

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan di atas, peneliti menyimpulkan bahwa optik Yobel layak untuk didirikan dan di jalankan dilihat dari aspek pemasaran, aspek produksi, aspek SDM, aspek keuangan. Kesimpulan dari aspek aspek diatas sebagai berikut:

1. Aspek Pemasaran

Ditinjau dari aspek pemasaran optik Yobel memiliki pemasaran online yang sangat potensial sehingga permintaan pada optik Yobel menjadi tinggi. Dengan memiliki harga yang terjangkau menjadi salah satu faktor yang mendukung perkembangan optik Yobel. Harga yang ditawarkan optik Yobel mulai dari Rp 220.000,00 sudah termasuk lensa dan juga frame, sedang kan untuk softlen di tawarkan dengan harga Rp 100.000,00 harga tersebut sangat terjangkau. Optik Yobel memiliki fasilitas datang ke rumah konsumen sehingga memudahkan para konsumen untuk mengecek an mata mereka tanpa buang-buang waktu.

2. Aspek Produksi

Ditinjau dari aspek produksi optik Yobel disebut layak untuk didirikan, karena selain optik yobel memiliki toko online, optik yobel juga memiliki rumah

produksi yang terletak di tengah kota. Agar ketika kita ingin melakukan pengiriman ke konsumen maupun ke jasa kurir menjadi mudah karena lokasi yang mudah terjangkau. Rumah produksi langsung dilakukan di rumah pemilik optik yobel sehingga mengurangi beban modal yaitu sewa lahan. Optik Yobel memiliki perincian HPP yang jelas juga.

3. Aspek SDM

Ditinjau dari aspek SDM optik Yobel, optik Yobel memiliki struktur organisasi yang jelas sehingga para karyawan paham akan posisi dan pekerjaannya. Agar karyawan di optik Yobel menjadi potensial maka optik Yobel memberikan pelatihan khusus bagi para karyawannya sesuai dengan posisi mereka bekerja sehingga para karyawan di optik Yobel menjadi trampil dan terlatih jika tidak terjadi salah paham dalam bekerja.

4. Aspek Keuangan

Ditinjau dari aspek keuangan optik Yobel, optik Yobel memiliki perincian kebutuhan dana yang mendetail dan terarah untuk mendirikan sebuah usaha dan sumber dananya. Optik Yobel memiliki analisis kelayakan yang terperinci, dan hasilnya dikatakan layak untuk dijalankan. Analisisnya sebagai berikut:

Net Present Value sebesar Rp 399.676.712 memiliki nilai positif.

Profitability index sebesar $2,20605305 > 1$

Payback period selama 2 tahun 5 bulan < 5 tahun

Internal Rate of Return sebesar $23,27\% > 8$

5.2. Saran

Sebelum melakukan perencanaan bisnis kita perlu melihat dari segi kebutuhan konsumen dan memberi solusi akan permasalahan itu. Penulis melihat dari kebutuhan akan kacamata konsumen yang seringkali terbelengkalai karena tidak memiliki waktu untuk memeriksakan kesehatan matanya. Dilihat dari aspek pemasaran khususnya kegiatan promosi diharapkan mengerti apa yang sedang trend saat ini dan yang sedang digemari saat ini ketika kita mengerti itu semua maka kita dapat memanfaatkannya. Agar dapat membuat promosi yang kita lakukan menjadi efektif dan juga efisien. Contoh : jaman sekarang ini semua serba cepat dan mudah, hal itu dikarenakan perkembangan jaman menjadi era digital dan serba online. Saat ini lah kesempatan kita melakukan promosi online melalui media sosial dan menjual secara online, sehingga pangsa pasar kita menjadi luas. Pada dasarnya jaman akan selalu berkembang, maka dari itu seorang pembisnis harus mengikuti jaman juga sehingga tidak menutup kemungkinan perkembangan jaman menjadi peluang untuk memasarkan prodak lebih lagi.

DAFTAR PUSTAKA

dptmptsp.semarangkota.go.id (2018) diperoleh 12 juli 2018, dari
dpmptsp.izin.semarangkota.go.id/index.php?r=izin/view&id=35

dptmptsp.semarangkota.go.id (2018) diperoleh 12 juli 2018, dari
dpmptsp.izin.semarangkota.go.id/index.php?r=izin/view&id=47#recent

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Levinson, Jay Conrad., & Rubin, Charles. 1995. *Guerrilla Marketing*. New York: Houghton Mifflin Company.

