

Bab VI

Kesimpulan dan Saran

6.1 Kesimpulan

Business plan dapat menggambarkan persiapan dari calon pelaku usaha yang akan terjun langsung dalam dunia bisnis. Seberapa jauh persiapan calon pelaku bisnis yang dilakukan untuk mempersiapkan usaha yang akan dia bangun kedepannya. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut ini:

1. Lingkungan Eksternal dan Internal

Analisis situasi lingkungan eksternal dalam usaha kuliner Cornelia Homey Dining ini berbasis teori PEST (politik, ekonomi, sosial budaya dan politik). Sedangkan lingkungan internal dilakukan menggunakan metode SWOT (*strength, weakness, opportunity, dan threats*). Hal tersebut dapat ditunjukkan bahwa dengan hasil analisis PEST dan matriks SWOT dibahas secara mendalam pada bab sebelumnya. Dari hasil pembahasan tersebut, kelemahan pada usaha kuliner ini adalah kemungkinan untuk membuang makanan yang tidak terjual sehingga diperlukan kemampuan/sistem untuk bisa melakukan stock opname, *sales forecasting* dan hubungan dengan pemasok bahan baku yang baik. Cara pengemasan juga perlu dilakukan dengan baik supaya tidak membuat resiko produk tumpah saat diterima konsumen atau akan dikonsumsi.

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT didapatkan dari matriks internal dan eksternal perusahaan:

Strategi S-O (*Strength- Opportunity*)

Dari strategi ini memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada dari perusahaan. Beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan adalah menjual makanan rumahan yang dibuat layaknya oleh para ibu rumah tangga dengan pelayanan yang cepat seperti pelayanan *fast food*, pelayanan yang cepat ini dilakukan agar konsumen merasa senang dan tidak membuang waktu yang banyak saat membeli/membutuhkan makanan. Usaha kuliner ini juga menjual makanan sehat dari sisi bahan, tanpa pengawet dan dikemas dengan bahan *food grade* (tidak memakai sterofoam yang tidak ramah lingkungan).

Strategi W-O (*Weakness- Opportunity*)

Strategi ini berdasarkan kelemahan dan peluang yang ada dari usaha ini. Strategi yang dapat digunakan adalah membuat rasa masakan rumahan yang dibuat juru masak yang handal, standardisasi rasa dalam memasak makanan sehari-sehari dengan bumbu masakan sesuai standar resep dan cara pengolahan sesuai SOP, menyediakan produk makanan sesuai dengan jumlah penjualan yang seperti perhitungan *sales forecasting* agar stok makanan yang dibuat tidak berlebih dan akhirnya dibuang.

Strategi S-T (*Strength-Threats*)

Strategi ini berdasarkan kekuatan dan ancaman yang ada. Strategi yang digunakan adalah membuat inovasi produk yang memenuhi selera target konsumen, mengembangkan alternatif pemasok untuk bahan baku dan kemasan. Hal ini

diperlukan untuk mengantisipasi jika ada pemasok yang tidak dapat mengirimkan barang yang kita inginkan atau terjadi kenaikan harga, sehingga pemilik usaha ini dapat memilih pemasok lain dengan harga yang terjangkau dan kestabilan pengiriman.

Strategi W-T (*Weakness – Threats*)

Strategi ini berdasarkan kelemahan dan ancaman yang terjadi. Strategi yang dapat dilakukan adalah menganalisis tren pembeli untuk menjadi masukan rencana aksi yang diperlukan, membuat SOP serta membuat pembaharuan berdasar kejadian yang ada untuk tetap menjaga kualitas produk.

Analisis Rencana Pemasaran

Analisis Rencana Pemasaran dilakukan dengan *segmenting, targeting, positioning* dan bauran pemasaran. Pada analisis ini, usaha kuliner ini mempunyai target konsumen mahasiswa di Kota Bandung khususnya dari universitas-universitas di sekitar jalan Dipati Ukur dan secara umum untuk masyarakat yang tinggal di kawasan tersebut.

Analisis Sumber Daya Manusia

Berdasarkan analisis sumber daya manusia, rencana usaha CHD ini mempunyai *set-up* dengan kebutuhan tiga karyawan untuk posisi juru masak, kasir dan pelayan. Rencana perekrutan karyawan akan dicari melalui pengumuman dan *networking* dengan kualifikasi yang sudah ditentukan. *Training* akan diberikan untuk memahami SOP yang ada, penanaman nilai-nilai usaha CHD. Gaji dan kompensasi karyawan ditentukan berdasarkan posisi/kontribusi mereka terhadap usaha sehingga diharapkan dapat menjaga motivasi dan tingkat disiplin. Tugas

manajemen SDM akan dipegang oleh pemilik usaha, fokus untuk menghasilkan karyawan yang kompeten dan berdedikasi.

