

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Bisnis *Online* NPG ini layak direalisasikan dan didukung pelaksanaannya.

Hal ini berdasarkan kepada:

1. Berdasarkan analisis SWOT pada Bisnis *Online* NPG, keunggulan bisnis dan produk diantara bisnis lain adalah *value* dan *story* yang ditawarkan kepada calon konsumen. Konsep bisnis yang mengusung tema hidup ramah lingkungan dan berkelanjutan menjadi keunggulan dari bisnis ini, yang juga diterapkan pada setiap produk, kemasan dan desainnya. Hasil analisis *porter's five forces model* menunjukkan bahwa bisnis ini masih menarik bagi konsumen, karena produk yang dijual berupa produk yang dapat digunakan oleh banyak kalangan dan unik.
2. Berdasarkan *lean canvas* yang sudah dirancang untuk Bisnis *Online* NPG, *customer segment* bisnis ini berupa pelajar atau mahasiswa *millennials*, masalah yang dihadapi berupa produk yang di pasaran belum mencerminkan kehidupan ramah lingkungan dan berkelanjutan sehingga pelajar dan mahasiswa *millennials* kurang teredukasi, *unique value proposition* bisnis ini berupa produk ramah lingkungan dan desain unik yang mengangkat isu sosial di masyarakat dan budaya Indonesia, *solution* dari masalah yang dipecahkan oleh bisnis ini berupa membuat produk yang *eco-friendly* dengan desain unik yang bercerita, *channel* untuk menjangkau target konsumen melalui Instagram dan *e-commerce*, *revenue streams* didapatkan dari harga jual yang naik 5% setiap tahun dan diskon dari *vendor*, sedangkan biaya yang harus dikeluarkan (*cost structure*) berupa biaya produksi yang naik sebesar 1% pertahun, gaji pegawai, dan promosi, *key metric* bisnis ini adalah menjual produk melalui Instagram dan *e-commerce* dan menjalin hubungan baik dengan semua pihak yang bekerjasama

dengan bisnis, terakhir untuk unfair advantage yang tidak dimiliki oleh kompetitor adalah *value* dan *story* yang dijual ke konsumen.

3. Bauran pemasaran 4P dari Bisnis *Online* NPG antara lain untuk produk yang dijual bisnis ini merupakan kaos dengan bahan linen dan kemasan kantong serut kain. Setiap koleksi memiliki tema yang berbeda-beda dan mengangkat isu di sekitar masyarakat dan budaya Indonesia. Harga untuk produk ini adalah Rp 145,000/pcs dan metode pembayaran menggunakan *payment gateway* dan *digital wallet*. Tempat penjualan produk melalui toko *online* yaitu Instagram, Shopee dan Tokopedia. Pendistribusian produk didukung oleh ekspedisi yang tersedia di *e-commerce*. Kegiatan promosi dilakukan dengan iklan *online* di sosial media dan melalui kerjasama dengan *influencers*.
4. Melalui uji kelayakan ditinjau dari nilai NPV, PP, PI, IRR, bisnis layak dilakukan dengan nilai NPV sebesar Rp 16,377,033, periode pengembalian selama 5 bulan 20 hari, *profitability index* senilai 2.9703 dan nilai IRR sebesar 42.56508%.
5. Analisis sensitivitas diterapkan 3 kondisi yaitu *optimistic* (produk terjual 100% setiap tahunnya), *best* (tahun pertama hanya terjual 75%), dan *pessimistic* (tahun pertama hanya terjual 50%). Pada kondisi *pessimistic* dinyatakan tidak layak karena nilai NPV negatif sebesar Rp 3,318,972.08, periode pengembalian selama 1 tahun 6 bulan, nilai PI negatif yaitu sebesar -6,8502, dan nilai IRR sebesar 2,0462%. Pada kondisi *best* dinyatakan layak karena nilai NPV sebesar Rp 12,452,232.81, periode pengembalian selama 8 bulan 23 hari, namun nilai PI tidak memenuhi syarat yaitu sebesar 0.81122, dan nilai IRR sebesar 31.0816%. Pada kondisi *optimistic* dinyatakan layak karena nilai NPV yang positif sebesar Rp 16,377,033, periode pengembalian selama 5 bulan 20 hari, nilai PI sebesar 2.9703, dan nilai IRR sebesar 45.56508%.

5.2 Saran

Saran untuk Bisnis *Online* NPG agar mendapatkan keuntungan yang maksimal dan mendapatkan target konsumen yang sesuai antara lain:

1. Sebagai bisnis *online* baru dengan industri yang banyak dilakukan oleh pelaku usaha lain, Bisnis *Online* NPG harus aktif melakukan promosi secara efektif melalui iklan Instagram dengan target yang tepat dan memilih *influencers* yang relevan dengan produk yang dijual agar target konsumen tepat sasaran.
2. Pada kondisi *pessimistic*, uji kelayakan Bisnis *Online* NPG dikategorikan sebagai tidak layak. Untuk menghindari kondisi *pessimistic* pada bisnis ini, harus dilakukan evaluasi secara berkala dan promosi yang tepat sasaran dengan target konsumen yang sesuai. Selain itu juga harus meningkatkan *brand awareness* dan *brand image* melalui konten-konten kreatif di sosial media dan menampilkan testimoni dari konsumen agar meningkatkan kepercayaan konsumen untuk belaja di Bisnis *Online* NPG.
3. Kesuksesan Bisnis *Online* NPG bergantung kepada promosi dan keunikan produk yang dijual. Untuk menarik konsumen potensial dapat dilakukan dengan membuat konten-konten menarik pada sosial media bisnis ini. Selain itu, pelayanan kepada konsumen juga mempengaruhi kesuksesan bisnis ini. Jika pelayanan baik, maka konsumen yang sudah pernah membeli produk pada bisnis ini, dapat membeli lagi di toko ini karena kepercayaan yang sudah dibangun sebelumnya.