

BAB I

PENDAHULUAN

Memasuki era globalisasi, perdagangan dunia semakin kompleks. Hal ini ditandai dengan semakin ketatnya persaingan antar tiap bidang bisnis di setiap negara dan pasar akan selalu berubah karena sifatnya yang dinamis. Di tengah persaingan yang ketat ini, para pengusaha harus semakin tanggap akan perubahan yang terjadi dan cepat beradaptasi. Setiap pengusaha harus pandai-pandai menyiapkan strategi bisnis yang ampuh untuk memenangkan persaingan dan unggul di pasar produknya. Hal yang utama adalah kepuasan konsumen harus dipenuhi semaksimal mungkin, karena di era globalisasi sekarang ini konsumen lebih cermat dalam memilih produk-produk terbaik yang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Mereka cenderung menuntut informasi yang lebih lengkap tentang produk yang akan dibeli.

Dewasa ini, banyak orang berbisnis dengan sistem *franchise*, baik menjadi *franchisor* (penjual *franchise*) ataupun *franchisee* (pembeli *franchise*). Hal ini dikarenakan bisnis jenis ini lebih mudah pengelolaannya dan kedua belah pihak sama-sama diuntungkan dalam bisnis dengan sistem ini. Selain itu bisnis ini menjanjikan waktu pengembalian yang relatif singkat, dibandingkan dengan besar resikonya. Bisnis dengan sistem *franchise* sudah memiliki persyaratan dan standarisasi yang dibakukan (dituangkan ke dalam surat kerja sama usaha). Tentu besar keuntungan yang didapat amat dipengaruhi dari kesuksesan menjalankan bisnis ini. Usaha ini cukup menjanjikan sejumlah keuntungan, apalagi jika ditinjau dari pihak *franchisee*. Pihak *franchisee* tidak perlu *trial and error* dalam memulai bidang

bisnis baru. *Franchisee* cukup membayar sejumlah *franchise fee* dan *additional fee* lainnya dan membuat MoU (kesepakatan) bersama kedua belah pihak. Hukum tentang waralaba diatur pemerintah dalam Peraturan Pemerintah RI no.16 tahun 1997, dimana *franchisor* memberi ijin kepada *franchisee* untuk menggunakan hak atas kekayaan intelektualnya.

Banyak usaha sistem *franchise* yang telah berhasil di pasaran baik pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri. Usaha sistem franchise dapat mencakup berbagai bidang bisnis, diantaranya adalah makanan dan minuman, *retail*, kesehatan dan kecantikan, *laundry* dan kebersihan, jasa pendidikan dan pelatihan, hiburan dan hobi, penginapan dan *travel*, *otomotif*, *furniture*, *property*, dan masih banyak bidang lainnya. Perusahaan-perusahaan yang sebelumnya telah sukses menjalankan suatu usaha, mulai menerapkan sistem *franchise* pada usahanya tersebut, sehingga banyak masyarakat yang dapat ambil bagian dalam menjalankan bisnis tersebut dengan menjadi *franchisee*.

Salon dan *spa* adalah salah satu usaha yang saat ini banyak dikelola dengan sistem *franchise*, karena salon dan *spa* merupakan bisnis yang berkembang pesat dari hari ke hari dan tak pernah sepi pelanggan. Ada saja tujuan orang ke salon dan *spa*, dari sekadar potong rambut, *crembath* rambut, *pedicure*, *menicure* sampai luluran dan pijat relaksasi. Salon dan *spa* merupakan bagian dari gaya hidup *modern* dan kepuasan hidup. Bahkan orang rela membayar mahal sesuatu demi kepuasan hidup. Tempat-tempat *spa* menjamur di mana-mana, dari yang biasa-biasa saja sampai yang memiliki keunikan *treatment*. Tempat *spa* yang pertama kali ada di Indonesia adalah Taman Sari *Royal Heritage Spa*. Pada tahun 1997 PT. Mustika Ratu, Tbk mendirikan tempat *spa* ini dan membuat produk *spa*-nya dengan merek yang sama, namun tidak

di-*franchise*-kan. Gerai pertama Taman Sari *Royal Heritage Spa* adalah di Hotel Sheraton Mustika Yogyakarta, kemudian tahun 2000 dibuka di Jakarta. PT. Mustika Ratu, Tbk membaca peluang bisnis *spa* akan sangat menguntungkan saat ini hingga masa yang akan datang. Ternyata memang terbukti benar perkiraan PT. Mustika Ratu, Tbk, tak perlu waktu lama bisnis *spa* berkembang pesat.