Analisis *Business Model Canvas*

Berdasarkan analisis metode *business model canvas* meliputi *key activities*, *key partnership*, *key resources*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *cost structure*, *revenue streams*, dan *customer segments*. Dalam penelitian ini untuk mendukung usaha CHD analisis bisnis model kanvas adalah:

<i>Key Partnership</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Customer Relationships</i>	<i>Customer Segments</i>
1. Supplier kemasan 2. Supplier beras 3. Pedagang sayuran dan bumbu	1. Pembelian bahan baku 2. Pengolahan bahan baku 3. Pengemasan dan penyajian produk 4. Pelayanan kepada konsumen	Menjual makanan rumahan yang sehat dan harga kompetitif	Membangun hubungan dengan pelanggan dengan cara menerima kritik, masukan. Program promo Menyediakan nomor kontak untuk melayani umpan balik ataupun keluhan konsumen	Mahasiswa yang kuliah di sekitar Jalan Dipati Ukur (berusia 18-27 tahun)
	<i>Key Resources</i>		<i>Channels</i>	
	Tempat dan bangunan SDM Peralatan dapur Bahan baku, kemasan		Restoran di Jl Dipati Ukur, website, sosial media	Masyarakat yang tinggal di sekitar Jl Dipati Ukur
<i>Cost Structure</i>			<i>Revenue Streams</i>	
Modal awal, biaya operasional			Rata-rata penjualan produk	

Analisis Keuangan

Analisis keuangan untuk kelayakan pembuatan perusahaan usaha kuliner CHD ini berbasis *break event point*, *payback period* dan *internal rate of returns*. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang sudah dilakukan dengan rencana target penjualan sebanyak 80 unit per hari, dapat diketahui bahwa titik impas dari rencana usaha ini adalah 21.381 unit atau Rp331.405.500 (dengan rencana harga jual Rp15.500 per unit). Sedangkan dari perhitungan *payback period* dihasilkan nilai dua tahun dan tiga bulan, berarti rencana usaha ini akan bisa membayar

kembali investasi awal dalam jangka waktu 2,21 tahun. Untuk perhitungan *internal rate of returns* menghasilkan nilai 18,7%, yang menunjukkan angka yang lebih tinggi dari tingkat suku bunga bank. Dengan menggunakan analisis keuangan berbasis BEP, PP dan IRR, dapat disimpulkan bahwa rencana usaha kuliner CHD ini layak/*feasible* untuk diterapkan.

Untuk skenario pesimis (penjualan 40 unit per hari):

- a. BEP pada penjualan 22.353 unit. (dengan harga jual Rp.15.500 per unit).
- b. Untuk *payback period* akan mendapatkan waktu selama tujuh tahun sepuluh bulan, dengan catatan harga jualnya ditahun pertama perlu dinaikkan ke harga Rp23.000 per unit. Dengan nilai PP yang lebih besar dari tiga tahun ini maka untuk skenario pesimis (penjualan sebanyak 40 porsi per hari), maka berdasarkan analisis PP disarankan rencana usaha ini tidak dilakukan.
- c. Nilai *Internal Rate of Return/IRR* yang didapat adalah 0%, kemudian mulai dari Y2 dinaikkan Rp1.000 setiap tahunnya. Karena nilai IRR yang didapat lebih rendah dari bunga bank maka rencana usaha ini pada skenario pesimis tidak dianjurkan untuk diteruskan. Jika penjualan ada pada angka pesimis 40 unit per hari untuk mendapatkan IRR yang lebih besar dari bunga bank, maka harga jual per unit setiap tahun (mulai dari Y2) minimum harus dinaikkan Rp1.200 per unit (akan mendapat nilai IRR 7.9%).

Sedangkan untuk skenario optimis/*most likely* (penjualan 120 unit per hari, harga jual Rp15.500 pada tahun pertama) BEP pada penjualan 21.075 unit, *payback period* selama lima bulan dan IRR selama lima tahun sebesar 96,5%.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang sudah dilakukan, dapat disampaikan bahwa rencana usaha kuliner CHD ini memberikan kesimpulan positif atau layak untuk dilaksanakan. Dari hasil kesimpulan tersebut, investor dapat menanamkan modal untuk mengembangkan bisnis ini dan dapat mengambil keuntungan dari bisnis ini. Berikut ini merupakan saran yang dapat dilakukan untuk pemilik usaha CHD ini adalah:

1. Tetap memegang tiga prinsip dasar strategi bisnis yang dianjurkan Porter dan Keller (2104), yaitu *cost leadership*, *innovation* dan *focus*, juga tetap memperhatikan pelaksanaan prinsip pemasaran dalam hal *segmenting*, *targeting* dan *positioning*. Hal ini perlu diperhatikan karena sesudah usaha berjalan, kompetisi akan berjalan semakin ketat, lebih susah untuk menjaga usaha dibanding mendirikan, pemilik usaha cenderung untuk melakukan banyak hal atau variasi usaha yang lain ataupun banyak gangguan yang lain.
2. Secara berkala rutin untuk melakukan *environmental scanning* menggunakan PEST dan SWOT.
3. Secara konsisten mencari peluang baru atau alternatif pemasaran. Hal ini dapat dilakuan dengan cara menggunakan teknologi informasi seperti sosial media ataupun membuka kerjasama dengan partner bisnis seperti GoFood, melakukan program promo, mengajukan proposal ke institusi, membuka cabang baru (sistem *franchise* ataupun dikelola sendiri).

