

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui analisis yang dilakukan pada bab – bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan beberapa hal sebagai berikut, yaitu :

1. *Key Success Factor* dari industri *software house* adalah visi, kepemimpinan, dan kapabilitas pemilik; Ide program, pembuatan sistem, dan inovasi; *Employee/team*; Jaringan dan Mitra; Komunitas; *Value added services*.
2. PT ASK memiliki kekuatan: *Broad programming skill set*; mampu menangani pengadaan *hardware* dengan harga bersaing; memiliki jaringan dengan *programmer freelance* berkualitas; memiliki banyak mitra *vendor hardware* dan *hardware reseller*; memiliki modal finansial yang memadai, memiliki kontrak kerjasama dengan perusahaan jasa pengelola parkir *Auto Parking*, dan sudah memiliki *customer* loyal. Namun PT ASK juga memiliki kelemahan pengelolaan arsip dan administrasi yang buruk; *Schedule* kerja yang kadang terlambat, *management* perusahaan belum profesional.
3. PT ASK memiliki tujuan jangka panjang dalam rentang waktu 5 tahun:
 - Peningkatan Penjualan 30 % setiap tahun.
 - Memiliki 2 kantor di Bandung dan Jakarta.
 - Memiliki kurang lebih 25-40 pegawai di tahun kelima.
 - Sudah memiliki *basic software* pada tahun ketiga.
 - Mendapatkan kontrak kerjasama dengan perusahaan parkir lainnya.
 - Payback Period \leq 1 tahun

PT ASK memiliki peluang dengan pencanangan Indonesia sebagai kekuatan ekonomi digital terbesar di kawasan Asia Tenggara; masih banyak perusahaan namun secara pengelolaan masih secara tradisional; kontrak dengan *Auto Parking*. PT ASK memiliki ancaman dari banyaknya pesaing baru; sulit mencari karyawan

berkualitas; harga *software* bersaing, dan banyaknya pengelola usaha sejenis yang kurang bertanggung jawab terhadap *customer*.

4. Kanvas model bisnis PT ASK masuk dalam tipe *platform* bersisi banyak. Kanvas model bisnis PT ASK adalah sebagai berikut:

Segmen pelanggan:

- Perusahaan dengan omzet di atas 12 miliar dalam setahun,
- perusahaan yang memerlukan sistem *IT*,
- perusahaan yang membutuhkan *hardware*,
- perusahaan yang memerlukan *IoT*,
- perusahaan yang membutuhkan jasa servis dan *maintenance software*,
- *site* yang dikelola *Auto Parking*.

Value Proposition:

- jasa pembuatan *customized software*
- pengadaan *hardware*
- Jasa servis dan *maintenance*
- Penyediaan *hardware* dan *software* parkir.

Channels:

- media sosial, *website*, *e-mail*, *workshop*, komunitas, saluran mitra

Customer Relationship

- *IT consulting*, Komunitas

Revenue

- penjualan *software*, pengadaan *hardware*, lisensi parkir, *consulting*, *service*, dan *maintenance*.

Key Resources:

- Pegawai, kantor, peralatan dan perlengkapan, modal yang memadai, *copyright*, *IT Infrastructure*, kompetensi pegawai di bidang *IT*

Key Activities:

- manajemen *platform*, manajemen pengetahuan, manajemen operasional, promosi, pelatihan karyawan.

Key Partnership:

- *Hardware vendor ,Hardware reseller langganan, PT lainnya, freelance programmer, Auto Parking.*

Cost:

- Gaji, operasional, pemasaran, pajak, penyusutan.

5. Penilaian investasi PT ASK diterima. PT ASK layak untuk dilaksanakan.

5.2 Saran

Beberapa saran yang mungkin dapat dijadikan pertimbangan bagi pemilik PT ASK dalam menjalankan *software house*:

1. PT ASK harus melakukan perencanaan ke depan dengan lebih matang dengan melakukan pertimbangan mengenai perbandingan antara biaya pegawai tetap dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan saat pelanggan tidak puas, serta kemungkinan bocornya informasi internal perusahaan pada pesaing.
2. PT ASK harus memilih prioritas kekurangan yang harus diperbaiki untuk meningkatkan kualitas.
3. PT ASK perlu meningkatkan kesejahteraan dan meningkatkan kualitas *programmer* untuk meningkatkan kualitas produk dan jasa yang dihasilkan.
4. PT ASK harus meningkatkan pelayanan terhadap *customer* untuk dapat membuat *customer* menjadi loyal guna meningkatkan pendapatan.
5. PT ASK perlu membuat regulasi komposisi pegawai tetap dan *freelance*.

