

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan membahas mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan dibuat berdasarkan seluruh pembahasan yang telah dibuat sebelumnya. Saran diberikan untuk perusahaan dan untuk penelitian selanjutnya.

V.1 Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian terkait dengan perencanaan bisnis usaha jasa Perusahaan X, maka terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil. Kesimpulan ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya. Perencanaan bisnis yang dilakukan untuk upaya pengembangan Perusahaan X dilakukan dalam tiga buah aspek, yaitu: aspek pasar dan pemasaran, aspek operasional, dan aspek finansial. Berikut merupakan perencanaan yang dihasilkan berdasarkan masing-masing aspek.

- a. Perencanaan pasar dan pemasaran dimulai dari penentuan STP sehingga diperoleh target yang spesifik, yaitu masyarakat dengan kelas ekonomi menengah ke atas dengan penghasilan Rp 5,000,000 – Rp 10,000,000 per bulan. Selain itu, posisi yang diharapkan Perusahaan X dapat tertanam di benak konsumen adalah layanan cuci mobil yang praktis, pelayanan prima, serta harga bersaing.
- b. Perencanaan operasional dimulai dari menentukan lokasi area operasional tambahan, jenis layanan tambahan, perbaikan SOP, serta perencanaan peralatan dan fasilitas. Penambahan armada akan dilakukan pada area TKI dan THI. Armada tersebut khusus digunakan untuk layanan tambahan berupa cuci mobil premium dan pembersihan jamur kaca. Sehingga terdapat pembagian tugas armada pada kedua armada, yaitu: armada 1 untuk cuci mobil standar sedangkan armada 2 untuk cuci mobil premium dan pembersihan jamur kaca. Selanjutnya, perbaikan SOP yang dilakukan berupa perubahan urutan pencucian dan metode pengeringan. Setelah itu, perencanaan peralatan dan fasilitas terbagi atas peralatan, fasilitas, dan barang habis pakai. Perencanaan

peralatan dan fasilitas untuk armada 2 sama dengan kebutuhan armada 1.

- c. Strategi pemasaran yang dilakukan berdasarkan *marketing mix* menghasilkan strategi yaitu, melakukan pemasaran secara *online* maupun *offline*. *Online* dengan menggunakan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp. *Offline* dengan menggunakan brosur yang disebar langsung ke area target konsumen. Selain itu, untuk menarik minat masyarakat dalam menggunakan jasa Perusahaan X, perusahaan dapat membuat promo potongan harga pada saat *event* tertentu. Sedangkan untuk mempertahankan *customer* lama, perusahaan dapat membuat kartu member dengan program khusus atau hak istimewa seperti prioritas penjadwalan. Selain itu, untuk mendukung pemasaran dan mempermudah proses penerimaan pesanan, perusahaan dapat menambahkan *website* Perusahaan X beserta fitur *online booking*.
- d. Perencanaan finansial yang dilakukan adalah perhitungan modal usaha, depresiasi, gaji, perhitungan *variable cost*, perhitungan harga pokok penjualan, skenario pengembalian hutang, proyeksi laba rugi, proyeksi aliran kas, dan analisis kelayakan usaha. Armada 1 hanya akan melayani jasa cuci mobil standar dengan kapasitas layanan sebanyak 5 mobil per hari. Sedangkan armada 2 akan melayani jasa cuci mobil premium dan pembersihan jamur kaca dan memiliki kapasitas layanan sebanyak 3 mobil per hari. Karena armada 2 memiliki dua buah layanan, maka dilakukan asumsi bahwa *crew* akan melayani 2 mobil cuci premium dan 1 mobil pembersihan jamur kaca. Perusahaan X akan melakukan pinjaman modal usaha ke Bank Mandiri sejumlah Rp 17,845,000,- dengan bunga 0.3% per bulan atau 7% per tahun, dengan masa jatuh tempo 2 tahun. Kemudian, berdasarkan perhitungan HPP, terdapat kenaikan harga pada cuci mobil standar menjadi Rp 50,000,- dan tarif cuci mobil premium adalah Rp 70,000,- sedangkan tarif layanan pembersihan jamur kaca adalah Rp 120,000,-. Berdasarkan perhitungan kelayakan usaha, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penambahan armada serta penambahan jenis layanan dapat dikatakan layak dilakukan oleh Perusahaan X. Sehingga, kelayakan perencanaan bisnis Perusahaan X apabila dilihat dari aspek finansial dapat dikatakan layak.

V.2 Saran

Setelah memperoleh kesimpulan, maka dapat diberikan beberapa saran bagi perusahaan dan untuk penelitian selanjutnya. Berikut merupakan saran yang diberikan bagi perusahaan.

