

## PENUTUP

Pada zaman sekarang, pertumbuhan penduduk dan peningkatan jumlah perumahan sangat tinggi. Bisnis terhadap sektor rumah tangga merupakan bisnis yang cukup menjanjikan dan memiliki peluang untuk berkembang. Salah satu contoh bisnis rumah tangga yang menurut penulis cukup menjanjikan adalah bisnis *furniture*. Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat dari masa ke masa membuat kebutuhan akan peralatan rumah tangga semakin meningkat dari masa ke masa. Hal tersebut membuat penulis untuk merencanakan sebuah bisnis yang dinamakan Family Sofa. Family Sofa merupakan bisnis yang berbentuk industri manufaktur dibidang pembuatan dan penjualan sofa.

Peluang bisnis yang dapat dilihat dari penjualan sofa di daerah Kota Bandung adalah banyaknya penduduk berumah tangga di Kota Bandung. Konsumen potensial dari Family Sofa adalah penduduk berumah tangga, oleh karena itu untuk mengembangkan suatu bisnis yang berhubungan dengan produk rumah tangga, penulis melakukan evaluasi terhadap jumlah penduduk Kota Bandung dan tingkat rumah tangga yang ada pada Kota Bandung. Ancaman pada bisnis Family Sofa adalah banyaknya pengrajin sofa di Kota Bandung dan banyaknya saingan penjual sofa dari merek-merek yang sudah lama ada di pasar.

Family Sofa tentunya harus memiliki keunggulan dalam menghadapi ancaman dan saingan-saingan penjual sofa maupun produksi sofa lainnya. Penulis mengevaluasi dan melakukan riset terhadap produk pasar terlebih dahulu sebelum memutuskan keunggulan produk dari Family Sofa. Keunggulan produk Family Sofa adalah

menghasilkan produk yang sesuai dengan trend, kualitas terbaik, dengan harga yang terjangkau. Sofa yang dijual pada pasaran memiliki harga relatif mahal dengan kisaran Rp 10.000.000,00 ke atas. Namun, Family Sofa berupaya untuk mendesign sedemikian rupa produk-prduk sofa sesuai dengan trend yang ada dengan harga yang relatif murah dibandingkan sofa-sofa lain yaitu kisaran harga Rp 1000.000,00 – Rp 8000.000,00.

Kegiatan yang dilakukan oleh Family Sofa untuk mendukung tercapainya keunggulan produk tersebut adalah dimulai dari pemilihan bahan. Family Sofa memilih bahan yang tidak kalah kualitasnya dengan produks sofa lainnya dengan mencari harga bahan yang lebih murah. Produksi dilakukan secara manual oleh pengrajin sehingga produk yang dihasilkan memiliki detail yang memuaskan.

Family Sofa mempertimbangkan segala aspek pemasaran agar produk Family Sofa dapat laku terjual. Aspek-aspek pemasaran perlu dipertimbangkan oleh Family Sofa seperti segmentasi, penargetan dan posisi. Segmentasi pasar Family Sofa secara geografis adalah daerah Bandung dan sekitarnya, secara demografis segmentasi pasar Family Sofa adalah penduduk yang telah berumah tangga atau menikah, toko-toko *furniture* di Kota Bandung. Target utama dari Family Sofa adalah penduduk yang telah berumah tangga di Kota Bandung dan toko *furniture* yang terdapat di Kota Bandung. Posisi Family Sofa adalah produk sofa lokal yang memberikan kualitas terbaik dan model yang trendy dengan harga yang terjangkau di Kota Bandung.

Family Sofa juga menetapkan standard dalam penerimaan karyawan. Kualifikasi untuk menjadi seorang manajer di Family Sofa adalah minimal harus memiliki gelar S1, untuk bagian akuntansi dan bagian pemasaran minimal harus

menempuh Pendidikan SMA/SMK, sedangkan untuk bagian produksi, Pendidikan tidak terlalu diutamakan. Family Sofa membutuhkan staff bagian produksi yang memiliki ketrampilan dalam pembuatan sofa dan berpengalaman dalam bidang tersebut. Tanggung jawab dan kejujuran juga menjadi salah satu kriteria dalam perekrutan karyawan Family Sofa. Seluruh karyawan Family Sofa harus mengikuti standard operasional yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Hal tersebut dilakukan untuk menjamin bahwa karyawan melakukan kegiatan atau aktivitas operasional sesuai prosedur dan mengikuti peraturan kedisiplinan dalam bekerja di Family Sofa.

Kelayakan bisnis juga merupakan salah satu aspek yang perlu diperhitungkan dalam suatu bisnis. Family Sofa telah melakukan perhitungan dengan sebaik-baiknya terhadap aspek keuangan. Pada perhitungan kelayakan investasi, Family Sofa menggunakan empat metode yaitu *Net Present Value*, *Payback Period*, *Profitability Index*, dan *Internal Rate of Return*. Metode yang pertama adalah perhitungan kelayakan investasi dengan *Net Present Value*. *Net Present Value* Family Sofa adalah sebesar Rp 30.394.158,62. NPV tersebut lebih dari 0 yang menandakan bahwa perusahaan layak untuk menjalankan bisnis karena mengalami keuntungan. Metode kedua yang digunakan adalah *Profitability Index*. *Profitability Index* menunjukkan angka 1,07. Angka tersebut dapat berarti bahwa bisnis tersebut layak dijalankan karena keuntungan yang diterima perusahaan lebih besar daripada investasi awal perusahaan sehingga mampu menutupi investasi awal Family Sofa. Metode selanjutnya adalah perhitungan kelayakan investasi menggunakan *Payback Period*. Menurut metode ini, Pengembalian investasi usaha Family Sofa adalah 18 bulan 4 hari atau sekitar 1 tahun 6 bulan 4 hari.

Pengembalian investasi Family Sofa memang ternilai cukup lama. Namun selama bisnis ini tidak mengalami kerugian maka menurut penulis bisnis ini layak dijalankan. Metode terakhir yang digunakan untuk menilai kelayakan investasi adalah metode *Internal Rate of Return*. Perhitungan dari metode ini memiliki hasil 8% dimana lebih besar dibandingkan tingkat suku bunga yang ditetapkan yaitu sebesar 5% sehingga menurut metode ini, bisnis layak dijalankan. Keempat metode tersebut menunjukkan angka yang positif mengenai kelayakan investasi Family Sofa. Oleh karena itu, penulis memberikan kesimpulan bahwa bisnis Family Sofa layak untuk dilakukan.

