BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Perencanaan bisnis usaha emping melinjo Ditoy adalah perencanaan bisnis yang bergerak dalam bidang kuliner/makanan. Pada usaha emping melinjo Ditoy memiliki konsep yaitu membuka gerai kecil sehingga tidak perlu sewa toko, selain itu dengan gerai kecil memudahkan kita dalam membuka usaha ini di mana saja. Selain konsep gerai, penulis memiliki konsep lain dalam menjual produk empingnya, yaitu inovasi pada emping tersebut, yaitu tingkat pedas yang berbeda, dengan produk makanan kering berupa emping melinjo yang telah di inovasi. Perencanaan bisnis emping melinjo Ditoy telah melakukan penelitian berdasarkan 4 aspek, yaitu aspek pemasaran, aspek operasi, aspek sumber daya manusia dan terakhir aspek keuangan yang dinyatakan layak.

Ditinjau dari aspek pemasaran usaha emping melinjo Ditoy sudah memiliki *Segmenting* yang jelas dikarenakan usaha emping melinjo Ditoy tidak terfokus pada satu tempat saja, melainkan ke seluruh tempat yang telah dikuatkan dengan media sosial secara *online*, *targeting* yang diarahkan oleh usaha emping melinjo Ditoy adalah konsumen yang siap menjual lagi produk emping melinjo Ditoy yang disebut *reseller*, *positioning* yang tepat pada usaha emping melinjo Ditoy yaitu dengan menggunakan

media *online* berupa promosi secara *online*, selain itu usaha emping melinjo Ditoy memberi inovasi baru berupa tingkat pedas yang berbeda, sehingga dapat bersaing dengan usaha emping melinjo lainnya. Dan bauran pemasaran yaitu 4P *Product, Price, Promotion, Place*. Dalam sisi *product* yang ditawarkan berupa emping yang berkualitas super sehingga proses pemasakan emping nantinya emping tidak mudah pecah. Selain itu, usaha emping melinjo Ditoy memberi inovasi lain berupa tingkat pedas yang berbeda sesuai keinginan konsumen. Dalam sisi *price* emping yang ditawarkan relatif murah dan terjangkau, sedangkan dalam sisi *promotion* usaha emping melinjo Ditoy menggunakan media sosial berupa iklan di internet dan menyebarkan brosur di sekitar usaha emping melinjo Ditoy berjualan. Sedangkan dalam sisi *place* usaha emping melinjo Ditoy pertama akan beroperasi di Desa Limpung.

Pada aspek operasi usaha emping melinjo Ditoy memiliki *layout* yang efektif, lokasi yang strategis, dan memiliki perincian HPP. Dalam sisi *layout* yang efektif dikarenakan proses penjualan emping yang cepat, tidak perlu adanya proses pembuatan emping, melainkan membeli emping yang siap dijemur dari pengrajin emping di Desa Limpung. Lokasi yang strategis dikarenakan lokasi usaha emping melinjo Ditoy terdapat di Desa Limpung, Desa yang dikenal masyarakat dengan desa penghasil emping. Dari Desa Limpung tersebut penulis dapat memperoleh bahan-bahan untuk memproduksi emping dengan harga murah sehingga dapat mengurangi biaya produksi emping, oleh sebab itu lokasi di Desa Limpung merupakan lokasi yang strategis.

Pada aspek sumber daya manusia usaha emping melinjo Ditoy memiliki struktur organisasi dan perencanaan pegawai yang terstruktur dan sistematis sehingga dapat diketahui jumlah pegawai yang dibutuhkan dan kualitas mutu pegawai. Tenaga kerja yang dimiliki usaha emping melinjo Ditoy berjumlah 3 orang terdiri dari manajer, kasir dan pelayan yang dapat membantu proses produksi emping. Pembagian gaji pegawai terbilang layak dikarenakan syarat pekerja dan gaji berdasarkan UMR pada tahun 2020.

Pada aspek keuangan usaha emping melinjo Ditoy memiliki laporan keuangan yang terstruktur dan ada analisa keuangan yang menyatakan bisnis ini layak dijalankan. Pada usaha emping melinjo Ditoy memiliki dana pribadi. Kondisi keuangan dihitung mulai dari perincian pendapatan, biaya pemasaran pertahun,biaya penyusutan dan investasi, laporan laba rugi, laporan arus kas, laporan neraca, dan analisis kelayakan terdiri dari *Net Present Value* sebesar Rp. 645.866.760, *Profitability Index* 3,8, *Payback Period* kurang dari 5 tahun, dan *Internal Rate of Return* sebesar 27% yang dinyatakan usaha emping melinjo Ditoy layak untuk dijalankan.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan penelitian ini adalah

1. Usaha emping melinjo Ditoy, sebaiknya dijalankan, karena telah dinyatakan layak berdasarkan tinjauan analisis kelayakan bisnis, dan sebagai penulis penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk perencanaan bisnis emping melinjo Ditoy.
2. Pada proses promosi berbasis *online* seperti pemasangan iklan pada facebook,Instagram,dll. Perlu diperhatikan banyaknya pengguna aktif pada media sosial tersebut dan produk yang akan ditawarkan.
3. Pada kualitas emping yang akan dipasarkan sebaiknya selalu berkualitas baik. Sebab dengan kualitas yang baik akan menghasilkan kepercayaan konsumen pada usaha emping Ditoy.