Mondy. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Penerbit Erlangga

Rahmawati, F., Rismayani, R., Pramudiana, Yudi. 2016. *Business Plan*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung Alfabeta.

Sukarto, & Santoso, Hianoto. 2009. *Sukses Berbisnis Di Internet Dalam 29 Hari*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama

Suryana, *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. 2014 Edisi ke 4. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

LAMPIRAN

Pertanyaan kepada orang yang memakai kacamata atau memiliki keluarga yang menggunakan kacamata.

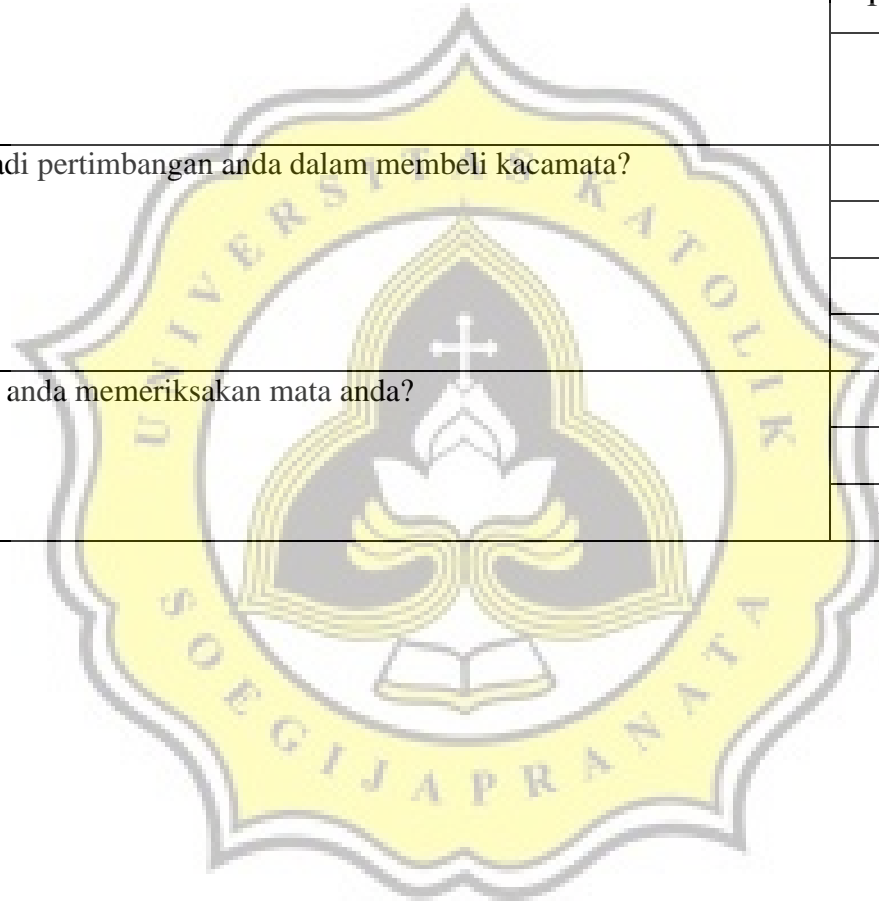
1. Apakah anda pernah menjumpai toko kacamata yang menyediakan jasa pengecekan mata yang dapat dipanggil ke rumah?
2. Apakah anda akan tertarik jika ada toko kacamata yang menyediakan jasa pengecekan mata datang ke rumah ?
3. Jika ada toko kacamata yang menyediakan jasa pengecekan mata dapat dipanggil kerumah ,apakah anda akan mencobanya?
4. Apakah anda akan merasa terbantu jika ada jasa pengantaran produk?(baik menggunakan gosend/ jasa pengiriman lainnya).
5. Apakah anda tertarik dengan layanan COD?
6. Apakah anda tertarik dengan promo diskon yang diadakan oleh online shop?
7. Apakah ketersediaan barang mempengaruhi keputusan anda untuk berbelanja?
8. Darimana anda biasa mendapatkan info mengenai keberadaan suatu optik?

