

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis kelayakan bisnis perusahaan Aplikasi *E-commerce* Lelang N yang dibahas pada bab sebelumnya, penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengolahan data serta analisis setiap aspek kelayakan usaha Perusahaan Aplikasi *E-commerce* Lelang N, didapatkan kesimpulan bahwa perencanaan bisnis yang dilakukan layak untuk dijalankan berdasarkan analisa aspek-aspek sebagai berikut:
 - Berdasarkan aspek hukum, Perusahaan Aplikasi *E-commerce* Lelang N dianggap layak karena mampu memenuhi kriteria dan berbadan hukum yang jelas yaitu Perseroan Terbatas .
 - Berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, Perusahaan Aplikasi *E-commerce* Lelang N dianggap layak karena sudah memiliki brand yang *simple* dan mudah diingat, memiliki model bisnis yang jelas, sudah memiliki dan menyusun strategi periklanan dan promosi yang cukup baik dan detail.
 - Berdasarkan aspek teknis dan operasional, Perusahaan Aplikasi *E-commerce* Lelang N dianggap layak karena mampu untuk menyediakan segala hal yang dibutuhkan untuk menunjang kegiatan teknis operasional perusahaan mulai dari kantor, peralatan dan perlengkapan, serta jam kerja yang masih dalam batas wajar.
 - Berdasarkan aspek manajemen dan organisasi, Perusahaan Aplikasi *E-commerce* Lelang N dianggap layak karena telah memiliki struktur organisasi yang jelas dengan deskripsi pekerjaannya masing-masing, serta memiliki kualifikasi atau spesifikasi untuk setiap karyawan dengan gaji diatas UMR dari pemerintah.

2. Penilaian kelayakan bisnis Aplikasi *E-commerce* Lelang N berdasarkan aspek finansial:

a. *Net Present Value* (Teknik Nilai Bersih Sekarang)

Hasil perhitungan *Net Present Value* (Teknik Nilai Bersih Sekarang) dengan 3 skema (tanpa mempertimbangkan faktor resiko dengan *discount factor* 7%, mempertimbangkan faktor resiko dengan *discount factor* 25% dan 40%) adalah lebih besar dari nol atau positif. Di mana jika NPV lebih besar dari nol, maka proyek akan menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih besar dari *initial investmentnya*. Oleh karena itu, apabila Aplikasi *E-commerce* Lelang N dijalankan, maka akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan Aplikasi *E-commerce* Lelang N.

b. *Internal Rate of Return* (Teknik Tingkat Pengembalian Internal)

Hasil perhitungan *Internal Rate of Return* (Teknik Tingkat Pengembalian Internal) sebesar 51% dan lebih besar dari asumsi tertinggi *discount factor* yaitu sebesar 50%. Di mana jika *Internal Rate of Return* (Teknik Tingkat Pengembalian Internal) lebih tinggi dari asumsi tertinggi *discount factor* (50%), maka proyek bisnis Aplikasi *E-commerce* Lelang N akan memberikan nilai tambah bagi pemilik Aplikasi *E-commerce* Lelang N.

c. Dilihat dari *Profitability Index* (Teknik Indeks Laba)

Hasil perhitungan *Profitability Index* (Teknik Indeks Laba) sebesar 1,53 yang berarti lebih besar dari 1. Oleh karena itu, apabila bisnis Aplikasi *E-commerce* Lelang N dijalankan sesuai rencana, maka akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan Aplikasi *E-commerce* Lelang N.

d. Dilihat dari *Payback Period* (Teknik Periode Pengembalian)

Hasil perhitungan *Payback Period* (Teknik Periode Pengembalian) jika rencana bisnis perusahaan Aplikasi *E-commerce* Lelang N di Jakarta dijalankan adalah 3 tahun 11 bulan 26 hari. Periode pengembalian tersebut lebih cepat jika dibandingkan dengan periode pengembalian yang diharapkan oleh perusahaan, yaitu perusahaan memperkirakan selama 4 tahun. Oleh karena itu, jika proyek bisnis Aplikasi *E-commerce* Lelang N dijalankan sesuai rencana, maka arus kas untuk pengembalian modal ke perusahaan Aplikasi *E-commerce* Lelang N dapat terpenuhi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah didapat, penulis memberikan beberapa saran, antara lain:

