

## **BAB IV**

### **ANALISIS IMPLEMENTASI BISNIS**

#### **4.1 Membuat produk baru Bali Banana**

Dalam mengimplementasikan strategi pemasaran, pada kegiatan ini Bali Banana melakukan kegiatan untuk menambahkan pilihan produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Hal pertama yang dilakukan adalah dengan melakukan dengan melakukan survey ke beberapa tempat oleh-oleh yang berada di Bali. Melalui hasil *survey*, Bali Banana memutuskan untuk membuat *merchandise* Bali Banana yaitu kain pantai, gelas, baju dan juga tas.

Pada bulan Januari 2018, Bali Banana mulai melakukan proses pembuatan *merchandise* Bali Banana dengan mencari beberapa vendor pembuat kain pantai, tas, baju dan juga gelas. Awal mulanya Bali Banana melakukan pendesainan untuk masing-masing produk. Setelah itu, para vendor memberikan tawaran harga untuk pembuatan *merchandise* tersebut. Proses kesepakatan pembuatan tas dan gelas menggunakan waktu 3 minggu, dan pada bulan Februari 2018 Bali Banana sudah mulai menjual tas.

Dalam proses mencari vendor kain pantai, Bali Banana memberikan desain kepada vendor kain pantai dan menunggu penawaran dari vendor. Setelah itu, Bali Banana menunggu proses *sampling*. Namun, setelah menunggu 2 bulan, vendor tersebut memberikan informasi bahwa vendor tersebut tidak dapat melakukan pesanan tersebut. Lalu Bali Banana mencoba untuk mencari vendor lain. Setelah melakukan proses *sampling* dari vendor kedua, vendor mengatakan untuk tidak dapat menerima pesanan tersebut. Setelah bulan Juli akhirnya Bali Banana menemukan vendor yang sanggup untuk mengambil pesanan *merchandise* Bali Banana. Bali Banana tinggal menunggu proses produksi selama 1 bulan.

Dalam kegiatan ini, Bali Banana mengalami kesulitan untuk menemukan vendor baju. Dimana penawaran yang ditawarkan vendor belum sesuai dengan apa yang diinginkan Bali Banana. Oleh sebab itu, proses pembuatan baju *merchandise* Bali Banana dalam proses penundaan. Bali Banana akan tetap mencari vendor yang tepat untuk dapat ditawarkan kepada konsumen.

## 4.2 Membuka cabang baru

Melalui proses analisis dari rencana pemasaran, Bali Banana melakukan kegiatan untuk membuka cabang baru. Pembukaan cabang baru ini dilihat dari analisis segmentasi pasar yang akan dijadikan untuk tempat baru Bali Banana. Untuk itu Bali Banana membuka cabang kedua di I Gusti Ngurah Rai International Airport - Keberangkatan Domestik. Keberadaan cabang Bali Banana di keberangkatan membuat Bali Banana mendapatkan target pasar yang benar-benar mencari oleh-oleh dari Bali.



