

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil laporan akhir *business plan*, kesimpulan dapat dibentuk sebagai berikut:

1. Penerapan Praktik Bisnis Toko Busana Muslim Kusuma Ditinjau dari Aspek Strategi, SDM, Keuangan, Operasional dan Pemasaran

Penerapan praktik yang dilakukan pada aspek strategi yaitu dengan melakukan diferensiasi usaha yang membedakan toko dengan pesaingnya yang terdiri atas diferensiasi produk, pelayanan, personil, saluran dan citra. Produk yang diambil dari *supplier* dari daerah Yogyakarta, sehingga produk yang dijual berbeda dari produk pesaing dan menyesuaikan mode saat ini. Diferensiasi pelayanan yang digunakan yaitu konsumen dapat menanyakan atau meminta pendapat kepada pegawai terkait produk yang sesuai dengan karakter konsumen tersebut. Pegawai yang dipekerjakan dibekali dengan pengetahuan fashion busana muslim sehingga dapat memberikan masukan tentang fashion busana muslim yang sedang trend dan sesuai dengan karakter konsumen, serta dibekali pelatihan agar dapat memberikan pelayanan yang ramah dan cepat tanggap akan kebutuhan konsumen. Selain itu, lokasi toko dipilih berada pada pinggir jalan penghubung dua kota, sehingga banyak konsumen yang datang berkunjung ke toko. Peletakan *banner* bertuliskan nama dan *tagline* toko berguna untuk mengenalkan toko kepada masyarakat

yang melalui toko tersebut. Selain *banner*, penyebaran *leaflet* dan pembuatan kartu nama menjadi salah satu cara penyebaran info atau pencitraan toko.

Pada aspek sumber daya manusia, Toko Busana Muslim Kusuma mempekerjakan pegawai dalam jumlah yang berbeda atau lebih sedikit jumlahnya dibanding dengan yang telah direncanakan dengan mempertimbangkan pemasukan toko agar lebih stabil dahulu. Pada bulan pertama Toko Busana Muslim Kusuma dibuka, toko mengalami hambatan terkait dengan sumber daya manusianya, yaitu terjadi beberapa kali pergantian pegawai, karena pegawai yang direkrut sebelum pembukaan toko mengajukan pengunduran diri karena ingin mencari pekerjaan di kota. Oleh karena sulitnya mendapatkan pegawai yang loyal pada toko, maka jumlah pegawai yang dipekerjakan hanya 2 orang, dan hal tersebut menjadi salah satu alasan untuk sedikit menurunkan harga jual tiap produk, karena biaya yang dikeluarkan juga berkurang. Pegawai yang baru direkrut tersebut diberi pengetahuan terkait *fashion* busana muslim, dan pelatihan di awal bulan oleh owner agar dapat memberikan pelayanan yang baik dan cepat tanggap dalam merespon keinginan konsumen.

Pada aspek operasional usaha, yang telah dilakukan oleh owner yaitu dengan menggunakan lokasi yang berbeda dari yang sebelumnya, di mana lokasi yang baru ini lebih strategis dan diharapkan dapat mendatangkan banyak pelanggan. Selain itu, operasional toko telah dilaksanakan sesuai dengan perencanaan.

Pada aspek keuangan mengalami perbedaan dari segi harga yang direncanakan dengan realisasi. Jumlah penjualan yang diperoleh pada bulan pertama belum dapat mencapai target penjualan. Proyeksi kerugian pada bulan pertama sebesar Rp3.507.671,-, namun pada pelaksanaannya Toko Busana Muslim Kusuma mengalami kerugian sedikit lebih rendah, yaitu sebesar Rp3.332.900,-. Kerugian yang diperoleh tersebut terjadi hingga bulan Maret, dan baru mendapat keuntungan pada bulan April. Keuntungan yang diperoleh bulan Desember sebesar Rp3.132.400,- di mana keuntungan tersebut telah melampaui target yang sebesar Rp3.043.888,-.

Pada aspek pemasaran, Toko Busana Muslim Kusuma menerapkan beberapa strategi, seperti menyebarkan leaflet kepada masyarakat luas, membuat kartu nama yang memudahkan konsumen untuk mengenal Toko Busana Muslim Kusuma, dan meletakkan banner yang berisikan nama dan tagline di depan toko. Selain itu, diterapkan pula paket produk beserta potongan harga atau diskon yang diberikan setiap membeli produk-produk yang ditentukan.

