

BAB 4

ANALISA IMPLEMENTASI BISNIS

Dalam bab Analisa Implementasi Bisnis, penulis akan menjabarkan hasil implementasi rencana pemasaran, rencana operasional, dan rencana keuangan. Setelah itu, penulis akan menganalisis gap antara rencana dan implementasi yang telah dilakukan.

4.1 Implementasi Rencana Pemasaran

Implementasi rencana pemasaran termasuk *rebranding* Regero dengan unsur minimalisme, memaksimalkan promosi melalui platform digital, dan menerapkan sistem *pre-order*.

4.1.1 Rebranding Regero Dengan Unsur Minimalisme

Selama ini, Regero membranding diri sebagai *social enterprise* dan mengedepankan misi sosial yang diangkat. Dengan analisis SWOT yang telah dilakukan, Regero berubah haluan dan mengedepankan nilai minimalisme baik dari segi konten gambar maupun kata-kata yang dipakai.

Dalam usaha mengimplementasikan strategi yang telah dibuat, Regero bekerja sama dengan *content creator* untuk membuat materi konten yang baru dengan unsur yang lebih cocok lagi dengan konsep minimalisme. Dalam pelaksanaannya, Regero meminta 125 konten berupa foto produk dengan harga Rp 3.125.000. Akan tetapi, foto yang dihasilkan tidak sebaik yang diinginkan. Setelah memilih lebih dari 200 hasil foto yang diberikan, Regero hanya memilih kurang lebih 80 konten foto dengan total harga Rp 2.048.000. Kegagalan tersebut menjadi evaluasi tim untuk memilih *content creator* lainnya di masa depan. Dari 80 foto yang ada, Regero mempromosikan konten tersebut selama 2 bulan melalui unggahan posting media sosial Instagram. Contoh konten yang sudah dibuat dapat dilihat di bagian lampiran.

4.1.2 Memaksimalkan Promosi Melalui Platform Digital

Dengan alasan *rebranding*, Regero memutuskan untuk menghapus postingan yang sudah ada dan menggantinya dengan yang baru agar pesan yang disampaikan tidak tercampur dengan yang lama karena postingan yang lama cenderung acak-acakan, tidak satu tema, dan masih menggunakan unsur kewirausahaan sosial. *Caption* yang digunakan pun juga berpengaruh apalagi itu adalah salah satu cara yang dapat digunakan untuk berkomunikasi di Instagram.

Maka dari itu, Regero pun juga mengganti *caption* dengan tema yang semula berbau dan mengarah ke kewirausahaan sosial dan misi sosial, diubah menjadi *caption* dengan tema yang focus terhadap konsep minimalisme dan produk Regero. Contoh *caption Instagram post* dari postingan lama adalah

“This is Foksen. He spent his life striving to meet his basic needs and some other problems he costs to live on a daily basis. Knowing his journey, we educate and empower him to be one of our craftsmen.”

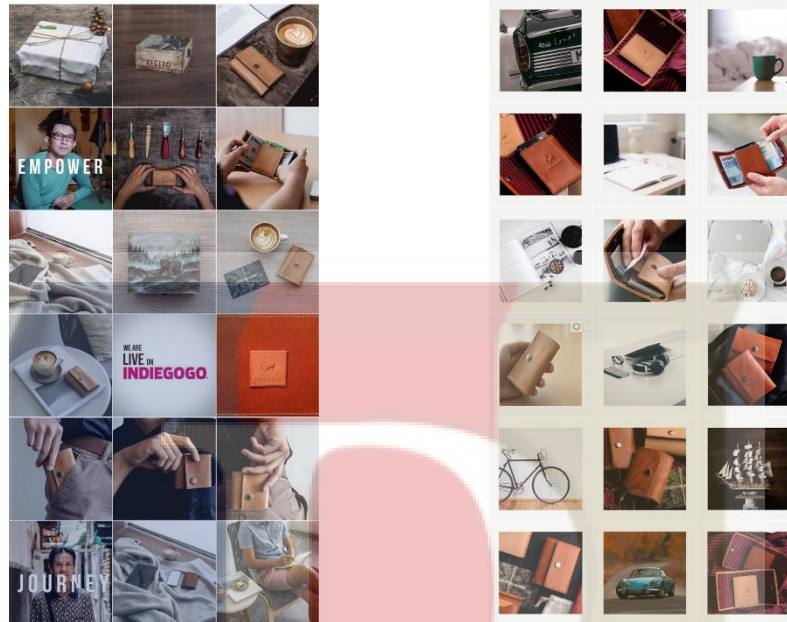
Setelah *rebranding*, contoh *caption Instagram post* dari Regero adalah

“Utilizing the distinctive design, our Janturan Wallet is thoughtfully designed to accompany your days, providing simplicity and ease when you’re on the go.”