4. Bisnis ini harus dapat memberikan inovasi produk dengan cara mengembangkan menu-menu yang baru dan sesuai dengan minat mahasiswa sebagai *customer segment* restoran ini.
5. Mengembangkan sistem *sales forecasting* yang lebih baik berdasarkan data yang ada.
6. Menjaga hubungan baik dengan pemasok kunci bahan baku dan kemasan, walaupun demikian tetap mencari alternatif pemasok yang terbaik dari sisi harga dan kontinuitas.
7. Memperbarui SOP berdasarkan kejadian yang sudah terjadi.
8. Melakukan *review* jumlah karyawan, gaji/kompensasi dan kompetensi SDM berdasarkan tingkat kemajuan usaha.

Daftar Pustaka

- Alma, B., 1999. Pengantar Bisnis. Alfabeta. Bandung.
- Anthony, R.N., (2006), *Net Present Value and Internal Rate of Return: Accounting for Time*, USA, Boston, Harvard Business School Press, 6-13.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2017), (Online), (<https://bandungkota.bps.go.id/index.php/linkTabelStatis> diakses 25 Juni 2017), diakses 5 Juni 2017.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2017), Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi, Edisi 85, (online), http://www.bps.go.id/website/pdf_publicasi/laporan-bulanan-data-sosial-ekonomi-juni-2017.pdf diakses 24 Juni 2017.
- Bisnis.com Jawa Barat. Kadin: Jumlah UMKM Hanya 3.000 unit. (online), <http://bandung.bisnis.com/read/20121009/5/250445/kadin-jumlah-umkm-di-bandung-hanya-3-000-unit> 26 Juni 2017, Diakses 26 Juni 2017.
- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategi*. Buku 1, Edisi kesepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- Deresky, H. (2014), *International Management Managing Across Borders and Cultures*, 8th ed, Pearson.
- DeMarzo, B. (2014), *Corporate Finance*, Stanford University, Pearson, 210-216.
- Ebert, R.J., & Griffin, R. W. (2013). *Business Essential 10th ed*. Prentice Hall.
- Ford, B.R., Bornstein.J.M. and Pruitt.P.T., (2008). *Business Plan – Panduan Rencana Usaha Anda*, The Ernst and Young, Cetakan ke-1. Ufukpress. Jakarta
- Gaol, J.L. (2014), *A to Z Human Capital - Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan 1, Grasindo.
- Hariandja, M.T.E. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Grasindo. Jakarta.
- Hasudungan, E.H. (2014). *Perencanaan Pendirian Usaha Pempek*. STIE MDP.
- Indonesia Investment (2017), (Online), <https://www.indonesia-investments.com/id/budaya/penduduk/item67>, diakses 25 Juni 2017.
- Jogiyanto. (2005). *Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif*, Andi Offset, Yogyakarta.

- Juwono, O. 2011. *Analisis Manajemen Strategik Perusahaan Waralaba*.
- Keegan dan Green. (2008). *Global Marketing*. Edisi 5. London Pearson education.
- Kotler, P. dan Kevin L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Diterjemahkan oleh: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2014), *Marketing Management*, 14th edition, Prentice Hall
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2002). *Principles of Marketing*. Prentice Hall, 9th Edition
- Nainggolan, P. (2015). Petunjuk Kewajiban Pajak Lembaga Nirlaba (Penyusutan Kelompok, Metode, dan Tarif Penyusutan).
- Peraturan Daerah Kota Bandung Tentang Pajak Restoran, (Online), <http://dprd.bandung.go.id/attachments/article/656/Perda%2028-2009%20ttg%20Pajak%20Restoran.pdf> diakses 28 Juni 2017.
- Perizinan Kota Bandung. <http://www.perizinan-kota-bandung.com/izin-siup-kotabandung.html> diakses 28 Juni 2017. diakses 28 Juni 2017.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis dan Business Plan*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, F. (2000). *Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*". Alfabeta
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*, cetakan ketiga. Yogyakarta: Andi.
- Williams, C. (2000). *Manajemen*. Salemba Empat.
- Yusuf, A.M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Prenada Media Group. Jakarta.