

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN**

#### **4.1. Kesimpulan Bisnis**

Djadjanan Si Neng merupakan salah satu bisnis kuliner yang berfokus di *online*. Djadjanan Si Neng memiliki 12 produk yang dijual dan merupakan 4 menu varian paket dan 8 varian bakso *frozen*. Bisnis yang dilakukan adalah B to C atau *Buyer to Costumer*. Djadjanan Si Neng sendiri mengambil potensi dari penjualan *online* untuk meningkatkan pendapatan dari *offline*. Tujuan lain dari Djadjanan Si Neng selain meningkatkan pendapatan adalah untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam memesan produk di pagi hari maka siang ataupun sore sudah dapat dikirim dengan harga yang sangat terjangkau dan kualitas yang baik serta halal 100%.

Secara umum, bisnis Djadjanan Si Neng mengalami peningkatan yang cukup meningkat dilihat dari target yang telah dicapai. Melihat kondisi yang sebenarnya, Djadjanan Si Neng membutuhkan banyak evaluasi dan pengembangan dalam banyak hal.

#### **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. Djadjanan Si Neng 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* dan *instagram*. Promosi secara *offline* dimaksudkan dengan promosi melalui *word of mouth*. Kombinasi 2 (dua) pemasaran ini memberikan dampak besar bagi Djadjanan Si Neng khususnya untuk mendapatkan konsumen yang mengunjungi dan membeli produk Djadjanan Si Neng.

## 2. Penetapan harga jual di bawah pesaing.

Harga menjadi strategi penting yang berpengaruh pada proses penjualan. Salah dalam menetapkan harga membuat bisnis akan kalah bersaing. Perlu juga ditekankan bahwa harga jual di bawah harga pesaing akan tetapi kualitas tetap baik. Hal ini bisa terjadi karena bahan baku Daging yang langsung ke pihak utama yaitu ke jagal langsung sehingga harga akan jauh dibandingkan di pasar.

Strategi-strategi yang dilakukan oleh Djadjanan Si Neng sangat membantu dalam penjualan. Target bisa tercapai meskipun tidak mendapat keuntungan bahkan merugi. Di masa yang akan datang, Djadjanan Si Neng akan menambahkan beberapa strategi baru agar bisnis dapat bertahan dan dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi.

### 4.3. Evaluasi Bisnis

Evaluasi akhir dari bisnis Djadjanan Si Neng yang telah dilakukan selama 6 (enam) bulan terakhir adalah bisnis kuliner yang perlu pengembangan dan evaluasi baik secara strategi maupun proses bisnis yang dijalankan. Kerugian yang dialami pada bulan pertama 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 Djadjanan Si Neng yang dikomplain seperti foto produk yang kurang jelas, sistem pembayaran, dan *packaging* yang kurang aman bagi konsumen dari pihak penulis menerima *complain* dari para konsumen sangat menjadi masukan sekali dan menjadi pembaharuan terhadap bisnis ini untuk menjadi lebih baik lagi, karena penulis membutuhkan masukan dari para 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, Djadjanan Si Neng sudah menjalankan bisnis dengan baik sesuai dengan target yang telah dicapai di 2 (dua) bulan terakhir ini, peningkatan pada bulan Mei 112 dan Juni 128 terjadi karena banyaknya konsumen yang membeli untuk Halal Bihalal atau *Open House* dengan acara hari Raya Idul Fitri.

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 Djadjanan Si Neng adalah suatu bisnis kuliner yang berfokus di *online*. Sistem *online* yang dilakukan mampu memberikan suatu inovasi yang saat ini sedang ramai sekali masyarakat berbelanja melalui *online* karena proses yang cepat dan tidak memakan banyak waktu. Pencapaian dari visi Djadjanan Si Neng yaitu belum tercapai karena penjangkauan konsumen yang belum meluas di Kota Bandung. Perencanaan yang dilakukan oleh Djadjanan Si Neng dalam jangka waktu pendek, menengah, dan panjang merupakan perencanaan nyata yang akan dilakukan dan pasti dilakukan dengan jangka waktu yang pasti. Dalam perencanaan yang dilakukan penulis selaku pemilik bisnis perencanaan ini masih dalam tahap evaluasi dikarenakan ada beberapa komponen yang belum berjalan dengan baik. Pendapatan pada bulan Februari hingga Juni sudah meningkat meskipun ada beberapa bulan yang belum mencapai target dan tidak menghasilkan laba atau keuntungan namun dengan pendapatan pada bulan Mei dan Juni yang cukup meningkat dengan sedikit melebihi target.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

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

### WEBSITE

[wikipedia.org/Masakan\\_Indonesia](http://wikipedia.org/Masakan_Indonesia).

(Diakses tanggal 8 April 2019 pukul 20.00)

Anonim. “struktur organisasi,” <https://kbbi.web.id/organisasi>

(Diakses pada tanggal 30 April 2019 pukul 19.00)

<https://pergikuliner.com/restaurants/bandung/bakso-aci-mas-jay-surapati>

(Diakses pada tanggal 21 Juni 2019 pukul 19.21)

<https://pergikuliner.com/restaurants/bandung/bakso-aci-mas-ganteng>

(Diakses pada tanggal 21 Juni 2019 pukul 19.21)

<https://kumparan.com/bandungkiwari/bakso-aci-mas-jay-si-kenyal-yang-pedas>

(Diakses pada tanggal 21 Juni 2019 pukul 19.42)