

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan pada awal dilakukannya penelitian ini serta hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya yakni bab 4, maka dapat dilihat dengan rencana usaha PO Pandawa 87 penambahan unit bis pada divisi AKAP disimpulkan layak dari Aspek Finansial maupun non Finansial dengan pertimbangan sebagai berikut:

1. Analisis sensitivitas diterapkan 3 kondisi yaitu *optimistic*, *best*, dan *pessimistic*. Pada kondisi *pessimistic* dinyatakan tidak layak karena nilai NPV negatif sebesar Rp 4,882,130,793.65, PP selama 4 tahun 5 bulan, nilai PI lebih dari 1 sebesar 1,12, dan nilai IRR sebesar -11,047%. Pada kondisi *best* dinyatakan layak karena nilai IRR sebesar 49,172%, sedangkan NPV positif Rp20,502,611,006.03, PP sebesar 0 tahun 11 bulan dan PI sebesar 1,68. Pada kondisi *optimistic* dinyatakan layak karena NPV bernilai positif sebesar Rp45,887,352,805.71, PP selama 0 tahun 6 bulan, nilai PI lebih dari 1 sebesar 2,24, dan nilai IRR sebesar 94,969%.
2. PO Pandawa 87 terletak pada kuadran II Stars pada BCG matriks yang berarti kemampuan PO Pandawa 87 sudah berjalan cukup baik secara internal, namun secara external masih harus dikembangkan lagi demi kemajuan perusahaan. Dengan ditentukannya PO Pandawa 87 berada kuadran II dikarenakan didapatkannya sumbu X yang memiliki angka sebesar 54,07% yang dapat disebut sebagai Tingkat Pasar Relatif (TPR) dan mendapatkan angka pada sumbu Y yang memiliki angka sebesar 1,08 yang dapat disebut sebagai Pangsa Pasar Relatif (PRR).

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan penulis untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya sebagai berikut.

1. Dalam mendapatkan kondisi *optimistic* atau sebagai penjualan 100%, PO Pandawa 87 dapat melakukan promosi secara efektif dan konsisten pada masyarakat agar target konsumen dapat mencapai tepat sasaran. Memberikan *service* yang baik kepada konsumen dapat memberikan kesetiaan penggunaan produk
2. Selalu dan konsisten dalam menganalisa pasar sehingga dapat mengetahui dan membaca strategi yang dimiliki oleh perusahaan pesaing sehingga dapat memberikan dampak yang kompetitif. Dapat berinovasi dalam melakukan promosi terhadap produk perusahaan seperti dengan bekerjasama dengan beberapa tokoh terkenal di bidangnya, sehingga tidak hanya menggunakan instagram dan brosur.