

BAB VII

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

7.1 Kesimpulan

Kesimpulan pada Karya Akhir ini adalah:

1. Rancangan bisnis sudah dibuat sesuai dengan kondisi yang ada pada Resto Mas Abim dengan beberapa rencana pengembangan bisnis ke depan. Secara teoritis, sudah memadai untuk dilakukan pengembangan bisnis sesuai dengan kebutuhan Resto Mas Abim.
2. Secara teoritis maupun berdasarkan kondisi pada Resto Mas Abim, strategi pemasaran yang paling optimum diterapkan dalam pelaksanaan bisnis ini adalah strategi *word of mouth marketing*, *relationship marketing*, dan *experiential marketing*. *Word of mouth marketing* berperan untuk mengkomunikasikan merek Resto Mas Abim kepada calon konsumen, *relationship marketing* berperan untuk meretensi pelanggan untuk tetap loyal, dan *experiential marketing* untuk memberikan pengalaman unik kepada konsumen dan calon konsumen.
3. Berdasarkan analisis keuangan yang telah dilakukan, usaha Resto Mas Abim terbukti sebagai bisnis yang cukup layak untuk dijalankan. Hal ini terlihat dari hasil perhitungan IRR sebesar 44%, diikuti oleh NPV sebesar Rp 448,645,851.00, ROI sebesar 77%, dan payback period sebesar 1.54 tahun.

7.2 Rekomendasi Bagi Manajemen

Berikut adalah rekomendasi-rekomendasi bagi manajemen untuk mendukung proses bisnis Resto Mas Abim:

1. Pelaksanaan pengendalian dan evaluasi terhadap standar bahan baku dan produk, bahwa bahan baku yang berkualitas baik adalah bahan baku yang masih segar dengan batas waktu konsumsi maksimal 2 hari, sehingga cita rasa produk dapat terjaga kualitasnya.
2. Pelaksanaan evaluasi berdasarkan input dan opini yang diberikan oleh konsumen sehingga dapat diketahui hal-hal apa saja yang menjadi kekurangan, apakah dari sisi kualitas produk, pelayanan, harga atau kenyamanan lingkungan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.
3. Penelitian pada karya akhir ini selanjutnya dapat dikembangkan untuk mengetahui prioritas mana dari operasional bisnis yang harus dikembangkan oleh Resto Mas Abim berkaitan dengan kepuasan pelanggan.
4. Evaluasi strategi bisnis yang sudah dibuat jika pencapaian penjualan tidak sesuai dengan target seperti yang terjadi pada Skenario Kedua pada Bab VI sebelumnya. Lakukan evaluasi menyeluruh dari aspek-aspek yang dibahas pada perencanaan bisnisnya, kira-kira aspek apa yang harus dibenahi. Nantinya harus menghasilkan sebuah keputusan apakah akan membenahi manajemen, strategi pemasaran, efisiensi biaya, dan lain-lain.
5. Jika pada pelaksanaannya ternyata pencapaian penjualan sangat jauh dari harapan dan diprediksi ke depannya tidak ada harapan lagi (seperti

Skenario Ketiga) maka jual asset yang ada untuk mengurangi kerugian yang ditanggung oleh Resto Mas Abim.

6. Perluasan atau ekspansi bisnis jika target penjualan sesuai target yang ditetapkan. Langkah yang dapat dilakukan seperti memperluas *coverage* penggarapan dengan cara membuka cabang atau *franchise*.
7. Sebagai pengembangan bisnis selanjutnya, Resto Mas Abim dapat melakukan diversifikasi usaha seperti:
 - a. Melakukan penambahan unit usaha, seperti jasa pencucian motor atau kerja sama dengan unit bisnis lain, seperti toko oleh-oleh khas Bengkulu. Makanan khas Bengkulu yang disimpan khusus dalam etalase dalam ruangan Resto Mas Abim dan produk tersebut merupakan produk konsinyasi dengan pemilik toko oleh-oleh khas Bengkulu.
 - b. Ikut mendukung kegiatan Pariwisata melalui acara diskusi budaya atau berbagai kompetisi yang bernuansa kebudayaan seperti ajang Bujang Gadis Bengkulu.