

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis rasio yang telah dilakukan oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan bisnis *online shop* berbasis *e-commerce* pada perusahaan Star.co dalam waktu periode November 2016 termasuk dalam kategori baik. Hal ini dapat dilihat dari tiga rasio keuangan yaitu, rasio likuiditas, rasio aktivitas, dan rasio profitabilitas.
2. Setelah penulis membuat proyeksi perencanaan laba tanpa pengembangan usaha terhadap perusahaan kinerja keuangan perusahaan lebih baik daripada tidak dilakukan proyeksi perencanaan laba. Hal ini dikarenakan, dalam perencanaan laba tanpa pengembangan usaha, tidak dibutuhkan biaya investasi sehingga tidak menambah biaya operasional perusahaan.
3. Setelah dilakukan pengembangan usaha, perencanaan laba terhadap perusahaan *online shop* Star.co tidak menjadi lebih baik. Perusahaan masih dapat menghasilkan profit namun, profit yang dihasilkan tidak signifikan daripada tidak dilakukannya pengembangan usaha.
4. Setelah dilakukan evaluasi atas perencanaan laba setelah pengembangan usaha, yaitu berdasarkan perhitungan teknik nilai bersih sekarang dan teknik indeks laba, dapat disimpulkan bahwa usaha Star.co layak untuk dijalankan.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap *online shop* Star.co, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Jika dilihat dari laporan keuangan per bulan perusahaan selama satu tahun, penulis telah melampirkannya di bab lampiran, perusahaan masih belum membayar pajak dengan tarif yang telah ditentukan. Penulis menyarankan agar pemilik melakukan pembayaran pajak dengan tarif yang telah ditetapkan oleh pemerintah yaitu 1% dari penghasilan bruto (mengingat penghasilan bruto perusahaan masih dibawah Rp 4.800.000.000

2. Apabila pemilik tetap menjalankan bisnisnya secara *online* karena dengan menjalankan bisnis secara *online*, pemilik mendapatkan keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan menjalankan bisnis secara *offline*.
3. Untuk meningkatkan penjualan, penulis menyarankan agar pemilik memanfaatkan *social media* misalnya dengan melakukan *endorsement* kepada beberapa ikon yang mungkin dapat membantu pemasaran produk dengan begitu, masyarakat akan lebih *aware* dengan keberadaan produk dan diharapkan akan menimbulkan niat beli sehingga kemungkinan yang mungkin dapat terjadi atas dasar perhitungan-perhitungan rasio bisa dihindari dan perusahaan dapat menghasilkan keuntungan lebih besar daripada bisnis *online*.
4. Melakukan pencatatan keuangan atas aktivitas-aktivitas yang terjadi selama bisnis berlangsung dan mengolahnya menjadi informasi yang kemudian dapat digunakan pemilik untuk pengambilan keputusan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Sumber Buku

Kasmir. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan* (Vol. 2). Jakarta, Indonesia: Kencana.

Sundjaja, R. S. (2012). *Manajemen Keuangan I* (Vol. 8). Bandung, Jawa Barat, Indonesia: Literata Lintas Media.

Sekaran, Uma & Bougie R. (2013). *Research Methods for Business* (Vol. 6). United Kingdom: Wiley

2. Sumber Internet

Mahatma, R. (2016, 12 30). *Buat Toko Online*. Retrieved 10 15, 2016, from Data Statistik Mengenai Pertumbuhan Pangsa Pasar E-Commerce di Indonesia Saat Ini: <https://www.buattokoonline.id/author/rheinm/> [diakses pada 15 Oktober 2016]

Sari, H. R. (2014, Semptember 25). *Jumlah UMKM Indonesia 57,9 juta, terbanyak dibanding negara lain*. (H. R. Sari, Editor, merdeka.com, Producer, & Kapan Lagi) [diakses pada 26 Oktober 2016] from merdeka.com: <https://www.merdeka.com/uang/jumlah-umkm-indonesia-579-juta-terbanyak-dibanding-negara-lain.html>

3. Sumber Skripsi

Sandhy. (2010). *Perencanaan Laba untuk Bengkel X*. Bandung: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi - UNPAR

Yufa, Sukma. (2013). *Pengaruh Event Marketing dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Tenant di Lippo Malls (studi kasus pada Bandung Indah Plaza)*. Bandung: UNIKOM