

BAB VI

SIMPULAN

Berikut adalah simpulan dari aspek-aspek yang telah diuraikan pada bab sebelumnya yaitu dimulai dari Pendahuluan, Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Operasional dan Teknis, Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia, Aspek Keuangan dan Finansial, dan pernyataan yang berhubungan dengan layaknya proyek.

A. Pendahuluan

Gagasan Awal dibangunnya *Skydrop Indoor Skydiving* adalah dengan tujuan untuk menciptakan dan menyediakan tempat wisata olahraga terjun payung di dalam ruangan (*indoor skydiving*) dengan menyajikan tampilan dan suasana seperti berada di atas langit. Dengan membuka lapangan kerja yang baru di Bumi Serpong Damai (BSD City), Kabupaten Tangerang ini diharapkan dapat membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat disekitar. Selain itu, *Skydrop Indoor Skydiving* juga diharapkan dapat memperkenalkan dan mengajak masyarakat sekitar tentang wisata olahraga dirgantara. *Skydrop Indoor Skydiving* dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk menunjang kegiatan wisata serta diharapkan akan selalu memberikan kepuasan, kenyamanan serta pengalaman yang tak terlupakan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam studi kelayakan bisnis ini adalah dengan data primer (kuesioner dan wawancara) serta data sekunder. Berdasarkan tinjauan konseptual dari bisnis terkait, *Skydrop Indoor Skydiving* merupakan bagian dari komponen pariwisata yaitu wisata olahraga.

B. Aspek Pemasaran

Skydrop Indoor Skydiving mempunyai peluang yang cukup tinggi berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang baik guna mendukung rencana bisnis ini. Kuesioner yang telah disebar kepada masyarakat sekitar Tangerang, DKI Jakarta, Bandung, Bogor, Bekasi, dan sekitarnya secara elektronik dan daring menerima respon yang baik dari responden. Kuesioner diisi oleh 223 responden yang dapat diolah untuk analisa permintaan bagi perusahaan. *Skydrop Indoor Skydiving* memiliki pesaing langsung dan tidak langsung di kawasan sekitar namun belum ada usaha khusus yang menyediakan produk wisata olahraga untuk kegiatan *indoor skydiving*. *Skydrop Indoor Skydiving* menggunakan strategi single – target market dengan target pasar konsumen dari kalangan anak-anak hingga dewasa baik perempuan maupun laki-laki. Baur Pemasaran (8P) terdiri dari *product, price, place, promotion, people, packaging, programming* dan *partnership*. *Skydrop Indoor Skydiving* memberikan penawaran akan produk yang dikemas yaitu paket *indoor skydiving* dengan durasi kegiatan dari 3 menit hingga 45 menit dengan menentukan harga berdasarkan *profit - oriented pricing* dengan harapan dapat mencapai keuntungan secara maksimal agar dapat menjalankan dan melaksanakan operasional perusahaan sebagai perusahaan baru. *Skydrop Indoor Skydiving* mempunyai metode promosi dari produk dan layanan yang ditawarkan yaitu *advertising, personal selling, sales promotion, merchandising*, dan *public relation and publicity*. *Skydrop Indoor Skydiving* juga mengaplikasikan *total quality management* dan *service quality* di bidang sumber daya manusia dengan pengemasan

serta pemrograman yang terbaik sesuai dengan ketentuan yang berlaku. *Skydrop Indoor Skydiving* merangkai tiga jenis kerja sama yaitu *customer*, *organizations in non – related businesses* dan *online alliances*.

C. Aspek Operasional

Skydrop Indoor Skydiving adalah operator yang menyediakan fasilitas dan teknologi dengan hubungan fungsionalnya dengan tujuan menunjang kegiatan konsumen dan karyawan *front – office* dan *back- office* serta kepuasan, keamanan, dan kenyamanan konsumen. *Skydrop Indoor Skydiving* terbagi atas enam area yaitu area parkir, kafetaria, lobby, ruang ganti pakaian, area *indoor skydiving*, dan area toilet. Kemudian untuk kantor perusahaan terbagi atas beberapa area yaitu, area kantor karyawan, area ruang manajerial, area gudang, area ruang kontrol, dan area toilet karyawan. *Skydrop Indoor Skydiving* memperhitungkan Bumi Serpong Damai sebagai lokasi yang terbaik berdasarkan penilaian yang paling tinggi, dari beberapa kriteria yaitu aksesibilitas, visibilitas, keadaan lalu lintas, lahan parkir, ekspansi, lingkungan, persaingan, dan perizinan. *Skydrop Indoor Skydiving* akan berlokasi di Bumi Serpong Damai (BSD City), Kabupaten Tangerang, Banten. *Skydrop Indoor Skydiving* juga memanfaatkan beberapa teknologi untuk mengoptimalkan produktivitas operasional kantor dan area *indoor skydiving*.

D. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Skydrop Indoor Skydiving dikelola oleh Perseroan Terbatas (PT) Sarana Teknik Mandiri yang dimiliki oleh dua individu yaitu Natania Kurniawan yang bekedudukan sebagai komisaris dan pemegang saham

sebesar 60% serta Jeremy Christopher yang berkedudukan sebagai direktur dan pemegang saham sebesar 40%. Struktur Organisasi serta analisis pekerjaan yang terdiri dari deskripsi dan spesifikasi pekerjaan dapat membantu dan mendukung karyawan sehingga terorganisasi dengan baik dalam menjalani tugas dan tanggung jawab masing-masing. *Skydrop Indoor Skydiving* memiliki karyawan sebanyak 20 orang. Jam operasional perusahaan adalah setiap hari termasuk hari libur. Seluruh karyawan baru diwajibkan untuk mengikuti kegiatan rekrutmen, seleksi, serta orientasi awal. Seluruh karyawan akan menerima kompensasi berupa pembayaran langsung yaitu gaji pokok setiap bulan dan tidak langsung yaitu BPJS (jaminan kecelakaan kerja, jaminan pensiun, jaminan hari tua, dan jaminan kematian), THR, cuti, serta penghargaan atas prestasi kinerja karyawan. Seluruh karyawan juga akan menerima pelatihan dan pengembangan akan dapat memaksimalkan kinerja menjadi lebih baik.

E. Aspek Keuangan dan Finansial

Skydrop Indoor Skydiving diperkirakan memerlukan dana untuk biaya investasi awal yaitu sebesar Rp.9.111.059.678 yang berasal dari modal pribadi pemegang saham sebesar Rp.3.000.000.000 (32,93%) dan dana pinjaman dari bank sebesar Rp.6.111.059.678 (67,07%). *Skydrop Indoor Skydiving* memperkirakan dengan pengeluaran biaya operasional di tahun pertama, total pendapatan yang diperoleh di tahun pertama hingga tahun kesepuluh akan terus mengalami kenaikan. *Skydrop Indoor Skydiving* memperkirakan waktu yang dibutuhkan untuk payback period adalah dalam jangka waktu 5 tahun 10 bulan dan 33 hari dengan *Internal Rate of Return*

yaitu sebesar 23,90%, *Net Present Value* yaitu sebesar Rp.15.348.034.564, *Profitability Index* yaitu sebesar 3,84 yang dimana bisnis tersebut termasuk menguntungkan karena bernilai lebih dari 1.

Berdasarkan analisis dari seluruh aspek diatas, maka dapat dikatakan bahwa bisnis *Skydrop Indoor Skydiving* layak untuk dijalankan dan dapat dipraktikkan secara benar karena hasil analisis menunjukkan bahwa bisnis ini menguntungkan setiap tahunnya.