**Gambar 4.1 Outlet Bali Banana di Bandara I Gusti Ngurah Rai - Keberangkatan Domestik**

**Sumber: Dokumentasi Bali Banana**

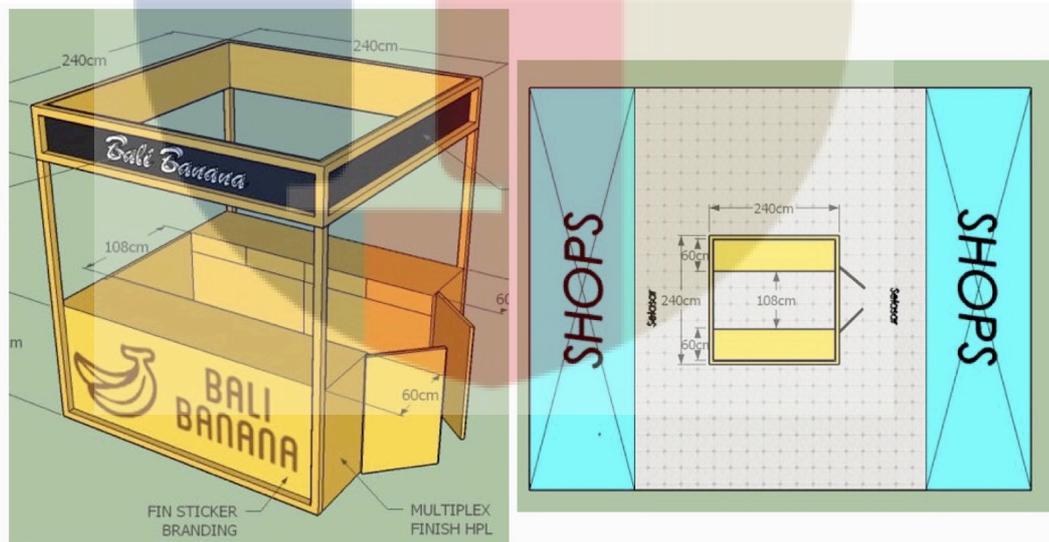
Setelah membuka cabang di bandara, Bali Banana mengembangkan lagi dengan membuka outlet ketiga di Kedatangan Domestik di bandara. Hal ini menjadi salah satu strategi Bali Banana untuk melakukan pemasaran agar wisatawan yang baru sampai ke Bali dapat mengetahui Bali Banana dan dapat dijadikan oleh-oleh saat mereka akan pulang ke kota asal.



**Gambar 4.2 Bali Banana di Bandara I Gusti Ngurah Rai - Kedatangan Domestik**

**Sumber : Dokumentasi Bali Banana**

Selain itu, Bali Banana sedang mempersiapkan pop up booth yang berada di Discovery Shopping Mall yang akan di *launching* 15 Agustus 2018.



**Gambar 4.3 Desain Pop Up Booth Bali Banana**

**di Discovery Shopping Mall, Bali**

**Sumber : Dokumentasi Bali Banana**

Dalam proses operasional pembukaan cabang kedua, dilakukan dengan mendapatkan konsep ide dan finalisasi desain. Dikarenakan outlet kedua Bali Banana berada di I Gusti Ngurah Rai International Airport, Bali Banana harus melakukan finalisasi konsep dari outlet tersebut. Setelah mendapatkan konfirmasi konfirmasi dari pihak bandara, maka Bali Banana dapat melakukan proses renovasi. Konsep awal outlet kedua ini menjadi salah satu tempat oleh-oleh yang menjual Banana Cake dan juga beberapa produk oleh-oleh Bali lainnya. Untuk itu, Bali Banana bekerjasama dengan beberapa perusahaan untuk produk tambahan seperti bekerjasama dengan perusahaan pie susu dan pia. Selain itu, Bali Banana juga mencari ke beberapa tempat untuk menawarkan perusahaan lain untuk menitip barang agar dijual di Bali Banana.



**Gambar 4.4 Produk tambahan yang dijual di Bali Banana**

**Sumber : Dokumentasi Bali Banana**

Dalam mendukung operasional penjualan di outlet kedua, Bali Banana membeli sistem kasir, namun pada saat pembukaan outlet kedua, Bali Banana menggunakan sistem kasir yang disediakan oleh pihak bandara. Untuk proses

operasional, Bali Banana juga melakukan perekrutan karyawan untuk memaksimalkan penjualan.

#### 4.3 Melakukan promosi melalui *Billboard* dan Brosur

Dalam melakukan proses pemasaran, pada awal pembukaan, Bali Banana melakukan penyebaran brosur kepada masyarakat sekitar. Dalam proses ini, Bali Banana melakukan desain dan memberikannya kepada tempat percetakan. Dengan mencetak 1.000 lembar, Bali Banana memberikan informasi produk mulai dari harga dan rasa melalui brosur.



**Gambar 4.5 Brosur Bali Banana**

**Sumber : Dokumentasi Bali Banana**

Bali Banana juga melakukan penawaran dan dealing kepada vendor iklan untuk menggunakan Billboard dan LED untuk membantu mengenalkan Bali Banana kepada masyarakat. Dalam proses ini dilakukan survey dan perbandingan harga di berbagai tempat iklan. Setelah mendapat dan mencocokkan harga, langkah selanjutnya adalah berdiskusi dengan salah satu atasan dan melakukan persetujuan untuk mengambil iklan tersebut.