Ditengah maraknya pengelolaan bisnis dengan sistem *franchise*, maka pada 2001 PT. Mustika Ratu, Tbk pun mem-*franchise*-kan Taman Sari *Royal Heritage Spa*. Bermodalkan keahlian dan nama besar di bidang produk kosmetika, perawatan tubuh dan minuman kesehatan, PT. Mustika Ratu, Tbk sepenuh hati mengembangkan dan memajukan tempat *spa* ala keraton Jawa ini. Sampai tahun 2010 ini, terhitung telah 10 tempat *spa* Taman Sari *Royal Heritage* dibuka di dalam negeri. Belum lagi Taman Sari *Royal Heritage Spa* yang dibuka di luar negeri. *Franchisee* (pembeli *franchise*) tidak dibatasi harus warga negara Indonesia. Warga negara asing pun dapat menjadi *franchisee* Taman Sari *Royal Heritage Spa*, dengan syarat-syarat tambahan. Calon *franchisee* akan diterima bermitra jika memiliki lokasi yang strategis untuk dijadikan tempat *spa* ini. Dengan sistem dan manajemen *franchise* yang telah dibakukan, saat ini Taman Sari *Royal Heritage Spa* berhasil menjadi *high class spa* ternama di Indonesia dan di luar negeri. Hingga mulai banyak orang yang tertarik untuk menjadi *franchisee*.

Menjadi *franchisee* Taman Sari *Royal Heritage Spa* tentu tidaklah mudah. Ada seleksi dan beberapa persyaratan yang harus dipenuhi calon *franchisee*. Hal yang paling mendasar disyaratkan oleh PT. Mustika Ratu adalah lokasi yang akan dijadikan tempat *spa* harus strategis. Setelah itu dijelaskan persyaratan lainnya dan dikirimkan proposal *franchise* pada calon *franchisee*. Setelah persyaratan terpenuhi,

kemudian dilakukan penandatanganan MoU (*Master of Understanding*) / kesepakatan bersama *franchisor* dan *franchisee*. Meskipun tempat *spa* ini telah memiliki nama besar dan sukses membuka banyak cabang, namun setiap bisnis pasti memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Oleh karena itu sebelum bermitra dengan *franchisor* Taman Sari *Royal Heritage Spa*, calon *franchisee* terlebih dahulu harus menganalisis kelayakan bisnis ini, jangan sampai salah dalam pengambilan keputusan investasi.

Seringkali orang salah dalam pengambilan keputusan investasi karena keputusan investasi tidak terlebih dahulu dianalisis dengan cermat. Hal ini terlihat dari minimnya *profit* dan jangka waktu pengembalian investasi yang terlampaui lama dan melewati periode batas. Hal terburuk adalah jika proyek investasi gagal total dan *franchisee* merugi. Tentu hal-hal tersebut diatas sangat tidak diinginkan oleh orang dan perusahaan manapun. Oleh karena itu, sebelumnya perlu dilakukan analisis untuk memudahkan pihak pengambil keputusan menentukan kelayakan investasi ini, ditinjau dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal antara lain adalah ketersediaan dana, sementara faktor eksternal antara lain adalah ketatnya persaingan di bidang salon dan produk *spa* saat ini. Perhitungan dan analisis kelayakan investasi yang lebih mendalam dapat dilakukan dengan metode *capital budgeting*. Dalam *capital budgeting* sendiri terdapat lima metode penilaian kelayakan investasi, yaitu *payback periods*, *net present value*, *interest rate of return*, *average rate of return*, dan *profitability index*. Namun, pada skripsi ini digunakan empat metode yang digunakan untuk menganalisis kelayakan investasi *franchise spa* ini, yaitu *payback periods*, *net present value*, *interest rate of return*, dan *profitability index*. Keempat metode tersebut umum digunakan dan merupakan alat bantu yang efektif dan efisien

untuk menilai kelayakan suatu proyek investasi yang akan dilakukan oleh calon *franchisee*, investor dan kreditur PT. Mustika Ratu, Tbk dan perusahaan-perusahaan yang akan menginvestasikan dananya pada suatu usaha.