## 2. Penerapan Praktik Bisnis Toko Busana Muslim Kusuma Ditinjau dari Aspek Strategi, SDM, Keuangan, Operasional dan Pemasaran

Implementasi rencana strategi ini dilakukan dengan mengambil beberapa keputusan, di mana keputusan yang diambil tersebut juga didasarkan pada beberapa teori dan penelitian yang terkait dengan kondisi usaha. Sesuai dengan yang telah direncanakan, target pasar yang dituju dalam usaha ini yaitu wanita muslim usia remaja sekolah hingga pekerja dengan tingkat ekonomi

menengah ke atas. Hal tersebut dikarenakan kelompok masyarakat yang paham atau peduli pada fashion busana yaitu remaja usia SMA dan wanita pekerja kantoran yang memerlukan dukungan penampilan dalam pekerjaannya.

Selain itu, sesuai dengan rencana awal, Toko Busana Muslim dibuka di pinggir jalan penghubung Magelang-Yogyakarta sehingga banyak konsumen yang mengunjungi toko. Baneer yang bertuliskan nama toko serta tagline toko di letakan di depan toko untuk agar konsumen mengetahui posisi toko. Selain itu, desain interior dan eksterior toko disusun lebih menarik dengan jarak yang lebih luas. Pelayanan prima diberikan dalam bentuk pemberian saran fasion yang sesuai dengan kebutuhan/keinginan dan karakteristik konsumen. Oleh karena itu pegawai diberikan pengetahuan dan pelatihan agar dapat memberikan pelayanan yang baik. Terkait dengan produk, produk yang ditawarkan bervariasi dan disesuaikan tren saat ini, serta mendatangkan produk bermerek untuk menarik minat konsumen.

Namun demikian, beberapa konsumen yang berkunjung tidak begitu mempedulikan mode saat ini ketika pegawai mencoba mengenalkan produk baru toko dan kualitas bahan yang digunakan. Selain itu, untuk memenuhi tren busana muslim saat ini memerlukan biaya pengadaan yang cukup tinggi, sedangkan beberapa produknya sempat mengalami stock opnam dalam beberapa bulan karena belum laku terjual yang dimungkinkan harga yang diberikan dianggap masih tinggi oleh konsumen, di mana konsumen beranggapan bahwa kualitas antar produknya tidak jauh berbeda. Hal tersebut

menunjukkan bahwa beberapa konsumen tidak begitu memperhatikan mode tren busana muslim, namun lebih memperhatikan harga. Harga yang diberikan tiap produk lebih rendah dari perencanaan dan diberikan diskon pada beberapa produk yang telah ditentukan, dan hal ini terbukti dapat meningkatkan jumlah penjualan toko.

#### **4.2 Rekomendasi**

Berdasarkan hasil praktik bisnis Toko Busana Muslim Kusuma, dapat diperoleh beberapa hal. Praktik bisnis yang dilakukan menemukan bahwa harga masih merupakan hal terpenting yang menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memutuskan membeli produk atau tidak, terlepas dari mode tren fashion saat ini. Hal tersebut ditunjukkan dengan produk yang terjual sebagian besar merupakan produk dengan harga lebih murah. Oleh karena itu, bagi pelaku bisnis serupa disarankan untuk memberikan harga yang lebih terjangkau namun tetap memperhatikan kualitas produk itu sendiri, karena kualitas produk juga merupakan hal yang diperhatikan oleh konsumen selain harga dalam memutuskan untuk membeli atau tidak.

Hasil praktik bisnis juga menunjukkan bahwa penjualan yang diperoleh selama periode 2016 termasuk cukup tinggi meskipun belum dapat mencapai target. Jumlah penjualan tersebut didukung dengan adanya aspek pemasaran yang dilakukan oleh toko. Pemasaran yang dilakukan melalui media offline dan online. Media offline yang digunakan berupa leaflet yang diselipkan dalam surat kabar setempat, sehingga promosi yang disampaikan melalui leaflet dapat tersampaikan

pada konsumen yang membeli surat kabar tersebut. Penggunaan media offline ini dinilai cukup efektif karena jumlah pengunjung dari bulan Oktober hingga Desember 2016 mengalami peningkatan, meskipun peningkatan di bulan Desember tidak terlalu tinggi karena toko tidak dibuka secara penuh satu bulan yang disebabkan adanya keperluan pribadi *owner*. Selain itu, tingginya jumlah penjualan juga disebabkan adanya penggunaan media *online*, yaitu *Blackberry Messenger*. Beberapa konsumen membeli produk Toko Busana Muslim Kusuma melalui promosi yang dilakukan di *Blackberry Messenger*. Berdasarkan hal tersebut, pemasaran penting dilakukan untuk memperkenalkan produk serta menarik perhatian konsumen untuk membeli produk. Oleh karena itu, pelaku bisnis dapat memaksimalkan pemasaran produknya dengan menggunakan media *online* maupun *offline*, karena kedua media tersebut terbukti dapat meningkatkan jumlah penjualan.