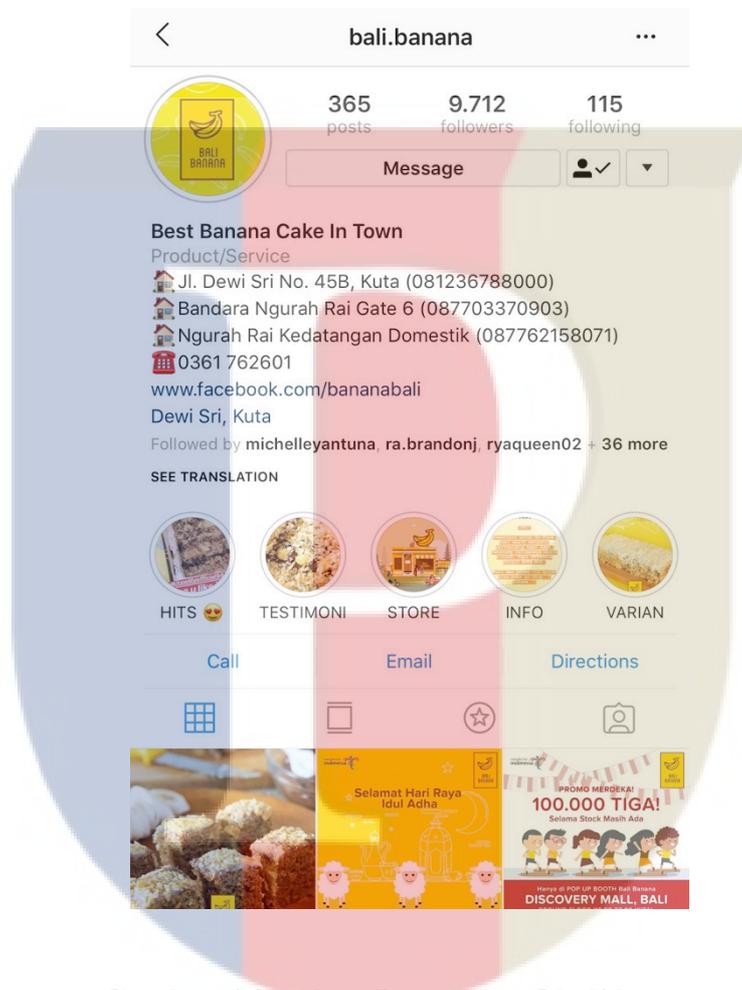
**Gambar 4.6 Billboard Bali Banana di Jalan Dewi Sri, Bali**  
**Sumber : Dokumentasi Bali Banana**



**Gambar 4.7 LED Bali Banana di Jalan Pantai Kuta, Bali**  
**Sumber : Dokumentasi Bali Banana**

#### 4.4 Memaksimalkan Promosi melalui Media Sosial

Untuk mendukung strategi pemasaran, Bali Banana melakukan promosi dengan melakukan promosi di sosial media. Salah satu media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat zaman sekarang adalah Instagram. Dengan menggunakan sosial media, proses penyampaian informasi tentang suatu produk dapat tersebar dengan cepat. Untuk itu Bali Banana membuat akun di Instagram.



**Gambar 4.8 Akun Instagram @bali.banana**

**Sumber : Data Pribadi Bali Banana**

Melalui proses operasi Instagram, Bali Banana dapat melakukan promosi melalui fitur Instagram Ads. Dimana Bali Banana dapat menentukan gambar yang digunakan untuk promosi, memilih target *audience*, memilih penempatan *audience* sebagai sasaran yang tepat, menentukan dana dan dan jadwal tayang iklan yang dipilih.