1. Perusahaan sebaiknya mempertimbangkan dan melakukan implementasi terkait usulan yang diberikan.
2. Perusahaan sebaiknya melakukan evaluasi terkait *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* secara berkala, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan STP yang sesuai dengan kondisi saat ini.
3. Perusahaan sebaiknya melakukan perencanaan pengembangan lanjutan secara berkala untuk tahun-tahun berikutnya.
4. Perusahaan sebaiknya mempertahankan kualitas layanan yang diberikan.
5. Perusahaan sebaiknya terus melakukan evaluasi terhadap setiap aspek yang ada, sehingga perusahaan dapat terus relevan dengan kondisi perubahan yang terjadi.

Saran juga diberikan untuk penelitian selanjutnya atau penelitian dengan topik serupa yang akan dilakukan. Berikut merupakan saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya.

1. Melakukan perencanaan bisnis menggunakan metode lain yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.
2. Melakukan evaluasi terhadap usulan yang disarankan setelah usulan tersebut telah berjalan selama 24 bulan

DAFTAR PUSTAKA

- A.B., Susanto. (2001). *Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis*. Jakarta: Kompas.
- Astutik, Y. (2019, April 4). *Grab Food Tumbuh 10x Lipat Dalam Setahun, yang Lain 3 Tahun*. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190404140451-37-64633/grab-food-tumbuh-10x-lipat-dalam-setahun-yang-lain-3-tahun>
- Boediono. (2002). *Ekonomi Makro: Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi*. Yogyakarta: BPEE.
- Collins, K. (2012). *An Introduction to*. United States: Pearson/Prentice Hall, 2006.
- Deloitte Southeast Asia. (2015). *Deloitte Consumer Insight Capturing Indonesia's Latent Markets*. Germany: Deloitte Southeast Asia.
- E. Jerome McCarthy, P. (1960). *Basic Marketing : A Managerial Approach*. United States of America: Richard D. Irwin, Inc.
- Gitman, L. J., McDaniel, C., Shah, A., & Reece, M. (2018). *Introduction to Business*. Houston, Texas: Rice University.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2007). *Managerial Accounting 8th Edition*. United States of America: Thomson Higher Education.
- Heizer, J., & Render, B. (2004). *Operations Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Ir. Dody Herlando, M. (2017). *Indikator Kesejahteraan Rakyat Jawa Barat 2016*. Bandung: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat.
- Kho, B. (2017, Januari 22). *Analisis Lima Kekuatan Porter (Porter's Five Force Analysis)*. Retrieved from Ilmu Manajemen Industri: <https://ilmumanajemenindustri.com/analisis-lima-kekuatan-porter-porters-five-forces-analysis/>
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (1999). *Principles of Marketing - Second European Edition*. New Jersey, USA: Prentice Hall Inc.
- Kurniawan, A. (2019, Desember 12). *Pengertian Wawancara*. Retrieved from Guru Pendidikan: <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-wawancara/>
- Larasati, R. A. (2019, Oktober 4). *GoFood Catat Peningkatan Pengguna*. Retrieved from Kompas.com:

<https://money.kompas.com/read/2019/10/04/170949226/gofood-catat-peningkatan-pengguna>

- McKeever, M. (2005). *How to Write a Business Plan 7th Edition*. United States of America: Delta Printing Solution, Inc.
- Munawaroh, M., Rimiyati, H., & Hindasah, L. (2016). *Perencanaan Bisnis untuk Program Strata 1*. Yogyakarta: LP3M UMY.
- Newnan, D. G. (1988). *Engineering Economic Analysis Third Edition*. California: Engineering Press Inc.
- Newton, P., & Bristoll, H. (2013). *PESTEL ANALYSIS*. United Kingdom: Free Management Ebooks (FME).
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley & Sons, inc.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *Value Proposition Design*. New York: John Wiley & Sons.
- Palupi, D. H. (2012). 8 Wajah Kelas Menengah. *SWA: Mengapa Harus Wanita? Jalan Mereka menuju Puncak Bisnis*, 12-13.
- Parasivan, C., & Subramanian, T. (2009). *Financial Management*. New Delhi: New Age International Publisher.
- Porter, M. E. (2008). *The Five Competitive Forces That Shape Strategy*. United States of America: Harvard Business Review.
- Subagyo, P. (2000). *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sutojo, S., & Kleinstauber, D. F. (2002). *Strategi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- Syaifuddin, D. D. (2008). *Manajemen Keuangan (Teori dan Aplikasi)*. Kendari, Sulawesi Tenggara: Unhalu Press.
- West Java Incorporate. (2014). *Kota Bandung Profil*. Bandung: West Java Incorporate.
- Zakky. (2018, Mei 7). *Pengertian Observasi Menurut Para Ahli dan Secara Umum*. Retrieved from Zona Referensi Ilmu Pengetahuan Umum: <https://www.zonareferensi.com/pengertian-observasi/>