akan adanya pemutih atau bahan – bahan kimia lainnya didalam beras, karena beras Rayi Raka baru digiling dan langsung diberikan kepada konsumen.

Relasi dengan konsumen harus dijaga. Cara untuk merawat relasi dengan konsumen adalah dengan memberikan produk yang terjamin akan keaslian beras yang tidak adanya bahan kimia, dan memberikan *service* kepada konsumen dengan cara mengingatkan jikalau akan kehabisan beras bisa langsung mengontak Rayi Raka untuk menyiapkan beras. Sehingga Rayi Raka tetap diutamakan dalam proses pembelian beras dibandingkan dengan pembelian beras merek lain. Rayi Raka juga menjual beras yang serupa dengan harga yang murah dibandingkan dengan merek lain. Proses silaturahmi dengan cara mengingatkan konsumen menjadi salah satu penjaga relasi dengan konsumen.

Menurut penulis bisnis ini tidak dapat bertahan jika hanya menjual langsung kepada konsumen dikarenakan *quantity* yang terjual sangatlah sedikit, karena penjualan beras haruslah dengan *quantity* yang sangat besar karena produsen hanya mengambil keuntungan yang sangat sedikit dari setiap kg beras yang terjual. Menurut penulis bisnis ini tidak menguntungkan bisa dilihat dari tahun 2018 bisnis ini hanya dapat memberikan keuntungan sebesar Rp 950.000,00 dalam setahun.

4.2 Strategi Ke Depan

Tujuan dari bisnis adalah penghasilan berupa uang. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal banyak cara yang dapat dilakukan. Hal ini tentu memerlukan strategi. Berikut adalah strategi Rayi Raka untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari bisnis sembako

1. Memperluas pangsa pasar

Branding yang kreatif dan inovatif akan dilakukan dalam satu tahun mendatang. Rayi Raka akan meningkatkan saluran penjualan kepada konsumen dengan cara menjual kepada rumah – rumah makan, distributor pasar – pasar, dan dengan cara online seperti menjual produk di tokopedia.

2. Inovasi produk

Rayi Raka akan selalu melakukan inovasi produk. Mengeluarkan produk-produk baru dengan berbagai macam ukuran yang menunjang penjualan di *online store* maupun di *offline store* agar para konsumen dapat memilih dengan leluasa dan selalu menjaga kualitas akan beras yang tanpa bahan – bahan kimia.

3. Meningkatkan target dan *brand*

Target adalah hal yang bisa menjadi tolak ukur keberhasilan sesuatu. Target harus tepat dan sesuai dengan potensi yang dimiliki. Target Rayi Raka dalam satu tahun mendatang adalah ingin dikenal di seluruh kota Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Nuraida, I (2014). *Manajemen Administrasi Perkantoran*. Yogyakarta. Kanisius

S. Handayani, 2008:20. *Pengantar studi dan Administrasi*

Iskandarsyah, T. (2018). *Diktat Manajemen Sumberdaya Manusia*. Universitas Katolik Parahyangan

Website

<https://www.slideshare.net/tokoberashamzah/kandungan-gizi-dan-manfaat-beras-bagi-kesehatan> diakses pada tanggal 18 Oktober 2018 pukul 19.00 WIB

<https://kakilimasubang.wordpress.com/2008/07/09/definisi-proses/> diakses pada tanggal 24 Oktober 2018 pukul 19.00 WIB