Terkait dengan sumber daya manusia, Toko Busana Muslim Kusuma sempat mengalami kesulitan dalam memperoleh pegawai dalam jumlah yang ditentukan sesuai perencanaan, sehingga sempat mengalami beberapa kali pergantian pegawai karena pegawai tidak dapat beradaptasi dengan lingkungan pekerjaan hingga akhirnya memutuskan untuk mempekerjakan dua pegawai yang loyal dan bersedia bekerja sesuai dengan jam operasional toko. Hal tersebut menunjukkan bahwa mencari tenaga kerja yang sesuai dengan kriteria dan kesediaannya untuk bekerja di toko busana cukup sulit. Selain itu, pelatihan bagi pegawai juga tidak bisa dilakukan dengan cepat, karena pegawai tidak memiliki dasar pelayanan konsumen serta pemahaman tentang *fashion*. Berdasarkan hal

tersebut penetapan kriteria penerimaan pegawai merupakan hal yang penting karena dengan menentukan kriteria dapat diketahui kemampuan, motivasi dan pengetahuan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan, sehingga diharapkan dapat memperoleh pegawai yang sesuai untuk perusahaan.

Namun demikian, pengurangan jumlah pegawai ini dapat memberikan keuntungan bagi toko, karena dapat mengurangi biaya operasional, sehingga dapat menekan kerugian yang dalam proyeksi jumlahnya lebih besar dibanding dengan yang dialami, dan dapat meningkatkan keuntungan toko melampaui target laba yang telah ditentukan sebelumnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga, khususnya harga yang lebih rendah, dapat meningkatkan keuntungan bisnis, karena sebagian besar konsumen lebih memilih untuk membeli produk dengan harga yang lebih rendah.

Penggunaan media *online* dan *offline* dalam mempromosikan Toko Busana Muslim Kusuma yang diterapkan sudah baik. Media *offline* yang digunakan berupa penyebaran *leaflet*, sedangkan media *online* yang digunakan berupa *Blackberry Messenger*. Penggunaan media tersebut cukup efektif dalam membujuk konsumen mendatangi toko dan membeli produk. Namun perlu dikelola dengan lebih baik agar biaya yang dikeluarkan lebih efisien, khususnya penggunaan media *online*, seperti melakukan pembaharuan foto atau katalog produk yang tersedia di toko, serta menyertakan spesifikasi produk secara lengkap, mulai dari desain produk, bahan, harga hingga ukuran. Pemasaran dengan media *online* ini dapat dilanjutkan dengan menerapkan ongkos kirim gratis bagi konsumen yang membeli melalui media sosial. Selain itu, dapat pula

diterapkan promo diskon bagi follower Toko Busana Muslim Kusuma yang dapat ditunjukkan melalui media sosialnya Toko Busana Muslim, atau dapat pula membuat kartu *member*.

Berdasarkan hasil praktik bisnis yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa secara keseluruhan hasil yang diperoleh mampu mencapai dan melampaui target yang ditetapkan dalam business plan. Hal tersebut menunjukkan bahwa bisnis ini memiliki prospek yang baik untuk ke depannya, karena perkembangan fashion busana muslim dari waktu ke waktu mengalami peningkatan, dan mayoritas masyarakat beragama muslim. Oleh karena itu, bisnis ini perlu dikembangkan lagi dengan memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan tren fashion serta promosi yang baik, karena kedua hal tersebut menjadi tumpuan utama dalam pengembangan toko. Salah satu upaya mengembangkan usaha dengan menggunakan *endorse public figure* di dalam promosinya, karena penggunaan *endorse* saat ini, khususnya pada tokoh yang berhijab dan memiliki citra baik di mata masyarakat dapat menjadi salah satu upaya dalam menarik minat dan perhatian konsumen untuk membeli produk, tentunya perlu dipertimbangkan target pasar dengan pemilihan figure supaya produk yang dimiliki dapat tepat sasaran.