**Gambar 4.9 Promosi yang dilakukan Bali Banana melalui media sosial**

**Sumber : Data Pribadi Bali Banana**

#### 4.5 Menjaga kualitas produk

Seiring dengan meningkatkan kegiatan pemasaran, Bali Banana juga didukung dengan tetap menjaga kualitas produk yang ditawarkan. Oleh sebab itu, membuat SOP (*Standard Operating Procedure*) dalam kualitas banana cake dan *packaging*, seperti:

##### 1. Kualitas Produk Banana Cake

- Membuat standar resep dan bahan baku yang digunakan dalam produksi
- Melakukan kontrol dengan pengambilan sampel pada saat proses produksi untuk mengetahui sudah sesuai dengan standar atau belum.

- Melakukan kontrol terhadap produk yang direncanakan sesuai atau tidak. Jika terjadi cacat atau patah, maka produk akan diretur.

## 2. Kualitas *Packaging*

- Melakukan pemeriksaan pada pada kemasan, memastikan tidak ada noda dalam kemasan, maka akan diretur
- Memberikan spesifikasi standar mutu yang telah ditetapkan
- Menyediakan tas agar konsumen membeli produk dengan bagus
- Bali Banana menambahkan Box yang berisi 9 kotak agar memudahkan konsumen yang ingin membeli banyak

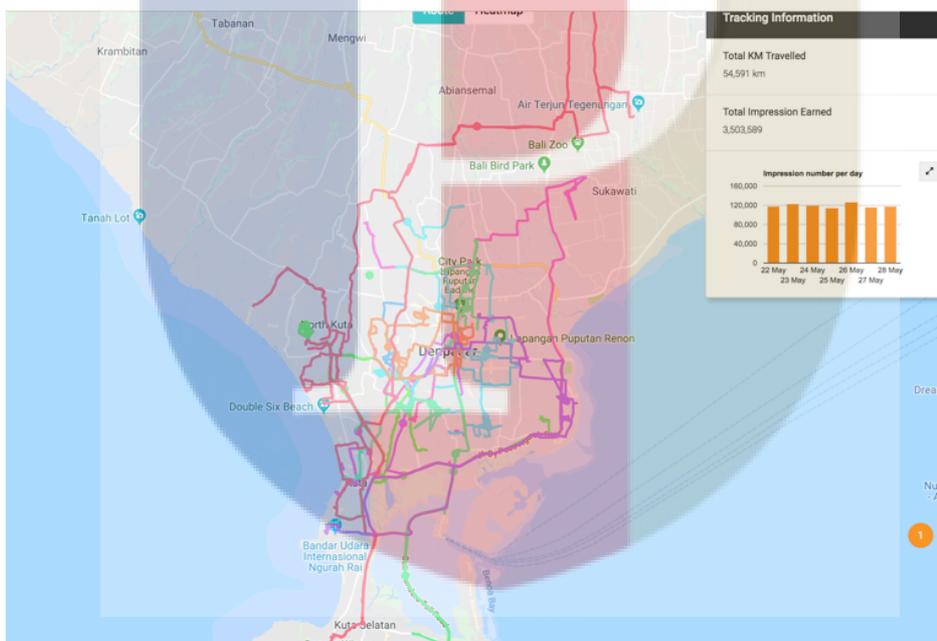
### **4.6 Bekerjasama dengan *Startup* yang memiliki *Platform Business Online***

Setelah berjalan tiga bulan, Bali Banana melakukan kerjasama dengan perusahaan *delivery food* seperti Go-Food di Gojek, untuk memudahkan konsumen mendapatkan produk Bali Banana. Dengan menggunakan Go-Food, konsumen dapat membeli produk Bali Banana tanpa harus ke outlet. Namun konsumen harus membeli dengan harga yang berbeda karena Bali Banana harus membayarkan jasa dari Go-Jek sebesar 20%. Dalam melakukan operasi dalam menggunakan *delivery food*, konsumen melakukan pemesanan melalui aplikasi Go-Jek, setelah itu supir Go-Jek akan datang ke outlet untuk menyebutkan pemesanan kepada kasir. Kasir melakukan verifikasi dengan melihat pesanan melalui *handphone* supir Go-Jek lalu memasukkan orderan ke dalam sistem kasir Bali Banana. Kasir akan menyebutkan jumlah total dan supir melakukan pembayaran kepada kasir dan menerima struk pembayaran. Setelah melakukan pembayaran, kasir akan mengambil dan membungkus banana cake dan siap dibawa oleh supir Go-Jek. Bali Banana akan melakukan pembayaran penggunaan Go-Food yang akan ditagihkan pada akhir bulan.