Selain menggunakan foto dari *content creator* untuk postingan baru, Regero juga menggunakan foto konten bebas royalti untuk menambahkan kesan minimalisme dimata publik. Namun ternyata, jika dilihat datanya, banyak orang lebih senang dengan foto produk ketimbang foto minimalis. Untuk kedepannya, Regero akan berusaha untuk mengedepankan foto-foto produk untuk dipromosikan.

Setelah diganti dengan postingan yang baru, Instagram Regero menjadi lebih dapat mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan kepada konsumennya dan setelah digantipun, Regero lebih banyak mendapatkan perhatian dan data untuk kriteria konten yang layak untuk di post kedepannya. Meski demikian, Regero

masih ragu untuk memperluas promosi dan berjalan 100% karena penjelasan yang tertera di poin 4.2.



Gambar 4.1. Perbandingan postingan Instagram sebelum (kiri) dan setelah rebranding (kanan).

4.1.3 Menerapkan Sistem *Pre-Order*

Sesuai dengan yang ditulis di analisa bisnis, Regero meluncurkan kampanye *pre-order* untuk memvalidasi harga yang cocok di pasar dan sekaligus sebagai strategi pemasaran. Regero melakukan kampanye *pre-order* dari tanggal 19 sampai dengan tanggal 30 April. Untuk mempersiapkan kampanye ini, Regero membuat postingan di Instagram setiap 2 hari sekali dan juga membuat *Instastory*. Melalui kampanye tersebut, Regero berhasil mendapatkan 3 konsumen baru dan 1 konsumen yang menanyakan seputar Regero dan produk yang dijual. Dengan hasil yang didapat, kampanye ini dapat dikatakan berhasil, namun Regero perlu menggunakan cara lain yang akan dijelaskan di poin 4.2.

4.2 Implementasi Rencana Operasional

Regero ingin sekali berusaha untuk menjaga integritas dan kualitas produk-produknya dan Regero ingin memberikan yang terbaik untuk konsumennya.

Namun setelah diberi SOP, pengrajin Regero masih mendapati kesulitan dalam memenuhi pesanan Regero. Regero merasa sudah memberi waktu yang cukup panjang untuk produksi dalam kampanye *pre-order* bulan April tetapi masih saja terlambat, beruntung sekali Regero masih mempunyai stok produk yang tersedia sehingga pengiriman untuk konsumen tetap terpenuhi tepat waktu.

Di awal bulan Juni, Regero memesan stok tetapi sudah 1 bulan lebih pula masih belum selesai dan terpenuhi. Selama ini, Regero tidak ingin beralih ke pengrajin lain dan tetap akan memberdayakan pengrajin yang sekarang sedang bekerjasama dengan Regero karena seluruh tim Regero sudah sepakat ingin membantu pengrajin ini. Oleh karena itu, Regero harus mencari strategi promosi lain yang cocok dengan pengrajin sambil mengatasi masalah yang ada dan juga belajar untuk berkomunikasi lebih lagi kepada pengrajin.

Dalam beberapa waktu kedepan, Regero akan mencoba melakukan sistem *ready stock* dan terus berkomunikasi dengan pengrajin yang ada, sekaligus mencari peluang untuk pengrajin lain yang dapat diajak kerjasama.

4.3 Implementasi Rencana Keuangan

Setelah melakukan kegiatan operasional dan implementasi selama 4 bulan, terdapat perbedaan yang cukup signifikan terhadap proyeksi keuangan dan realisasinya. Perbedaan yang cukup signifikan ini disebabkan karena adanya hambatan dari pihak vendor atau pengrajin yang masih butuh waktu dan pengalaman dalam menuntut etika kerja yang profesional. Tidak hanya itu, terjadinya perbedaan ini juga disebabkan oleh aktivitas implementasi yang tertunda karena pada waktu implementasi yang ditentukan bersinggungan dengan kewajiban magang yang harus dijalani oleh pelaku bisnis Regero. Adapun data keuangan yang terealisasi adalah sebagai berikut:

1. *Income Statement*

Tabel 4.1 Hasil *Income Statement* Implementasi Regero

REGERO				
Realisasi <i>Income Statement</i>				
(dalam Rupiah)				
	Maret	April	Mei	Juni
Sales from REGERO	950,000	950,000	1,425,000	-
TOTAL SALES	950,000	950,000	1,425,000	-
COGS	440,000	440,000	660,000	-
GROSS PROFIT	510,000	510,000	765,000	-
Utility Expense	170,000	170,000	170,000	170,000
Marketing Expense	2,198,000	150,000	150,000	-
Logistics	100,000	-	100,000	-
TOTAL EXPENSE	2,468,000	320,000	420,000	170,000
EBIT	(1,958,000)	190,000	345,000	(170,000)
NET INCOME	(1,958,000)	190,000	345,000	(170,000)

Yang Terealisasi

	Maret	April	Mei	Juni
Penjualan per bulan	2	2	3	-
Harga jual / produk	475,000	475,000	475,000	475,000

Marketing Expense sejumlah Rp 2.198.000 pada bulan Maret sudah termasuk anggaran untuk bekerjasama dengan *content creator*.

