

BAB 6

Kesimpulan dan Saran

6.1 Kesimpulan

Dengan adanya perubahan dalam proses bisnis SAE yang disempurnakan dengan proses pengoptimalisasian komponen biaya dalam SAE. Dalam sektor biaya tetap dan biaya variabel dalam SAE banyak sekali komponen biaya yang harus dioptimalisasi. Dengan melakukan optimalisasi komponen biaya tetap dan biaya variabel SAE langsung berdampak kepada harga pokok penjualan yang menurun. Sehingga dengan menurunnya harga pokok penjualan SAE maka margin laba yang diperoleh akan semakin tinggi. Dengan bantuan optimalisasi biaya diharapkan SAE dapat memonitor terus komponen biaya tetap dan biaya variabel agar tidak meningkat secara signifikan sehingga berdampak negative terhadap SAE.

Dengan mengubah value proposition SAE dengan menambahkan kesan eksklusif dengan cara membatasi kuantitas dari produk yang dijual membuat orang – orang merasa jika mendapatkan produk dari SAE maka akan sedikit sekali orang yang memakainya sehingga memiliki nilai tersendiri dipasar. Dengan adanya pembatasan kuantitas yang dilakukan maka dapat membuat SAE memiliki margin laba yang besar karena harga pokok penjualan produk SAE telah diturunkan karena melakukan tindakan optimalisasi komponen biaya tetap dan biaya variabel.

Selain itu dengan berubahnya value proposition SAE membuat SAE harus menambahkan beberapa aktivitas dalam SAE membuat karyawan SAE dapat

mengembangkan talenta yang ada didalam diri mereka dengan menggunakan talenta atau kemampuan yang telah dimiliki dan dilakukan pengembangan sehingga tidak lagi harus meminta atau membayar jasa – jasa lainnya yang membuat SAE harus mengeluarkan sejumlah biaya yang akan mempengaruhi kepada meningkatnya harga pokok penjualan yang berdampak kepada penurunan margin laba SAE.

Dengan melaksanakan optimalisasi biaya maka SAE juga harus memiliki beberapa mitra yang akan membantu SAE untuk dapat melaksanakan pembuatan produk dari pengembangan sebuah ide hingga produk itu siap untuk dipasarkan dan selesai dari proses produksi. Untuk menunjang hal tersebut maka SAE dapat melakukan hubungan yang baik dengan para mitranya sehingga tidak merugikan SAE karena hubungan kemitraan yang tidak dikomunikasikan secara baik dan benar.

6.2 Saran

Berdasarkan kepada hasil evaluasi bisnis SAE dan berdasarkan kepada hasil pengoptimalisasian komponen biaya dalam SAE maka ada beberapa saran yang dapat diberikan kepada SAE seperti

1. SAE juga harus dapat memiliki *revenue stream* tambahan karena dengan adanya revenue tambahan dapat membantu SAE untuk bisa mengembangkan bisnisnya kearah yang lebih luas.
2. SAE harus memperhatikan beberapa biaya yang harus terus diawasi agar tidak melebihi anggaran biaya yang telah ditetapkan
3. Harus dapat menekan lagi harga pokok penjualan sehingga margin laba yang diperoleh akan semakin besar
4. Membuat perjanjian antara SAE dengan para mitra sehingga tidak ada kesalahan komunikasi antara SAE dengan para mitra – mitra lainnya.
5. Mempertahan kesan eksklusif kepada setiap produk yang dihasilkan karena dengan mempertahankan kesan tersebut SAE akan memiliki nilai yang lebih didalam pasar.
6. SAE juga harus mengembangkan kemampuan yang telah dimiliki oleh para karyawannya sehingga tidak memerlukan untuk mengeluarkan biaya untuk membayar jasa – jasa dari pihak eksternal.

7. Memberikan edukasi tentang budaya dengan cara yang lebih modern sehingga para anak muda tertarik kembali dengan budaya – budaya khas indonesia

Daftar Pustaka

- Garson, G. (2016). *Validity & Reability*. USA: Statistical Publishing Associates.
- Indriyo, G. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFPE.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen pemasaran edisi milenium*. Jakarta: Erlangga.
- Madhav, S. D. (2018). *Hrongsre's Cost Accounting : A Managerial Emphasis*. New Jersey: Pearson.
- Maxwell, J. A. (2009). *Designing a qualitative study*. USA: Thousand Oaks.
- Michael Colin Cant, J. W. (2016). Key Factors Influencing Pricing Strategies For Small Business Enterprises (SMEs): Are They Important? . *The Journal of Applied Business Research*.
- Ostwalder. (2010). *Business Model Canvas*.
- Santoso, H. S. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Masyarakat. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Telaumbanua, M. (2014, Juni). *Meddium*. Retrieved from <https://medium.com>.
- Uma, S. (2014). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yin, R. K. (2011). *Qualitative Research from Start to Finish*. London: The Guildford Press.