Daftar Pustaka

- Barney, Jay B. & Hesterly, W. (2012). “*Strategic Management & Competitive Advantage.*” USA: Prentice Hall Publishing.
- Uno, Hamzah B. dan Lamatenggo. (2011). “Teknologi Komunikasi dan Informasi Pembelajaran. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bodie, Kane & Marcus. (2002). *Investment.* USA. McGraw Hill.
- Bryson, John M. (2011). “*Strategic Planning for Public and NonProfit Organizations Sets.*” USA: Wiley.
- David, Fred R. (2011). “*Strategic Management.*” Buku 1, 13th edition. New Jersey: Pearson.
- Hambrick, C. D., & Frederickson, W. J. (2001). “*Are you sure you have a strategy.*” *Academy of Management Executive, Vol. 15, No. 4.*
- Haming, Murdifin, (2010). “Studi Kelayakan Investasi Proyek dan Bisnis.” Jakarta. Bumi Aksara.
- Hariadi. B. (2004). Manajemen Strategi “Perumusan Strategi Untuk Memenangkan Bisnis”, Cetakan Pertama. Malang: Bayumedia Publishing.
- Horne, James Van C and Wachowicz, John M. (2007). “*Fundamental of financial management.*” Ed Kedua belas. Jakarta: Salemba Empat.
- Jones, Charles P and Jensen, Gerald R. (2016). “*Investments Analysis and Management.*” USA: Wiley.
- Kambey, D (2006). “Landasan Teori Administrasi/Manajemen (Sebuah intisari).” Manado: Yayasan Tri Ganesha Nusantara.
- Kashmir dan Jakfar. (2010). “Studi Kelayakan Bisnis.” Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Martono dan Harjito. (2010). “Manajemen Keuangan (edisi 3).” Yogyakarta: Ekonisia.

- Mintzberg, H. (2007). *“Mintzberg on Management.”* New York: Free Press.
- Ostwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). *“Business Model Generation.”* Jakarta: PT. Alex Media Komputindo Kelompok.
- Ostwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *“Business Model Generation.”* New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Pearce dan Robinson. (2008). *“Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi dan pengendalian.”* Jakarta: Salemba Empat.
- Richard L. Daft, (2010), *“Era Baru Manajemen, Edward Tanujaya.”* Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat
- Sjahrial, Dermawan. (2007). *“Pengantar Manajemen Keuangan.”* Edisi Kedua. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Soeharto, I., (1997). *“Manajemen Proyek dari Konseptual Sampai Operasional.”* Jakarta: Erlangga.
- Stringer, Ernest T. (2007). *“Action Research” 3rd ed.* Los Angeles: Sage Publications.
- Syamsuddin, Lukman. (2009). *“Manajemen Keuangan Perusahaan.”* Jakarta: Rajawali Pers.
- Tovstiga, George (2015). *“Strategy in Practice: A Practitioner’s Guide to Strategic Thinking.”* UK: John Wiley & Sons.
- Wibisono, Dermawan, (2006). *“Manajemen Kinerja, Konsep, Desain, dan Teknik Perusahaan.”* Jakarta: Erlangga.
- Wheelen T., Hunger D. (2012). *“Strategic Management and Business Policy Toward Global Sustainability.” 13th edition.* New Jersey: Prentice Hall.
- Jurnal
- Tornroos, Peter (2003). *Key success factors of small software firms.* Tesis yang tidak dipublikasikan University of Jyväskylä.

Vu, Duy Anh. (2012). Critical Success Factor for Viatnemese Software Companies: A Framework for Investigation, Vietnam Journal of Sociological Research ISSN 1948-5468 2012, Vol. 3, No. 2

PT Auto Sistem Komputindo

Bps.go.id

Adrianime (2017, 3 Februari). “Perkembangan *Software House* pada Bisnis.”
<http://andrianime.blogspot.co.id/>

Antara News (2017, 2 Februari). “APJII: Jumlah Pengguna Internet Terus Meningkat.”
<http://www.antaraneews.com/>

Berita Satu (2017, 4 Februari). “Populasi Masyarakat Terus Tingkatkan Pengguna Internet.” <http://id.beritasatu.com/>

Berita Satu (2017, 3 Februari). “Industri TIK Tumbuh Melebihi Ekonomi.”
<http://www.beritasatu.com/>

Cyberneet7 (2017, 4 Februari). “Perkembangan *IT* di Indonesia.”
<http://cyberneet7.blogspot.co.id/>

Detik (2017, 11 Juni). “Ini Kunci Sukses Startup ala Bukalapak”
<https://inet.detik.com/>

Slideshare (2017, 15 Maret). “*Key Success Factors for Managing Software Business.*”
<https://www.slideshare.net/>

Youtube.com, (2017, 11 Juni). “Achmad Zaky, Owner Bukalapak - Mencari 'A Class' People” <http://www.youtube.com/>

Youtube.com, (2017, 11 Juni). “Achmad Zaky, Owner Bukalapak - Teknologi Untuk Pebisnis Online” <http://www.youtube.com/>