

## **BAB VI**

### **SIMPULAN**

#### **A. Pendahuluan**

Gagasan awal didirikannya Sejenak Museum yaitu sebagai salah satu atraksi wisata buatan dengan bertemakan fotografi yang menawarkan kegiatan menarik kepada seluruh pengunjung seperti adanya aktivitas *self-photo studio* ataupun *photography studio* yang hasil foto tersebut akan ditampilkan secara digital di Sejenak Museum dan memberikan visualisasi yang menarik. Sejenak Museum akan berdiri di daerah Gading Serpong yang sering kali menjadi salah satu kawasan yang sering dikunjungi oleh para wisatawan. Sejenak Museum akan berdiri di dalam bangunan dua lantai yang didalamnya terdapat beberapa ruangan dan instalasi di dalamnya yaitu ruang kenangan, ruang sejenak, dan ruang rupawan. Dengan Sejenak Museum dapat menjadi media komunikasi atau penyampaian pesan atau cerita melalui media seni foto yang dinikmati oleh pengunjung, serta diharapkan dapat menambah pendapatan daerah dan negara dan juga mampu menerapkan dan mendukung pariwisata dengan melibatkan seniman, komunitas fotografi, dan memperkerjakan masyarakat lokal.

#### **B. Aspek Pasar dan Pemasaran**

Berdasarkan data kuesioner yang telah disebar dan dikumpulkan kembali, pendirian Sejenak Museum memiliki peluang yang baik. Hal ini dapat dilihat dari mayoritas responden setuju dengan kehadiran Sejenak

Museum dari adanya produk yang ditawarkan dan layanan yang diberikan. Mayoritas responden yang mengisi kuesioner berasal dari Tangerang, Tangerang Selatan, dan DKI Jakarta yang dimana melalui tiga wilayah ini adalah daerah asal wisatawan nusantara berwisata, sehingga memiliki potensi terhadap lokasi dibangunnya Sejenak Museum. Terdapat juga pesaing langsung dan tidak langsung yang dimiliki dari Sejenak Museum. Walaupun memiliki pesaing, tapi untuk lokasi dari para pesaing ini cukup jauh dan tidak memiliki konsep yang serupa sehingga tidak terlalu menimbulkan kekhawatiran.

Pada segmentasi pasar, Sejenak Museum menggunakan pendekatan *multi-base segmentation* dan target pasar menggunakan *undifferentiated marketing strategy*. Oleh karena itu, segmentasi dan target pasar dari Sejenak Museum adalah wisatawan nusantara dari segala golongan usia dan latar belakang, sehingga pemasaran akan dapat dilakukan secara merata kepada seluruh calon pengunjung. Dalam menempatkan posisi di benak pengunjung, Sejenak Museum menggunakan strategi *differentiation*. Dalam mengembangkan Sejenak Museum menggunakan baur pemasaran (*marketing mix*). Sejenak Museum memiliki 3 produk, 13 fasilitas, dan 3 layanan, dan 2 paket wisata. Dalam menentukan harga penjualan tiket masuk dan paket wisata, Sejenak Museum menggunakan penetapan harga yaitu *profit-oriented pricing objectives*. Dalam satu tahun, Sejenak Museum memiliki 6 program. Dalam mendistribusikan dan memasarkan Sejenak Museum menggunakan dua metode distribusi yaitu langsung dan tidak langsung. Terdapat beberapa kegiatan promosi yang akan dilakukan oleh

Sejenak Museum seperti *advertising, personal selling, dan sales promotion*. Dalam menjalankan bisnis, Sejenak Museum juga melakukan kerjasama dengan *organization in related business, organization in non-relate business, dan online alliances*. Dalam mewujudkan pemberian layanan yang terbaik kepada para pengunjung, Sejenak Museum menerapkan konsep instrumen SERVQUAL.

### **C. Aspek Operasional dan Aspek Teknologi**

Sejenak Museum beroperasi di lahan seluas 1.275m<sup>2</sup> yang beralamat di Jalan Boulevard Raya Gading Serpong Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang, Banten 15334. Untuk pemilihan lokasi Sejenak Museum telah melalui berbagai pertimbangan yaitu akses, lalu lintas, tenaga kerja, ketersediaan tempat parkir, lingkungan, persaingan, dan peraturan pemerintah. Kegiatan operasional dari Sejenak Museum dibagi menjadi dua aktivitas yaitu aktivitas karyawan dan konsumen. Pada aktivitas dari karyawan terdapat dua aktivitas yaitu aktivitas karyawan *back office* dan *front office*. Pada menunjang setiap aktivitas pastinya akan melibatkan berbagai fasilitas semua peralatan, perlengkapan, dan teknologi yang digunakan.

### **D. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia**

Sejenak Museum dikelola oleh PT. Teman Setuju Wisata yang dimiliki oleh Alvia Theresya (Pihak I) sebagai komisaris dan Calvin (Pihak II) sebagai direktur dengan pembagian saham yaitu 60% untuk pihak I dan

40% untuk pihak II. Dalam pendirian sebuah Perseroan Terbatas, diperlukan untuk menaati dan mengumpulkan berbagai dokumen sesuai peraturan perundang – undangan, pemerintah daerah, dan negara, seperti Akta Pendirian PT, Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP), Nomor Induk Berusaha (NIB), Persetujuan Bangunan Gedung (PBG), dan mendaftarkan merk dagang dengan kategori merk dagang kolektif. Setiap harinya, Sejenak Museum beroperasi dari pukul 10.00 – 19.00 WIB dan memiliki total karyawan sejumlah 40 orang. Setiap karyawan Sejenak Museum akan dipilih melalui seleksi sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Setiap karyawan dari Sejenak Museum akan mendapatkan gaji, tunjangan BPJS, Tunjangan Hari Raya (THR), dan cuti sesuai dengan peraturan perundang – undangan. Disisi lain, karyawan dari Sejenak Museum akan mendapatkan pelatihan dan pengembangan untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan untuk karyawan.

#### **E. Aspek Keuangan**

Sejenak Museum membutuhkan nilai investasi awal sebesar Rp4.583.205.489. Jumlah investasi yang dibutuhkan akan didapatkan dari modal pemilik dan pinjaman bank. Pada modal pemilik dengan persentase sebesar 37% dan pinjaman bank dengan persentase sebesar 63%. Pada tahun pertama, asumsi maksimal pengunjung Sejenak Museum sebesar 79.629 jiwa. Sesuai dengan proyeksi yang telah dilakukan, di tahun pertama Sejenak Museum mendapatkan pendapatan setelah pajak (*eaning after tax* atau *net profit*) sebesar (Rp904.357.546).

Setelah dilakukan analisis investasi, Sejenak Museum memiliki *payback period* selama 4 tahun 1 bulan 17 hari, dengan WACC sebesar 5,74%, IRR sebesar 21,79%, *Net Present Value* (NPV) sebesar Rp53.958.832.566, dan *Profitability Index* (PI) sebesar 1,86. Dari proyeksi perhitungan yang ada, keuntungan Sejenak Museum terlihat meningkat setiap tahunnya sehingga hal ini membuktikan bahwa Sejenak Museum layak untuk diwujudkan dan dijalankan.

