

BAB V

KESIMPULAN

4.1 FEASIBILITY

PROANGSA masuk ke dalam industri kreatif yang belum memiliki kompetitor langsung. Hal ini yang memungkinkan PROANGSA untuk dapat mengembangkan model bisnisnya seturut dengan perkembangan segmen pasarnya. Berkembangnya peminat dan penghargaan terhadap produk kreatif hasil karya anak bangsa membuka lebar peluang PROANGSA untuk masuk ke banyak ranah pasar. Hanya saja sangat penting untuk selalu menentukan target dengan pasar yang memiliki potensi paling kuat.

Perkembangan sisi nasionalisme di pasar Indonesia juga mendukung pengembangan model bisnis PROANGSA yang proposisi nilainya didasarkan pada pertumbuhan rasa bangga terhadap budaya bangsa dan warisan tradisional Bangsa Indonesia. Kesadaran segmen pasar PROANGSA terhadap bentuk dukungan pelestarian kebudayaan dengan menggunakan produk kreatif yang berbahan dasar warisan budaya tradisional Indonesia juga sejalan dengan landasan dasar bisnis ini. Hal ini mendukung pengembangan produk pun bisa disambut positif oleh pasar.

Perkembangan teknologi di Indonesia diprediksikan akan mengalami pertumbuhan pesat sampai tahun 2015 yang akan ditandai dengan meningkatnya jumlah pengguna *smartphone* dan jumlah *netizen* (pengguna internet yang online lebih dari tiga jam dalam sehari) mencapai 100 juta orang di Indonesia. Dari sisi bisnis *online* pun dinyatakan bahwa pasar Indonesia akan menyumbang total pembelian secara *online* mencapai 4,89 Miliar di tahun 2016. Hadirnya peraturan pemerintah yang tujuannya adalah untuk melindungi proses transaksi *online* diharapkan dapat mendukung pertumbuhan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap transaksi *online*.

Indonesia diperkirakan akan mengalami kenaikan jumlah masyarakat yang tergolong kelas menengah. Dengan kata lain, pasar PROANGSA yaitu mereka yang termasuk ke dalam kelas menengah atas pun akan bertambah seturut dengan perkembangan ekonomi Indonesia. Hal ini diharapkan bisa menjadi gambaran prediksi bahwa pasar PROANGSA akan bertumbuh di masa yang akan datang.

Metode produksi dengan sistem *toll-manufacturing* memberikan keuntungan bagi PROANGSA karena mampu mengurangi resiko kerugian karena banyaknya biaya untuk pembelian alat, kebutuhan sumber daya manusia yang terlalu banyak, gagal produksi, dan lainnya. Sistem produksi seperti ini yang mengutamakan kerja sama dengan *vendor* yang mampu mengerjakan pesanan khusus PROANGSA mendukung aktivitas utama yang harus dipegang oleh PROANGSA, yaitu melakukan pengembangan produk kreatif secara berkala.

Hal yang menjadi resiko karena bergerak di bisnis kreatif adalah pengembangan produk merupakan aktivitas yang harus secara intensif dilakukan. Hanya saja tidak semua inovasi bisa diterima oleh pasar, dan PROANGSA harus siap dengan resiko tersebut. Sistem *toll-manufacturing* memudahkan PROANGSA untuk dapat berkreasi dengan segala bentuk produk karena yang perlu dilakukan adalah mencari *vendor* yang tepat. Apabila suatu produk ditetapkan untuk *discontinue*, kerugian PROANGSA tidak terlalu besar karena tidak perlu mengeluarkan investasi berupa alat atau tenaga ahli dalam membuat produk tertentu.

4.2 LIMITATION

Sebagai pemain di dalam bisnis produk kreatif yang sepatutnya menghasilkan pengembangan produk secara berkala, model bisnis ini belum dapat memetakan strategi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan inovasi produk kreatif yang tetap dapat memberikan keuntungan kepada perusahaan ketimbang membutuhkan modal awal terus menerus untuk memproduksi produk kreatif yang baru. Model bisnis ini bukan untuk membuat sebuah *mass product*, melainkan produk kreatif yang eksklusif, dengan kata lain hanya terdiri dari jumlah yang terbatas.

4.3 SARAN REKOMENDASI

PROANGSA perlu memikirkan strategi investasi untuk mendukung kebutuhan bisnis dengan pengembangan produk kreatif yang berkala, sehingga tidak mengganggu *cash flow* dari bisnis yang sudah berjalan. Pengembangan pasar

PROANGSA bisa diperluas karena memiliki *website* / toko *online*. Hal yang bisa dilakukan untuk memperluas penyebaran produk PROANGSA adalah dengan mencari kerja sama dengan distributor di luar Jakarta, khususnya di daerah-daerah yang menjunjung kebudayaan seperti Bandung dan Jogjakarta.

Pada perkembangannya, PROANGSA bisa saja tidak mengembangkan bentuk atau jenis produk kreatifnya tetapi mengembangkan *pattern* atau corak dari tenun ikat yang digunakan. Hal ini diharapkan bisa menjadi salah satu penggerak tidak hanya bagi produsen tenun ikat ATM, tetapi juga kepada para pengrajin tenun ikat ATBM untuk melakukan inovasi ke dalam corak tenun ikat yang mereka hasilkan. Kerja sama dengan pengrajin di daerah dirasa dapat menjadi langkah yang baik bagi perlembangan bisnis ini karena selain memiliki keunggulan dengan pola tenun ikat sendiri, PROANGSA bisa berkembang menjadi sebuah bisnis yang juga turut mengembangkan perekonomian pengrajin tenun ikat di Indoensia.

Pemerintah yang saat ini mengembangkan Sekolah Menengah Kejuruan khususnya dalam kejuruan bidang kriya dapat menjadi salah satu opsi bagi PROANGSA untuk mendapatkan bahan dasar yang unik dan menaikkan nilai produk PROANGSA karena yang membuatnya adalah anak-anak bangsa dari SMK di seluruh Indonesia.

Produk kreatif seperti yang sudah disinggung di atas memang membutuhkan modal yang cukup besar untuk bisa bertahan dan secara berkala melakukan inovasi produknya. Maka, beberapa hal yang dapat dilakukan untuk mendapatkan modal tersebut adalah salah satunya dengan membawa ide PROANGSA ke kompetisi *start-*

up bisnis di dalam maupun di luar negeri. Hal ini dapat dipertimbangkan karena kompetisi semacam itu, selain memberikan modal berbentuk materi, tetapi pemenang juga akan mendapatkan pelatihan dan bimbingan dari pelaku-pelaku bisnis di yang sudah berhasil.