

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Dari keseluruhan pembahasan dan analisa yang sudah dijabarkan dalam bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa proyek perencanaan bisnis untuk mengembangkan toko ritel fashion dengan *brand* Mississippi dan Celcius di kota Manado ini layak untuk segera direalisasikan.

Ada beberapa dasar pertimbangan dan analisa yang mendukung untuk bisa merealisasikan proyek perencanaan bisnis ini, antara lain:

- Potensi pasar di kota Manado terutama untuk masyarakat kelas ekonomi sosial menengah atas memiliki budaya konsumtif terutama untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (*needs and wants*) mereka yang berhubungan dengan gaya hidup atau *lifestyle*.
- Prospek bisnis ke depan di kota Manado pastinya akan semakin bertumbuh mengingat saat ini saja sudah banyak investor baik asing dan lokal yang berinvestasi di Manado seperti membangun mal dan pusat perbelanjaan yang modern, mendirikan hotel – hotel berbintang, meningkatnya pembangunan perumahan serta seluruh perbaikan infrastruktur yang mendukung.
- Dari tahun 2004 toko Mississippi dan Celcius sudah beroperasi di Manado yaitu di Mega Mall Manado, dan sampai dengan tahun 2009 hasil profit yang diperoleh oleh dua toko ini cukup maksimal, selain itu secara *brand awareness* berarti masyarakat kota Manado khususnya dan Sulawesi Utara umumnya sudah cukup mengenal merek dua toko ini sehingga diharapkan dengan mengembangkan konsep toko yang beroperasi di luar mal bukanlah menjadi kendala utama.
- Lokasi toko yang meskipun berada di luar mal akan tetapi berada di jalan utama dengan lokasi yang cukup strategis yaitu di pusat kota dan pusat perdagangan kota Manado di jalan Boulevard dimana di sepanjang ruas

jalan ini juga beroperasi Mega Mall dan beberapa mall yang sedang dalam tahap pembangunan. Disamping itu akses kendaraan umum dan pribadi pun juga sangat mendukung untuk para pelanggan yang ingin berbelanja ke lokasi toko Mississippi dan Celcius.

- Konsep pengembangan toko dengan beroperasi di luar mal juga memiliki nilai positif dari sisi biaya mengingat jika menyewa lokasi yang berada di dalam mal kurang efisien dan efektif karena harga sewa cukup mahal, sedangkan jika beroperasi diluar mall dengan menyewa lokasi ruko seperti dalam rencana ini jauh lebih efisien dan efektif. Akan tetapi negatifnya adalah dengan beroperasi di luar mal agak cukup sulit untuk menarik dan mendatangkan pelanggan ke lokasi toko jika dibandingkan dengan toko yang sudah berada di dalam mal, oleh karena itu peran *marketing* dan promosi sangat kuat untuk menjalankan bisnis ini.
- Strategi bisnis yang direncanakan lebih banyak menggunakan konsep diferensiasi dan berbasis kekuatan internal. Dengan konsep diferensiasi seperti produk yang dijual dengan kualitas bagus dan harga bersaing, konsep dan desain toko yang eksklusif sehingga mempertegas citra yang positif, standarisasi pelayanan yang diberikan oleh karyawan serta beberapa atribut lainnya yang membuat keunggulan bersaing toko Mississippi dan Celcius bisa menjadi pemenang dalam persaingan.
- Alasan dan tujuan utama dengan format baru ini adalah lebih ke arah *branding strategy* dan membidik ceruk pasar yang lebih spesifik yang selama ini belum tergarap tetapi memiliki potensi dan peluang.
- Berdasarkan proyeksi atau perencanaan keuangan yang sudah dibuat serta dengan analisa instrumen keuangan menunjukkan bahwa bisnis ini akan memberikan keuntungan dan profit yang cukup menjanjikan untuk jangka pendek dan jangka panjang.

Berdasarkan dasar dan asumsi–asumsi diatas maka rencana proyek untuk mengembangkan konsep toko ritel yang beroperasi diluar mal sangat layak dan harus di dukung untuk direalisasikan. Selain strategi bisnis yang berorientasi terhadap diferensiasi yang menjadi faktor menentukan kesuksesan dalam mendirikan dan menjalankan bisnis ini seperti konsep produk yang berbeda

dengan kualitas bagus dan harga bersaing, konsep desain toko serta atribut fisik lainnya yang mencerminkan citra kepada segmen pelanggan yang dibidik, kualitas sumber daya manusia yang memiliki kompetensi serta berorientasi terhadap pelayanan maksimal kepada pelanggan, faktor lainnya yang juga turut mendukung suksesnya bisnis ini adalah perencanaan pemasaran. Konsep *marketing program* dan agenda promosi yang konsisten bisa semakin memperkuat *brand awareness* dan *brand equity* dari Mississippi dan Celcius ini, sehingga diharapkan pelanggan akan semakin tinggi ketergantungannya terhadap *brand* Mississippi dan Celcius dalam memenuhi kebutuhan berpakaianya.

## 5.2. Saran

Adapun saran – saran dan masukan dalam rangka perencanaan proyek mendirikan dan mengembangkan toko Mississippi dan Celcius adalah :

- Mengingat potensi pasar di kota Manado terutama di sekitar lokasi ruko tempat bisnis toko Mississippi dan Celcius ini akan didirikan masih cukup besar dan masih terbuka peluang untuk masuknya pesaing (*competitor*) sejenis, maka hal ini perlu menjadi pertimbangan agar toko Mississippi dan Celcius selalu melakukan inovasi dari semua aspek bisnis yang tetap berorientasi kepada kepuasan pelanggan sehingga kelangsungan hidup bisnis dapat berlangsung untuk jangka waktu yang panjang
- Dengan mengembangkan konsep baru yaitu dengan memilih lokasi yang tidak beroperasi di dalam mal atau pusat perbelanjaan, maka peran perencanaan pemasaran melalui agenda promosi yang berkesinambungan dan konsisten harus selalu dilakukan karena untuk menarik minat pelanggan untuk datang ke toko yang diluar mal tidak semudah jika lokasi toko berada di dalam mal. Oleh karena peranan sisi promosi sangat kuat untuk terus menciptakan dan melakukan aktivitas yang bertujuan untuk menarik minat pelanggan agar selalu datang dan berbelanja ke toko Mississippi dan Celcius.
- Tentunya dengan konsep dua toko terintegrasi atau bersebelahan ini yang beroperasi diluar mal, bagaimanapun juga pasti akan sedikit mempengaruhi pasar toko Mississippi dan Celcius yang sudah lebih

dulu beroperasi di dalam mal, yaitu di Mega Mall Manado yang dimana lokasi mal tersebut juga tidak terlalu jauh dari dua toko yang akan direncanakan didirikan ini sehingga akan membuat konsumen terbagi. Oleh karena itu dibutuhkan kejelian dan analisa serta perhitungan yang kuat dari manajemen untuk bisa mengantisipasi dan menghindari terjadinya implikasi yang negatif di salah satu lokasi.