Studi tentang *capital budgeting* ini penting untuk dilakukan sebagai alat bantuan analisis bagi pihak-pihak yang membutuhkan, seperti pihak pengambil keputusan pada manajemen puncak perusahaan. Metode ini digunakan sebagai acuan penilaian layak tidaknya suatu proyek investasi yang akan dilakukan dan memilih proyek investasi yang paling tepat yang sebaiknya dilakukan oleh investor. Hal ini perlu dilakukan karena dana yang diinvestasikan besar jumlahnya namun jangka waktu pengembalian cukup panjang dan manfaatnya baru dirasakan di masa depan. Studi ini penting dilakukan karena memberikan contoh dan gambaran metode-metode analisis kelayakan proyek investasi, sehingga menghasilkan keuntungan lebih banyak sesuai yang diharapkan calon *franchisee* dan perusahaan-perusahaan yang akan menginvestasikan dananya pada suatu usaha. Hal ini dilakukan untuk menghindari orang atau perusahaan salah langkah dalam memilih proyek investasi yang akan dilakukan karena tidak menganalisis dengan cermat kelayakan suatu proyek investasi. Hasilnya, bukan keuntungan yang didapat tapi justru kerugian materi dan waktu yang tak sedikit jumlahnya.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka skripsi ini diberi judul **Analisis Kelayakan Investasi Taman Sari *Royal Heritage Spa* dengan Menggunakan Metode-metode *Capital Budgeting*.**

1.1. Identifikasi Masalah

1. Berapa besar *initial investment* dan *incremental cash flow* yang dibutuhkan oleh calon *franchisee* untuk investasi di Taman Sari *Royal Heritage Spa*?
2. Berapa lama jangka waktu pengembalian investasi bisnis *spa* ini?
3. Apakah investasi ini layak dilakukan oleh orang yang ingin menjadi *franchisee* (penerima waralaba) bisnis *spa* ini?

1.2. Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka maksud dan tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui besar *initial investment* dan *incremental cash flow* yang dibutuhkan jika akan menjadi *franchisee* (penerima waralaba).
2. Untuk mengetahui jangka waktu pengembalian investasi.
3. Untuk mengetahui layak tidaknya investasi ini dilakukan oleh calon *franchisee*.

1.3. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, sebagai salah satu syarat menempuh sidang sarjana S1 Ekonomi. Selain itu, penelitian ini memberikan pengetahuan bagi penulis dalam bidang manajemen keuangan khususnya metode *capital budgeting*.
2. Bagi para akademisi adalah memberikan kajian lengkap konsep beserta penerapan cara perhitungan berbagai metode *capital budgeting* pada objek penelitian untuk mempelajari lebih mendalam tentang metode *capital budgeting* sebagai alat bantu analisis penilaian kelayakan investasi.

3. Bagi orang yang ingin menjadi *franchisee* Taman Sari *Royal Heritage Spa* dan para praktisi bisnis yang langsung menjalankan bisnis dan mengambil keputusan di perusahaan, dimana penelitian ini membantu para pemimpin perusahaan dalam menganalisis, menilai dan mengevaluasi layak tidaknya suatu proyek investasi dilakukan agar langkah investasi yang diambil tepat. Hal ini penting dilakukan karena pemimpin perusahaan sebagai pihak pengambil keputusan tentu tidak ingin salah dalam memutuskan proyek investasi yang dipilih apalagi menyangkut nilai perusahaan, kesejahteraan *franchisor* dan *franchisee* maupun pemegang saham.