

BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Seperti yang telah dibahas didalam bab 4 mengenai analisa gap antara rencana/proyeksi dengan realisasi dapat disimpulkan bahwa perbedaan yang tidak terlalu signifikan terjadi. Dengan realisasi yang sudah terjadi selama pembukaan Markette selama 3 bulan, bisa dikatakan bahwa setiap tujuan yang ingin dicapai telah terpenuhi dengan baik.

5.1.1 Menganalisis Persaingan dan Konsumen

Seperti yang sudah dijabarkan dalam bab 3, tim Markette telah berhasil melakukan analisa persaingan dan konsumen menggunakan analisa SWOT dan juga *Segmentation and Positioning*. Dari analisa SWOT ditemukan bahwa Markette memiliki peluang atau diferensiasi yang cukup berbeda dari bisnis yang terjun di industri yang sama yaitu Markette tidak hanya mengejar pasar Jakarta akan tetapi mengejar pasar luar Jakarta. Dengan pengalaman membuat acara pameran di luar kota, Markette memiliki nilai tambah yang tidak dimiliki oleh bisnis yang serupa.

5.1.2 Mengidentifikasi Segmentation dan Positioning

Dengan adanya analisa *Segmentation and Positioning* diketahui lebih dalam pelanggan yang ingin ditarget seperti pelanggan yang memiliki level ekonomi menengah keatas atau SES B – A dengan penghasilan min Rp. 4.500.000/bulan.

5.1.3 Menganalisis faktor internal dan eksternal terkait bisnis Markette

Faktor ekonomi, sosial dan teknologi adalah faktor eksternal yang mempengaruhi secara signifikan bisnis yang dijalani. Faktor ekonomi berbicara mengenai kemampuan seorang pelanggan untuk membeli produk. Faktor sosial berbicara mengenai trend fesyen yang sedang naik daun hingga memberikan dampak yang sangat positif bagi Markette untuk berbisnis dalam bidang ini.

Ketiga faktor teknologi memainkan peran yang penting dalam memperbesar segmen pasar dan juga memberikan kemudahan dalam melakukan kontrol rutin terhadap staff di Toko Medan.

5.1.4 Menentukan Rencana Pemasaran

Penentuan rencana pemasaran yang bisa disimpulkan berfokus kepada pelanggan Markette untuk membangun loyalitas pelanggan dan juga mempererat hubungan dengan setiap pelanggan.

5.1.5 Menentukan Rencana Operasi

Reencana operasi dibuat dari proses awal sebelum produksi hingga melakukan pengendalian mutu dari Markette. Bisa disimpulkan bahwa rencana operasi Markette dibuat sedemikian rupa untuk menjawab setiap segi operasional dari awal hingga akhir dengan ketentuan yang sudah dibuat dengan matang.

5.1.6 Menentukan Rencana Keuangan

Perencanaan keuangan yang dibuat menggunakan data yang sudah diambil dari evaluasi toko Markette sebelumnya di Makassar. Perencanaan keuangan yang dibuat mulai dari aliran kas dan proyeksi laba rugi dari sumber pendapatan hingga pengeluaran operasional Markette.

5.1.7 Menganalisis Implementasi Bisnis dikaitkan dengan rencana.

Setelah menjalani bisnis selama 3 bulan ini seperti yang dijabarkan dalam bab 4 terdapat beberapa perbedaan dari rencana awal dengan realisasi yang telah dibuat. Bisa disimpulkan bahwa perbedaan yang terjadi dikarenakan hal yang tidak dapat di kontrol contoh penambahan waktu dalam pembuatan design proposal. Hal ini terjadi dikarenakan dibutuhkan waktu lebih lama dalam membuat konsep dari Markette. Dan hal ini masih dikategorikan wajar dikarenakan hanya menyangkut perbedaan waktu 1 minggu dari rencana awal.

5.2 Saran

Saran yang bisa penulis sampaikan adalah dalam membuat sebuah keputusan untuk membuat sebuah bisnis apapun itu, hal pertama yang perlu dilakukan adalah pastikan sudah melakukan riset dan perencanaan secara matang dari hal keuangan, konsep dan pemasaran. Dengan adanya perencanaan yang baik maka hasil akhir yang didapat pun bisa diukur pada kedepannya.