1. Bagi perusahaan
 - a. Bagi perusahaan Aplikasi *E-commerce* Lelang N, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi, gambaran dan dapat dijadikan sebagai panduan atau pertimbangan dalam pengambilan keputusan perusahaan. Diharapkan masukan dan analisis yang penulis berikan juga dapat membantu perusahaan di masa sekarang ataupun di masa yang akan datang.
 - b. Sejauh ini rencana bisnis yang berjalan sudah sesuai, namun perlu diadakannya pengontrolan dari pengalokasian budget marketing yang dikeluarkan, hal ini dikarenakan biaya marketing yang dikeluarkan oleh perusahaan cukup besar dan marketing merupakan salah satu kunci utama untuk kesuksesan perusahaan *startup*, seluruh biaya marketing yang dikeluarkan juga sejalan dengan harapan kenaikan pendapatan yang didasarkan oleh kegiatan promosi. Menurut saya, perlu dibuat *grand strategy planning* yang dikhususkan untuk kegiatan marketing. Perlu dibuat *timeline* dan rencana kegiatan promosi untuk tahun-tahun yang akan datang agar bisa disiapkan lebih awal dan lebih matang, sehingga kegiatan promosi yang dijalankan akan lebih efektif dan efisien terhadap waktu, biaya, dan tenaga kerja. Menurut penulis, diperlukan juga jabatan *KOL (Key Opinion*

Leader) Officer atau *KOL Management*, yang dikhususkan untuk merencanakan dan mengelola promosi melalui artis maupun *influencer-influencer* di media social seperti Instagram, Facebook, dan TikTok yang memiliki banyak pengikut. Karena strategi pengiklanan tersebut merupakan strategi yang sangat efektif dalam mempromosikan suatu barang dan jasa pada masa sekarang.

c. Bagi akademis

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan dapat menggunakan studi kelayakan bisnis untuk melakukan penelitian yang sejenis pada suatu rencana bisnis atau bidang usaha yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora Marius P., (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Boone and Kurtz.(2011).*Contemporary Business 14th Edition*. Asia: John Willey and Sons
- Dasmodaran, Aswath. (2001). *Corporate Finance : Theory and Practice*. Edisi Kedua. New York : John Willey and Sons, Inc.
- Husein Umar. (2005). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Iban Sofyan. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jumingan. (2009). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kasmir dan Jakfar. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis*. Depok: Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing, Global Edition*. 14th Edition. Pearson Education
- Laudon, Kenneth C. & Laudon, Jane P. (1998). *Management Information Systems - New Approaches to Organization & Technology*. 5th edition, New Jersey: Prentice Hall
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-Commerce 2016 business, technology, society* (12th ed.). England: British Library Catalogue-in.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lastiansah, Sena. (2012). *Pengertian User Interface*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Mathis, L. Robert dan John H. Jackson. (2010). *Human Resource Management Thirteenth Edition*. United States of America: South-Western Cengage

Purwana, Dedi dan Nurdin M, Hidayat. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Depok : PT Rajagrafindo Persada.

Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta

Sekaran, U., Roger, B. (2016). Edisi 7. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.

Sundjaja, Ridwan, Inge B. dan Dharma P. (2013). *Manajemen Keuangan 2*. Edisi Ketujuh. Jakarta: Literata Lintas Media.

Sanjai Bhagat. (2013). *Why do venture capitalists use such high discount rates*. University of Colorado at Boulder, Boulder, Colorado, USA

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran. Edisi-4*. Yogyakarta: Andi Offset.

Turban, Efraim et al. (2012) *Electronic Commerce: A Managerial Perspective. International Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Wardiyah, Mia Lasmi. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Direktorat Jendral Pajak. (2018). *-Ketentuan Penyusutan*.

Retrieved from

<http://www.pajak.go.id/content/22115121-ketentuan-penyusutan>

Direktorat Jendral Pajak. (2018). *-Ketentuan Penyusutanl*.

Retrieved from

<http://www.pajak.go.id/content/11211113121-ketentuan-penyusutan>

Direktorat Jendral Pajak. (2018). *-Tarif PPh.*

Retrieved from

<http://www.pajak.go.id/content/12241-tarif-pph>

Infiniti (2021). *– Inilah 7 Cara Mendirikan PT di 2021*

Retrieved from

<https://infiniti.id/mendirikan-pt>

Lembaga Penjamin Simpanan. (2019). *-List Perubahan Tingkat Bunga Pinjaman.*

Retrieved from

<https://bit.ly/3oTgEAQ>

Kompas. Ulya, F. (2020). *BI Prediksi Transaksi E-Commerce Melonjak Sampai Rp 429 Triliun Sepanjang 2020*

Retrieved from

<https://money.kompas.com/read/2020/10/22/051200926/bi-prediksi-transaksi-e-commerce-melonjak-sampai-rp-429-triliun-sepanjang-2020>

Statista (2019). *Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-Commerce di Indonesia 2017-2023*

Retrieved from

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>

We Are Social & Hootsuite. (2020). *Digital Data Indonesia 2020. In Data Reportal.*

Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>

Irwan Djaja. Investor.id. (2019) *-Fenomena Start Up dan Aspek Penilaian Perusahaan*

Retrieved from at: <http://brt.st/6pNM>