9. Anda lebih suka kacamata berbahan apa?
10. Apa yang menjadi pertimbangan anda saat memilih lensa?
11. Apa pertimbangan anda dalam mengganti kacamata anda?
12. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam membeli kacamata?
13. Seberapa sering anda memeriksakan mata anda?



No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah anda pernah menjumpai toko kacamata yang menyediakan jasa pengecekan mata yang dapat dipanggil ke rumah?	8	22
2	Apakah anda akan tertarik jika ada toko kacamata yang menyediakan jasa pengecekan mata datang ke rumah ?	28	2
3	Jika ada toko kacamata yang menyediakan jasa pengecekan mata dapat dipanggil kerumah ,apakah anda akan mencobanya?	25	5
4	Apakah anda akan merasa terbantu jika ada jasa pengantaran produk?(baik menggunakan gosend/ jasa pengiriman lainnya).	27	3
5	Apakah anda tertarik dengan layanan COD?	26	4
6	Apakah anda tertarik dengan promo diskon yang diadakan oleh online shop?	30	0
7	Apakah ketersediaan barang mempengaruhi keputusan anda untuk berbelanja?	30	0
8	Darimana anda biasa mendapatkan info mengenai keberadaan suatu optik?	Pengiklanan	18
		Mulut-kemulut	12
9	Anda lebih suka kacamata berbahan apa?	Plastic	19
		Logam	11
10	Apa yang menjadi pertimbangan anda saat memilih lensa?	Merek	7
		Harga	8

		Kualitas	15
11	Apa pertimbangan anda dalam mengganti kacamata anda?	Ingin ganti	10
		Tdk nyaman	7
		Ukuran berubah	13
12	Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam membeli kacamata?	Kualitas	10
		Harga	6
		Merek	5
		Model	9
13	Seberapa sering anda memeriksakan mata anda?	6 bulan	10
		12 bulan	6
		>12 bulan	14



Wawancara dengan pegawai optik Karya

Dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul perencanaan bisnis optik yobel ini , saya Lukas mahasiswa dari dari Universitas Katolik Soegijapranata, fakultas Ekonomi dan Bisnis meminta kesediaannya untuk menjawab pertanyaan yang saya berikan guna menambah data untuk penulisan skripsi. Saya ucapkan terimakasih.

1. Ada berapa macam produk yang anda jual disini?

Beraneka macam produk yang kita jual, mulai softlens, lensa, frame.

2. Ada berapa jenis lensa yang optik anda tawarkan?

Kalau sebutin ya banyak kak, sering kali kita tanya mau lensa yang seperti apa. Jadi kita tidak bisa menawarkan semuanya nanti konsumen jadi bingung untuk memilih lensa yang pas untuk dirinya.

3. Dengan kisaran harga berapa saja anda menjual produk anda ?

Frame kita jual ada yang harga 350.000 ke atas sampai yang jutaan pun kita juga ada.

Lensa hampir sama juga mulai dari 300.000 sampai yang jutaan juga ada.

4. Dengan kisaran harga berapa yang sering dibeli orang?

Lebih laku yang dibawah 1jt an sih untuk akhir akhir ini.

5. Sebulan dapat menjual berapa pcs setiap produknya?

50-100 pcs satu bulannya, tp pernah juga sampai lebih dari itu.

6. Berapa permintaan perharinya dalam setiap produknya?

Kalo di rata-rata ya 2-3 yaa, pernah juga satu hari itu kosong tp juga pernah satu hari bisa 6.

7. Berapa permintaan perbulannya dalam setiap produknya?

Itu tadi 50-100 kacamata , klo softlens kita sering nya si 50 an ya setiap bulannya.

8. Fasilitas apa saja yang anda berikan?

Tempat ber ac, sama seperti optik lainnya si standar aja.

