



BAB IX

REKOMENDASI



Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Berdasarkan hasil analisis industri yang dilakukan oleh penulis, bisnis dibidang kayu olahan memiliki peluang yang baik dan memberikan keuntungan dalam jangka panjang. Peningkatan jumlah penduduk di Bekasi tahun ke tahun memberikan potensi peluang yang cukup besar untuk Utama Rimba Kamper.

Setelah melakukan studi kelayakan bisnis pada Utama Rimba Kamper yang merupakan sebuah bisnis kayu olahan yang berlokasi di Bekasi dan menjual berbagai macam jenis kayu serta ukurannya. Kebutuhan dana untuk bisnis ini sebesar Rp 2.693.003.840,00 yang menggunakan 100% modal sendiri dan dikendalikan penuh oleh pemilik. Dana tersebut digunakan untuk sewa tanah, pembangunan dan renovasi, pembelian armada transportasi, pembelian peralatan, perlengkapan, barang persediaan, dan perizinan usaha.

Bisnis ini memiliki peluang yang sangat besar untuk didirikan di kota Bekasi yang dapat dikatakan kota peralihan penduduk untuk bermukim setelah Jakarta. Secara tidak langsung dapat dikatakan bahwa peningkatan jumlah penduduk kota Bekasi terus meningkat dan akan diiringi dengan pesatnya pembangunan perumahan, apartemen, dan infrastruktur lainnya. Utama Rimba Kamper memiliki visi: “Menjadikan Utama Rimba Kamper terdepan dalam hal kepuasan konsumen dengan harga yang terjangkau” dan misi: “Menjual barang sesuai dengan permintaan pelanggan agar pelanggan terpuaskan”. Dalam analisis pesaing, terdapat lima kekuatan utama menurut Porter, yaitu persaingan antar perusahaan saingan, potensi masuknya pesaing baru, potensi pengembangan produk-produk pengganti, daya tawar pemasok, dan daya tawar konsumen.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam hal ini, Utama Rimba Kamper termasuk dalam potensi masuknya pesaing baru dikarenakan Utama Rimba Kamper belum memiliki konsumen tetap. Dari analisis CPM yang telah dibuat, diharapkan Utama Rimba Kamper mengambil segala keunggulan pesaing yang nantinya akan menguntungkan perusahaan dan memperbaiki segala kelemahan yang ada sehingga menjadi pesaing yang kompetitif. Menurut analisis matriks SWOT Utama Rimba Kamper menggunakan strategi SO nomor 3, yaitu memberikan kepuasan pelanggan dari segi harga, pelayanan maupun kualitas, strategi WO nomor 3, yaitu memberikan harga yang relatif stabil untuk mendapatkan penjualan yang stabil cenderung meningkat, strategi ST nomor 1 yaitu kualitas produk tetap dijaga sehingga loyalitas pelanggan pun terjaga, dan strategi WT nomor 1 yaitu melakukan negosiasi harga dan penyusunan tata letak produk.

Selain menjual produk berupa kayu olahan, Utama Rimba Kamper juga memberikan pelayanan jasa berupa pengantaran barang kepada konsumen yang tidak dikenakan tambahan biaya. Usaha kayu olahan Utama Rimba Kamper termasuk usaha kecil menurut undang-undang karena hasil penjualan tahunan yang berkisar antara Rp 300.000.000,00 sampai dengan Rp 2.500.000.000,00. Dalam menjalankan usaha Utama Rimba Kamper, perusahaan membutuhkan peralatan dan perlengkapan untuk mendukung kegiatan operasional perusahaan. Peralatan kantor yang dibutuhkan sebesar Rp 12.075.000,00, peralatan operasional sebesar Rp 2.285.000,00, perlengkapan kantor sebesar Rp 839.500,00, dan perlengkapan operasional sebesar Rp 120.500,00.

Penetapan harga yang digunakan oleh Utama Rimba Kamper adalah penetapan harga berdasarkan persaingan. Utama Rimba Kamper mempertimbangkan nilai dari pesaing, yaitu dari barang dan layanan yang diberikan kepada konsumen, sehingga Utama Rimba Kamper tidak menetapkan harga terlalu tinggi ataupun dibawah harga sehingga seharusnya mampu bersaing. Saluran distribusi yang digunakan oleh Utama Rimba



Kamper adalah distribusi tingkat nol (*zero level chanel*) atau yang sering disebut *direct marketing* dimana Utama Rimba Kamper menawarkan produk secara langsung kepada

konsumen tanpa melalui perantara. Utama Rimba Kamper melakukan periklanan dan promosi melalui 3 cara yaitu membagikan kartu nama perusahaan, membuat papan nama perusahaan yang mudah dilihat oleh pengguna jalan, dan adanya *website* perusahaan.

Dalam melakukan pemasaran harus terdapat pengendalian pemasarannya juga, oleh sebab itu Utama Rimba Kamper melakukan 3 hal yaitu melakukan *feedback* dari pelanggan, adanya diskusi dengan karyawan dari segi pelayanan, melakukan observasi terhadap kinerja karyawan, dan meng-*update website* yang telah dibuat.

Hasil penilaian kelayakan investasi menunjukkan bahwa perusahaan layak untuk dijalankan karena nilai NPV positif selama 5 tahun sebesar Rp. 219.903.869. Hasil NPV positif ini menunjukkan hasil investasi lebih besar dari tingkat pengendalian yang diminta. Penilaian investasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dilakukan dengan menghitung *Profitability Index* yaitu sebesar 1,08 dengan kesimpulan layak dijalankan karena nilainya lebih dari satu ($PI > 1$) dan analisis *Internal Rate Return* (IRR) sebesar 16,4% lebih besar dari *discount factor* yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 12,50%, maka usaha ini layak untuk dijalankan. Bisnis ini juga mampu memperoleh investasi awalnya kembali dalam kurun waktu 3 tahun 4 bulan dan 21 hari.

Untuk dapat meningkatkan penjualan, Utama Rimba Kamper sebaiknya peka terhadap perubahan pasar. Sehingga *customer* akan tertarik untuk membeli produk di Utama Rimba Kamper, dikarenakan produk yang ditawarkan Utama Rimba Kamper merupakan produk yang berkualitas dan memiliki harga yang terjangkau.