Dalam pemasaran kegiatan pemasaran ini, penulis melakukan beberapa cara yaitu, menggunakan iklan di mobil-mobil *taxi online*. Dengan menggunakan *taxi online* membantu untuk mengenalkan Bali Banana secara tidak langsung dan menjadi pengingat bagi masyarakat yang melihat iklan tersebut di beberapa daerah di Bali.



**Gambar 4.10 Mobil yang digunakan untuk promosi *taxi online***  
**Sumber : Data Pribadi Bali Banana**



**Gambar 4.11 Tracking untuk mengetahui posisi *taxi online***  
**Sumber : Data Pribadi Bali Banana**

#### 4.7 Implementasi Keuangan

Dengan melihat dari hasil Implementasi keuangan, Total Sales Bali Banana pada saat realisasi lebih besar dibanding hasil proyeksi sales. Walaupun

biaya dalam pembuatan Bali Banana lebih besar dari nilai yang diproyeksikan, namun hal tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap Gross Profit dalam implementasi keuangan. Dengan kata lain, gross profit yang didapat dalam implementasi masih lebih tinggi dibandingkan dengan gross profit yang diproyeksikan.

Dilihat dari total pengeluaran yang dilakukan Bali Banana, hasil realisasi lebih tinggi dibandingkan dengan yang diproyeksikan. Dimana hal ini sangat wajar dan merupakan dampak dari nilai sales yang tinggi. Beberapa biaya yang menonjol lebih tinggi dari proyeksi adalah, gaji, promosi, equipment dan pengeluaran lain lain seperti biaya administrasi dalam perizinan usaha, penyewaan tempat tinggal karyawan, biaya pembuatan pas bandara, dan juga biaya tiket pesawat.

Dengan meningkatnya biaya lebih besar dari yang diproyeksikan sehingga memberikan dampak yang signifikan terhadap Net Income, dimana hasil Net Income realisasi lebih rendah dari yang diproyeksikan. Dari hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa untuk mencapai Net Income yang diinginkan, selain meningkatkan sales, namun Bali Banana harus perlu meningkatkan pengawasan dalam mengendalikan keluarnya biaya.

Dilihat dari Cash Flow dapat dikatakan bahwa Bali Banana dapat mengendalikan arus cash tetap positif dalam penggunaan operasional sehari hari, yang dimana dalam Industri oleh oleh hal ini sangat memungkinkan mengingat pembayaran dari pelanggan yang selalu menggunakan cash / tidak menggunakan tempo pembayaran. Terlihat juga dari Balance Sheet bahwa jumlah aset Bali Banana meningkat setiap tahunnya seperti yang diharapkan. Kenaikan aset Bali Banana ini merupakan kontribusi dari besarnya tingkat sales dari beberapa outlet yang baru dibuka.

Pemilihan tempat untuk membuka cabang Bali Banana dinilai keputusan yang tepat dan berhasil dilihat dari penjualan yang sangat baik. Hal ini membuat payback periode Bali Banana yang cukup singkat yaitu dalam 1 Bulan 4 hari yang artinya sangat baik. Ditambah lagi nilai IRR yang melampaui suku bunga Bank sehingga berinvestasi di bisnis Bali Banana merupakan hal yang sangat tepat.

**Tabel 4.1 *Cash Flow* (Implementasi) Bali Banana**



**Sumber : Data Pribadi Bali Banana**

**Tabel 4.2 *Cash Flow* (Proyeksi) Bali Banana**



**Sumber : Data Pribadi Bali Banana**

**Tabel 4.3 *Income Statement* (Proyeksi dan Implementasi) Bali Banana**



**Sumber : Data Pribadi Bali Banana**

**Tabel 4.4 *Balance Sheet* (Proyeksi dan Implementasi) Bali Banana**



**Sumber : Data Pribadi Bali Banana**