

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Bisnis *online shop Rainbow "The Bow"* ini merupakan bisnis yang menjual makanan dan minuman secara online serta juga melakukan penjualan pada event atau acara tertentu seperti *Pop Up Bazaar*, *Pasar Semawis*, *Car Free Day*, namun, apabila terdapat konsumen dapat memesan melalui *Gofood* ketika ingin memesan namun sedang tidak bisa berkunjung ke acara tersebut dimana akan menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berjualan serta promosi. Lokasi usaha ini berada di Kota Semarang. Usaha ini bernama "*Rainbow*" karena sesuai dengan produk yang akan dijual dimana makanan serta minuman yang akan diproduksi nantinya memiliki warna yang berwarna – warni seperti pelangi. Produk yang akan dibuat secara *homemade*.

Selain konsep usaha secara online dengan media sosial instagram, dilakukan analisa terhadap aspek kelayakan bisnis. Analisa dilakukan pada 5 aspek yaitu: pemasaran, teknik dan teknologi(Operasi), Manajemen Sumberdaya Manusia, yuridis, serta keuangan dan kelayakan bisnis. Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Ketika diidentifikasi terhadap aspek pemasaran dari *Online Shop Rainbow* ini dapat disimpulkan bahwa segmentasi, targeting, dan positioning sudah sangat terstruktur dan tertata dimana hasil analisa secara komponensial bahwa STP dari *The Bow* ini ditetapkan untuk kalangan menengah hingga menengah keatas. Kemudian untuk target dari *Rainbow* ini adalah usia produktif hingga usia yang sudah tidak terlalu produktif, serta untuk semua jenis kelamin. Produk yang ditawarkan juga tentunya akan disesuaikan dengan minat dan permintaan konsumen dimana harus memiliki kualitas baik dan langsung didistribusikan ke

konsumen dimana pada dua tahun pertama akan dikirim dengan ojek online. Harga yang akan ditawarkan juga sudah sesuai dengan pertimbangan kelayakan produk yang dijual. Pemasaran serta promosi dilakukan secara online dengan media sosial serta instagram disesuaikan dengan konsep usaha dan kemajuan zaman saat ini.

2.Aspek teknik dan teknologi

Kesimpulan pada aspek teknik dan teknologi dari *Online shop* ini adalah Terdapat perhitungan HPP untuk produksi yang akan dilakukan. Sistem produksi dilakukan dirumah peneliti sekaligus sebagai pemilik usaha ini karena mempertimbangkan efisiensi baik waktu dan biaya. Untuk teknologi yang dibutuhkan adalah teknologi untuk pemasaran dimana merupakan hardware atau perangkat keras untuk melakukan pemasaran secara online seperti modem, gadget,serta perangkat lainnya. Lokasi pemasaran yang terdapat pada akun media sosial yaitu *@Rainbow "TheBow"*.

3.Aspek Manajemen Sumberdaya Manusia

Aspek MSDM pada usaha *Rainbow* akan dilakukan rekrutmen dan seleksi terhadap karyawan yang dibutuhkan yaitu pada bagian produksi dan kurir dimulai pada tahun ketiga ketika omset sudah semakin meningkat. Pada dua tahun pertama kegiatan produksi dan keuangan akan dikerjakan oleh peneliti sebagai pemilik usaha. Pengaturan gaji akan disesuaikan pada UMR tahun yang bersangkutan yaitu tahun ke-3. Rekrutmen dilakukan dengan memasang iklan lowongan pekerjaan dengan salah satu metode yang sedang marak saat ini yaitu melalui akun lowongan kerja pada media sosial instagram.

4.Aspek Yuridis

Kesimpulan dari penelitian pada *Online Shop Rainbow* adalah merupakan jenis usaha *Home Industry* pada bidang makanan dan minuman. Selain itu merupakan UMKM sehingga tidak terdapat jenis badan usaha seperti PT atau pun CV. Tempat usaha adalah rumah pemilik usaha ini sendiri. Perizinan yang umum

dilakukan adalah izin PIRT dan izin terhadap lingkungan sekitar agar tidak merasa terganggu dengan aktivitas yang ada.

5.Aspek Keuangan.

Berdasarkan analisa secara kuantitatif berdasarkan perhitungan PI,PP, NPV, IRR dapat disimpulkan bahwa usaha *Rainbow” The Bow* ini layak dijalankan karena perhitungan $NPV > 0$, serta hasil IRR diatas di bawah discount rate perhitungan IRR.

5.2 Saran

Saran untuk Online Shop Rainbow ini adalah ketika nantinya telah dijalankan, sebaiknya dijalankan teratur sesuai dengan konsep yang telah ditentukan, selain itu keanekaragaman menu atau variasi menu sebaiknya ditingkatkan. Kemudian Kualitas harus sesuai untuk dapat dipasarkan kepada konsumen. Saat melakukan promosi pada media sosial sebaiknya informasi tersebut dapat disampaikan secara detail seperti menu, informasi tentang jenis produk, serta inovasi produk.

