

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Bisnis *online shop* merupakan bisnis yang sedang berkembang akhir-akhir ini, dikarenakan selain hemat waktu dan lebih praktis, bisnis tersebut juga banyak mendatangkan keuntungan finansial dalam kegiatan operasionalnya. Kemudahan yang diberikan dalam bisnis *e-commerce* mengakibatkan permintaan akan pemenuhan kebutuhan menjadi semakin tinggi, sehingga hal ini memacu beberapa *seller* untuk bersaing demi meningkatkan mutu kualitas dan layanan yang diberikan, salah satunya adalah bisnis sepatu. Bisnis pembuatan sepatu *handmade* dengan merek Thirsa Shoes menjual sepatu, *shoeclips*, dan *patch* dalam operasionalnya. *Online shop* ini mulai dikembangkan pada awal Januari 2017 dan bermula dari pekerjaan sampingan selain kuliah yang sedang dijalani oleh pemilik bisnis tersebut. Dikarenakan Thirsa Shoes merupakan *online shop* yang masih tergolong baru, maka dibutuhkan pengembangan usaha agar dapat memajukan usahanya.

Permasalahan yang lain adalah konsumen lebih tertarik untuk membeli produk sepatu di *mall* atau pusat perbelanjaan dibandingkan melalui *online shop*. Maka dari itu dibutuhkan upaya pengembangan pasar melalui pemasaran *online* pada Thirsa Shoes. Seiring dengan berkembangnya usaha, Thirsa Shoes sudah menerapkan sistem *e-commerce* dalam menjalankan bisnisnya, hal ini dilakukan untuk memperluas pangsa pasar hingga ke luar Pulau Jawa bahkan luar negeri, selain itu dari segmen anak-anak hingga dewasa. Selain itu dalam menjalankan

bisnisnya, Thirsa *Shoes* melakukan proses jual beli dan memberikan informasi tentang produk kepada para pelanggan dengan menggunakan internet dan jasa layanan lainnya dengan cara memasang foto maupun video dari produk yang bersangkutan. Thirsa *Shoes* termasuk ke dalam penggolongan bisnis *e-commerce* tipe *Business to Customer* (B2C) yang menggunakan rantai nilai mulai dari *E-Products* dimana pemilik mengambil gambar dari *supplier* melalui internet kemudian *diedit* menggunakan *watermark* lalu *diupload* di *e-commerce*, dalam hal *E-Service* Thirsa *Shoes* lebih mengutamakan kebutuhan konsumen tentang *custom*, model, kisaran, serta perbedaan harga, untuk *E-Procurement* ditujukan pada konsumen yang melakukan penawaran harga, selain itu juga ketika pemilik melakukan penawaran kepada *supplier*, untuk *E-Marketing* Thirsa *Shoes* memberikan diskon dan promo ongkos kirim, selain itu untuk menginformasikan kepada konsumen ketika ada sepatu model baru dan *ready stock*, dalam hal *E-Contracting* Thirsa *Shoes* membuat *format order* kepada konsumen mengenai jumlah, jenis, ukuran, dan warna barang melalui internet, untuk *E-Payment* digunakan setelah melakukan *format order* dimana konsumen melakukan pembayaran melalui transfer bank di ATM, untuk *E-Distribution* yaitu setelah dilakukan pembayaran atas barang yang dikirim ke konsumen lalu dilakukan *packing* ulang untuk dikirimkan ke konsumen tersebut, dan untuk *E-Customer Relationship Management* Thirsa *Shoes* menggunakannya untuk tetap menjalin komunikasi dengan para konsumen yang sudah membeli barang.

Upaya pengembangan pasar yang dilakukan oleh Thirsa *Shoes* adalah melalui pemasaran secara *online*, antara lain menggunakan internet dan media sosial

seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Shopee*. Hal ini dilakukan untuk memperluas pangsa pasar agar produk *Thirsa Shoes* dapat semakin dikenal oleh masyarakat. Konsumen dapat melakukan pemesanan melalui *contact person* dengan menggunakan media *chatting* seperti *Whatsapp* dan *Line*.

## 5.2. Saran

Penulis dapat memberikan saran kepada pemilik *online shop Thirsa Shoes* dalam mengembangkan usahanya dengan cara :

1. *Thirsa Shoes* dapat membuat produk sepatu yang unik tetapi dijual dengan harga terjangkau agar konsumen semakin tertarik untuk membelinya dan bahkan hal ini dapat menarik konsumen lain untuk mencoba sepatu buatan *Thirsa Shoes*.
2. *Thirsa Shoes* dapat menggunakan *google bisnis* yang terpercaya untuk menawarkan produknya kepada para pelanggan agar mutu dan kualitasnya semakin terjamin.