2. Cash Flow

Tabel 4.2 Hasil Cash Flow Implementasi Regero

REGERO					
Realisasi Arus Kas Maret - Juni 2019					
(dalam Rupiah)					
	Beginning	Maret	April	Mei	Juni
Cash on hand (beginning of month)	10,000,000	10,000,000	8,042,000	8,232,000	8,577,000
CASH RECEIPT					
Cash Sales		950,000	950,000	1,425,000	-
TOTAL CASH AVAILABLE	10,000,000	10,950,000	8,992,000	9,657,000	8,577,000
CASH PAID OUT					
Marketing expense (promotions)		2,198,000	150,000	150,000	-
Materials and Supplies (in COGS)		440,000	440,000	660,000	-
Utilities		170,000	170,000	170,000	170,000
Logistics		100,000	-	100,000	-
SUBTOTAL		2,908,000	760,000	1,080,000	170,000
Owner withdrawal		-	-	-	-
TOTAL CASH PAID OUT		2,908,000	760,000	1,080,000	170,000
Cash on hand (End of month)	10,000,000	8,042,000	8,232,000	8,577,000	8,407,000
Yang Tearealisasi					
		Maret	April	Mei	Juni
Penjualan per bulan		2	2	3	-
Harga jual / produk		475,000	475,000	475,000	475,000

3. Balance Sheet

Tabel 4.3 Hasil *Balance Sheet* Implementasi Regero

REGERO	
Realisasi Neraca Keuangan	
Juni 2019	
	4 bulan
Assets	
Current Assets:	
Cash	8,407,000
Inventories	-
Pre-paid expenses	-
Other	-
Total Current Assets	8,407,000
Fixed Assets	
Property and equipment	-
Total Fixed Assets	-
TOTAL ASSETS	8,407,000
Liabilities and Equity	
Total current liabilities	-
Total Liabilities	-
Equity:	
Capital Investment	8,407,000
Retained Earnings	-
Total Equity	8,407,000
TOTAL LIABILITIES AND EQUITY	8,407,000

Capital Investment sejumlah Rp 8.407.000 dan tidak adanya jumlah *Retained Earnings* adalah hasil alokasi jumlah asset yang sudah sepakat ditentukan oleh tim Regero.

4.4 Analisa Gap

Dilihat dari KPI yang ada di tabel 3.3. Bisa disimpulkan terdapat gap yang cukup signifikan antara yang direncanakan dengan yang direalisasikan. Alasan utama dibalik gap yang signifikan ini adalah pengrajin atau tenaga kerja produksi Regero yang gagal dalam memenuhi permintaan produksi Regero. Alasan ini sangat berpengaruh kepada proses promosi yang ingin dilakukan Regero.

Permintaan pertama Regero kepada pengrajin adalah memproduksi 10 dompet dalam waktu 2 minggu, tetapi pengrajin menyelesaikan permintaan dalam waktu satu bulan. Oleh karena itu, jadwal Regero untuk mempromosikan produk lewat sistem pre-order pun tertunda. Dengan alasan yang sama, Regero memutuskan untuk tidak mempromosikan sistem *pre-order* secara maksimal karena Regero lebih mementingkan integritas dan kualitas nama Regero di mata pelanggan. Jika pesanan pelanggan gagal dipenuhi tepat waktu, meskipun kualitas baik namun integritas nama Regero akan menurun. Sebagai akibatnya, Regero hanya melakukan sistem *pre-order* satu kali dalam empat bulan.

Alasan kedua, Regero juga menghadapi masalah dengan *content creator* yang diajak kerja sama. Regero memesan 125 konten foto produk, namun hanya mendapat sekitar 80 konten foto yang sesuai dengan permintaan. Alasan kedua mendorong Regero untuk terus mencari *content creator* yang lebih cocok.

Alasan ketiga, penulis sebagai pelaku bisnis Regero beserta tim juga mengalami kendala waktu dikarenakan penulis yang menjalani aktivitas magang. Maka dari itu, penulis selaku pemimpin tim gagal untuk mengarahkan seluruh tim untuk terus melakukan proses evaluasi yang cepat tanggap dalam mengatasi permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya.

Menurut Philip (2011), dua dari tiga alasan tersebut termasuk dalam faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap pertumbuhan UKM dan memang biasa terjadi. Dua faktor yang mempengaruhi bisnis Regero yang disebut Philip adalah sumber daya eksternal dan cara menjalankan bisnis serta kerja sama yang dilakukan. Kedua faktor tersebut harus selalu dievaluasi dan dikembangkan secara terus menerus untuk memastikan kelangsungan bisnis ke depan. Oleh karena itu, Regero pun harus terus mengevaluasi dan mengembangkan bisnis dengan cara mengevaluasi dan melatih pengrajin, dan juga mengadakan rapat rutin dalam tim Regero untuk mengatasi masalah yang dialami dengan cepat dan tanggap.