

## BAB V

### SIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Simpulan

Dari hasil pelaksanaan kegiatan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada Fauza Beauty terkait usahanya terdapat beberapa poin yang dapat disimpulkan, yaitu:

1. Kondisi resesi ekonomi karena pandemi Covid-19 tidak terlalu berdampak pada usaha Fauza Beauty. Hal tersebut dapat terjadi karena beberapa faktor, salah satu faktornya yaitu kebijakan pemerintah terkait pelaksanaan PPKM yang menyebabkan banyak UMKM mengalami kesulitan dalam menjalankan usahanya hanya berdampak pada UMKM yang menjalankan usaha secara *offline*, sehingga Fauza Beauty yang memasarkan produk secara *online* tidak berdampak atas pemberlakuan PPKM tersebut. Faktor lainnya yaitu kebutuhan akan produk perawatan tubuh wanita masih cukup tinggi, hal ini dibuktikan dari banyaknya pembelian produk pada Fauza Beauty yang stabil dan justru meningkat dari waktu ke waktu.
2. Pemilihan strategi yang tepat membuat Fauza Beauty dapat bertahan dan mampu berkembang dengan baik. Salah satu faktor utamanya yaitu memanfaatkan teknologi media sosial Instagram sebagai strategi pemasaran. Kebijakan PSBB yang diterapkan dalam bentuk membatasi aktivitas di luar rumah untuk menghadapi penyebaran virus Covid-19 menyebabkan banyak pengusaha yang mengalami kesulitan dalam melakukan pemasaran secara *offline*. Dengan adanya media sosial, salah satunya Instagram yang saat itu sedang naik daun dan banyak digunakan

oleh banyak orang membuat Fauza Beauty dapat berjualan menawarkan produk cukup dari rumah.

Faktor lain yang menjadi penyebab Fauza Beauty dapat bertumbuh adalah dengan memilih jenis produk yang dijual merupakan produk kategori tinggi peminat seperti produk kebutuhan. Jenis produk dengan kategori tinggi peminat dan merupakan produk kebutuhan adalah produk perawatan tubuh. Hal tersebut karena bagi wanita perawatan dan menjaga kulit agar tetap sehat merupakan hal yang wajib. Dengan memiliki urgensi tinggi tersebut maka jenis kategori ini masih banyak diminati wanita meskipun terdapat beberapa anak jenis produk yang dikurangi karena kondisi ekonomi.

Pelayanan yang memuaskan juga merupakan faktor yang membuat pendapatan Fauza Beauty meningkat signifikan. Banyaknya teman-teman pemilik Fauza Beauty yang merasa puas dengan pelayanan dan produk yang dijual oleh Fauza Beauty membuat mereka puas dan melakukan pembelian ulang. Selain itu, ditemukan juga beberapa pelanggan yang mengaku memperoleh rekomendasi dari teman-teman pemilik Fauza beauty untuk membeli produknya. Dari kejadian tersebut memberikan dampak pada Fauza Beauty berupa peningkatan omset yang signifikan.

3. Selama proses menjalankan usaha, Fauza Beauty diketahui ternyata telah menjalankan semua 9 elemen bisnis model yang ada. Segmen pelanggan Fauza Beauty adalah mahasiswi yang membutuhkan produk perawatan tubuh dengan rentang usia 19-35 tahun dengan kelas ekonomi menengah di wilayah Universitas Muhammadiyah Gresik. Cara menjalin hubungan

perusahaan ini adalah dengan memberikan konten bermanfaat dan promo di tanggal spesial. Saluran penjualan yang digunakan oleh Fauza Beauty adalah Instagram, Shopee, Tokopedia, Facebook, dan Whatsapp. Nilai yang diutamakan perusahaan adalah produk yang berkualitas tinggi, jaminan aman (BPOM), pelayanan yang memuaskan serta harga jual yang terjangkau.

Kunci aktivitas usaha adalah membuat konten, mengirim produk (COD) dan melakukan analisis bisnis. Dalam sumber daya kunci yang digunakan adalah akun Instagram, akun Shopee, akun Tokopedia, akun Facebook dan Smartphone. Patner dalam Fauza Beauty yaitu Mbak Wiwik selaku supplier kosmetik, JNE dan J&T. Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yaitu biaya stok produk dan biaya kuota internet. Pendapatan utama dalam usaha ini melalui penjualan produk.

## **5.2 Rekomendasi**

Berdasarkan hasil dari kegiatan pelaksanaan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdapat beberapa saran yang ingin diberikan kepada pemilik Fauza Beauty untuk dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menentukan strategi baru dalam Fauza Beauty agar dapat terus bertahan dan berkembang. Saran tersebut yaitu:

1. Melakukan perencanaan bisnis baru dengan metode analisis bisnis SOSTAC. Selain digunakan untuk melakukan analisis strategi bisnis yang telah dilakukan pada sebuah perusahaan, metode analisis bisnis SOSTAC juga dapat digunakan untuk melakukan perencanaan strategi bisnis baru

sehingga memudahkan perusahaan untuk menyusun strategi usaha baru yang tepat.

2. Melakukan riset pasar yang mendalam sehingga mengetahui perkembangan pasar yang ada, hal tersebut karena seiring berkembangnya zaman masyarakat seringkali berubah gaya dan pola hidup yang dapat mempengaruhi kebutuhan dan keinginan akan suatu produk. Dengan memahami dan terus memperbarui pengetahuan tentang pasar yang ada akan dapat membantu perusahaan dapat mengikuti apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pasar sehingga perusahaan dapat terus berkembang dengan baik.

