

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai kesimpulan dan saran dari analisis kelayakan usaha *production house* PT X. Kesimpulan yang dijabarkan akan menjawab tujuan dari penelitian ini. Saran akan ditujukan bagi *production house* PT X dan penelitian selanjutnya.

V.1 Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai studi kelayakan usaha terhadap *production house* PT X. Berikut beberapa kesimpulan dari hasil pengolahan data dan analisis yang dapat dijabarkan. Sehingga kesimpulan yang diperoleh akan dijelaskan sebagai berikut.

1. Bisnis *production house* dinyatakan layak untuk dijalankan berdasarkan aspek legalitas atau hukum. Semua persyaratan dan dokumen yang diperlukan seperti akta pendirian, nomor pokok wajib pajak, surat izin usaha perdagangan, tanda daftar perusahaan, izin mendirikan bangunan, tanda daftar usaha perfilman, dan tanda pemberitahuan pembuatan film dapat dipenuhi oleh perusahaan.
2. Bisnis *production house* dinyatakan layak untuk dijalankan berdasarkan aspek pasar dan pemasaran. Semua hal yang berhubungan tentang aspek pasar dan pemasaran seperti metode RWW, analisis SWOT, kondisi pasar sekarang (*market sizing*), strategi STP, dan strategi bauran pemasaran telah ditentukan dan dapat dipenuhi.
3. Bisnis *production house* dinyatakan layak untuk dijalankan berdasarkan aspek teknis dan operasional. Semua kebutuhan teknis seperti lokasi tempat usaha, *layout* tempat usaha, kebutuhan peralatan kantor dan syuting, dan juga proses bisnis telah ditentukan dan dapat dipenuhi semua.
4. Bisnis *production house* dinyatakan layak untuk dijalankan berdasarkan aspek sumber daya manusia. Struktur organisasi, deskripsi pekerjaan,

serta kualifikasi tenaga kerja yang dibutuhkan dalam perusahaan PT X telah ditentukan dan dapat dipenuhi semua.

5. Bisnis *production house* dinyatakan layak untuk dijalankan berdasarkan aspek finansial dalam dua skenario. Perhitungan penilaian investasi yang dilakukan dengan metode NPV, IRR, dan DPP dengan skenario *most likely* dan *optimistic* dinyatakan layak.

V.2 Saran

Setelah dijabarkan beberapa kesimpulan yang diperoleh, selanjutnya akan diberikan saran-saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya. Pemberian saran ini bertujuan agar di masa yang akan datang, penelitian dapat dilakukan lebih baik lagi. Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya dijabarkan sebagai berikut.

1. Perancangan sistem kerja yang mengakomodasi perkembangan usaha.
2. Perencanaan bisnis untuk tahun kelima sampai ke sepuluh.
3. Memperhitungkan *feedback* / aspek sosial ekonomi.
4. Analisis manajemen risiko dari bisnis *production house*.

Selain saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya, diberikan juga saran yang ditujukan oleh pemilik perusahaan dan perusahaannya. Berikut merupakan saran-saran tersebut.

1. Pemilik usaha disarankan untuk menggunakan penelitian ini sebagai dasar pertimbangan untuk memulai usaha *production house* yang bergerak dalam bidang iklan dan juga *company profile*.
2. *Production house* PT X disarankan untuk memperluas cakupan dari kategori proyek yang dibuat jika masih tersedia kapasitas kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Acker, A. (1991). *Reel women : pioneers of the cinema, 1896 to the present*. New York: Continuum.
- Ali, C. (1999). Badan Hukum. Dalam C. Ali, *Badan Hukum* (hal. 18-19). Bandung: Alumni.
- Asshiddiqie, J. (2006). Perkembangan dan Konsolidasi Lembaga Negara Pasca Reformasi. Dalam J. Asshiddiqie, *Perkembangan dan Konsolidasi Lembaga Negara Pasca Reformasi* (2nd ed., hal. 69). Jakarta: Setjen dan Kepaniteraan MKRI.
- Badan Ekonomi Kreatif Indonesia. (2017). *Buku Aspek Kelayakan Pembiayaan Ekonomi Kreatif Sub Sektor Film Komersial 2017*. Jakarta.
- Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia dan Presiden Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2009 tentang Perfilman*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- EduPristine. (2018, March 29). *Sensitivity Analysis: Meaning, Uses, Methods of measurement*. Diambil kembali dari EDUPRISTINE: <https://www.edupristine.com/blog/all-about-sensitivity-analysis>
- Hughes, S. (2020, March 19). *7 industries investing in video marketing in 2020*. Diambil kembali dari wibbitz: <https://www.wibbitz.com/blog/7-video-marketing-industries/>
- Husnan, S., & Muhammad, S. (2018). *Studi Kelayakan Proses Bisnis*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Kasmir, & Jakfar. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Depok: Kencana.
- Lamudi. (2016, January 19). *Syarat IMB – Persyaratan Mengurus Izin Mendirikan Bangunan*. Diambil kembali dari Lamudi: <https://www.lamudi.co.id/journal/syarat-imb-biaya-izin-mendirikan-bangunan/>
- Lisawati, P. (2016). EFEKTIVITAS IKLAN PADA JEJARING SOSIAL SEBAGAI SALAH SATU STRATEGI PEMASARAN BISNIS USAHA KECIL MENENGAH (UKM) DENGAN MENGGUNAKAN METODE. *JURNAL ILMIAH EKONOMI BISNIS*, 21(3), 153-159.

- Rebecca. (2017, July 5). *Pentingnya Video Marketing Untuk Bisnis*. Diambil kembali dari Progress Tech: <https://www.progresstech.co.id/blog/video-marketing-untuk-bisnis/>
- Report: State of Video Marketing 2020*. (2020, July 23). Diambil kembali dari [wyzowl.com](https://www.wyzowl.com/state-of-video-marketing-2020-report/): <https://www.wyzowl.com/state-of-video-marketing-2020-report/>
- Setiawati, I., & Widyartati, P. (2017, May 9). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM. *Jurnal Proceedings STIE Dharmaputra Semarang*, 343-347.
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Tata Cara Pendaftaran NPWP*. (2020, February 26). Diambil kembali dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia: <https://www.kemenkeu.go.id/page/tata-cara-pendaftaran-npwp/>
- Team, M. T. (2016, 11 14). *SWOT Analysis - Stengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*. Diambil kembali dari MindTools: https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_05.htm
- Ulrich, K. T., Eppinger, S. D., & Yang, M. C. (2020). *Product Design and Development* (7th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Whitney, M. (2019, July 15). *8 Industries That Must Have a Video Marketing Strategy*. Diambil kembali dari WordStream: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2016/11/21/video-marketing-strategy>