9. Apakah ada pelatihan khusus untuk karyawan di sini?

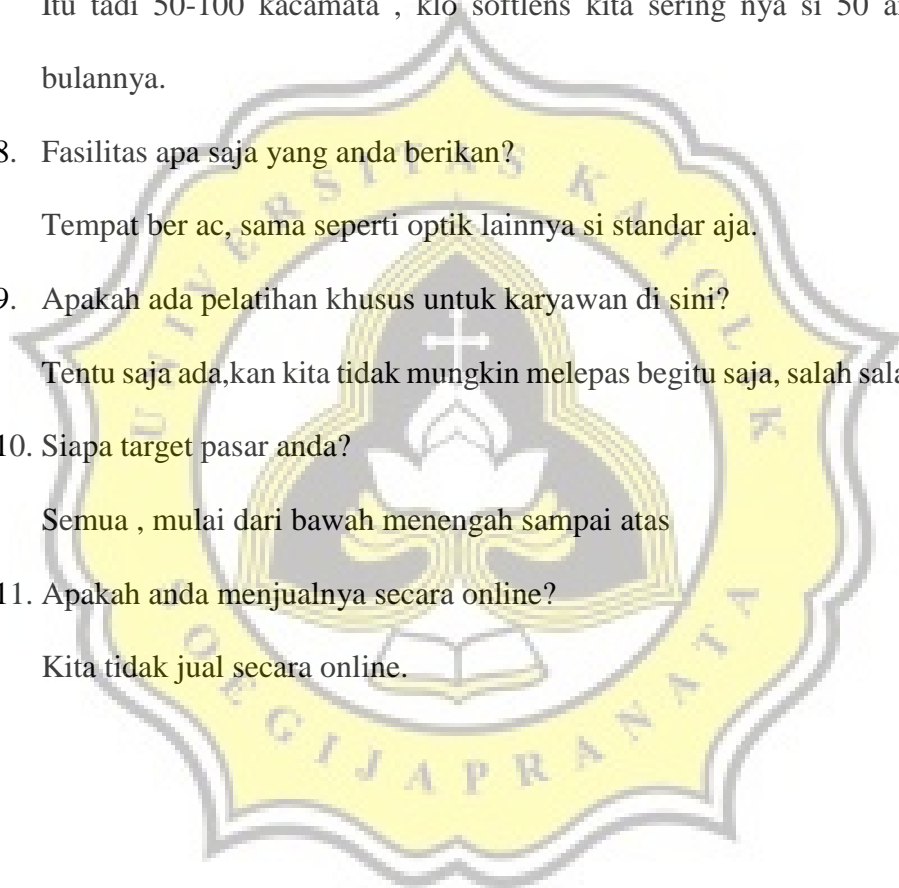
Tentu saja ada,kan kita tidak mungkin melepas begitu saja, salah salah bisa rugi.

10. Siapa target pasar anda?

Semua , mulai dari bawah menengah sampai atas

11. Apakah anda menjualnya secara online?

Kita tidak jual secara online.



Wawancara dengan karyawan optik harmony

Dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul perencanaan bisnis optik yobel ini , saya Lukas mahasiswa dari dari Universitas Katolik Soegijapranata, fakultas Ekonomi dan Bisnis meminta kesediaannya untuk menjawab pertanyaan yang saya berikan guna menambah data untuk penulisan skripsi. Saya ucapkan terimakasih.

1. Ada berapa macam produk yang anda jual disini?

Kita hanya jual lensa dan juga frame kacamata.

2. Ada berapa jenis lensa yang optik anda tawarkan?

Kalau lensa saya beraneka ragam sesuai permintaan saja kita mulai dari harga 200.000 kalau mau yang mahal kita juga bisa sediakan.

3. Dengan kisaran harga berapa saja anda menjual produk anda ?

250.000 ke atas klo di tempat kami.

4. Dengan kisaran harga berapa yang sering dibeli orang?

Biasa si orang sering beli kisaran harga 600.000 an

5. Sebulan dapat menjual berapa pcs setiap produknya?

60-70 kacamata setiap bulanya.

6. Berapa permintaan perharinya dalam setiap produknya?

Kalo per hari tidak tentu mas kadang ramai ya kadang kosong.

7. Berapa permintaan perbulannya dalam setiap produknya?

60-70 mas

8. Fasilitas apa saja yang anda berikan?

Fasilitas hampir sama dengan yang lainnya kita ada penambahan dapat kirim barang aja pernah kita kirim sampai bandung.

9. Apakah ada pelatihan khusus untuk karyawan di sini?

Kita tidak ada, kan ini bisnis keluarga jadi ya turun temurun mas, anak saya sering kali melihat terus coba mulai praktek aja.

10. Siapa target pasar anda?

Saya lebih menengah kebawah si mas.

11. Apakah anda menjualnya secara online?

Tidak mas, ribet menurut saya

