

# BAB I

## RINGKASAN EKSEKUTIF

### 1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Saat ini, relaksasi sudah menjadi kebutuhan dasar. Hidup menjadi semakin kompleks dengan mobilitas tinggi, yang menyebabkan stres bagi orang-orang terutama bagi mereka yang tinggal di kota besar. Sudah terbukti bahwa stres dapat membahayakan kesehatan Anda, baik secara fisik maupun mental. Semua orang tahu bahwa stres harus dihindari, tetapi tidak banyak orang yang melakukan sesuatu ketika itu terjadi. Relaksasi adalah salah satu cara terbaik untuk mengurangi stres. Bukankah lebih baik mencegah daripada mengobati. Berdasarkan fakta ini, kami menciptakan tempat pijat dengan konsep unik semi *outdoor* yang dapat dinikmati oleh siapa saja yang ingin mendapatkan pengalaman relaksasi yang maksimal, berkualitas bagus dan tentu saja dengan harga yang terjangkau.

Teknik pijat Bali adalah fokus utama kami. Alasan utama di balik ini adalah bahwa pijat Bali telah dikenal di dunia sebagai salah satu yang paling terkenal untuk efek relaksasi. Kami juga hanya mempekerjakan orang Bali yang berbakat, dan terapis pilihan lainnya, melatih mereka dengan baik, untuk disesuaikan dengan karakter dan jiwa perawatan kami. Dalam Sehari-hari, kami hanya menggunakan bahan alami terbaik untuk tubuh Anda. Bahkan dengan harga terjangkau, pelanggan kami akan menikmati teknik relaksasi, material, dan keramahan kami yang hangat.

Penulis menggunakan nama *family spa and reflexology*, *sui* yang berarti air. Konsep bisnis *family reflexology* ini banyak menggunakan air, baik dari segi desain maupun dari artistiknya.

Alasan penulis memilih bisnis *Family Spa* karena penulis melihat banyaknya tempat pijit yang berkualitas bagus lokasinya kebanyakan di daerah daerah atas seperti setiabudhi. Sehingga penulis ingin membuka usaha tempat *family spa* di tengah kota, dan mudah diakses dari berbagai daerah, dan juga penulis melihat *family spa* di kota bandung belum ada yang memiliki *playground*, dan sistem *reservasi online*. Jadi banyak dari bisnis ini di kota bandung reservasinya hanya via telepon saja, kami membuat inovasi yang berbeda. Bisnis spa kami ini juga ada layanan di rumah. lalu juga handuk yang kita gunakan steril.

Kami bermitra juga dengan agen tour lokal bandung, untuk memasukan *trip* ke tempat *family spa* kami, di barengi juga dengan kita memberikan harga khusus kepada tur lokal tersebut.

*Spa* merupakan suatu kebutuhan dan gaya hidup yang diminati oleh berbagai kalangan di Indonesia. Menurut Menteri Kebudayaan dan Pariwisata (Menbudpar) yang dikutip harian Republika tahun 2013, bahwa Industri spa di Indonesia mengalami pertumbuhan ketiga tercepat dan terbesar di kawasan Asia setelah India dan China sedangkan pada tahun 2010, spa di Indonesia tumbuh 7 persen, hampir menyamai pertumbuhan spa di China yang sebesar 8 persen dan India 11 persen (republika.co.id, 2013).

Para wisatawan yang datang ke Kota Bandung pada tahun 2018 diprediksi bakal melebihi tahun sebelumnya. Apabila selama 2017 jumlah wisatawan yang

masuk mencapai 6,96 juta, maka tahun ini bisa naik 10 persen atau sekira 8 juta wisatawan asing dan mancanegara.

Keyakinan jumlah wisatawan akan meningkat diperkuat dengan berhasilnya Pemerintah Kota Bandung yang baru saja meraih penghargaan kategori *Asean Clean Tourist City Standard Award* dalam *ASEAN Tourism Award* 2018 sebagai prestasi yang patut disyukuri sekaligus menjadi kesempatan promosi wisata. (Kepala Dinas Budaya dan Pariwisata Kota Bandung, Kenny Dewi Kianasari 2018)

Rentang usia yang penulis pilih lebih berfokus dari usia 18-40 tahun, karena konsep bisnis penulis dengan *'family spa'* dan juga dikarenakan penggunaan konsep rileksasi *modern* ini banyak digemari oleh orang dengan mobilitas tinggi, selain itu terdapat fasilitas playground juga akan menambah minat keluarga muda yang akan datang ke *Sui Family Spa* Selain itu penulis juga berharap dengan penggunaan konsep Reservasi *online*, Fasilitas *Playground* dapat meningkatkan ketertarikan dari keluarga muda. Penulis juga beranggapan konsumen dengan rentang usia 18-40 tahun lebih *Potential buyer* dibandingkan usia-usia dibawah 18 tahun, ataupun diatas usia 40 tahun yang sudah mulai jarang untuk pergi ke tempat-tempat seperti *Family Spa*, serta lebih memilih untuk *Spa* dirumah. Tetapi penulis juga tetap melihat konsumen dengan usia dibawah 18 tahun dan diatas 40 dikarenakan tidak menutup kemungkinan usia-usia tersebut juga suka pergi ke tempat-tempat *family spa* karena diajak oleh anggota keluarga atau teman.

Penulis dalam pembuatan *Sui family spa* menggunakan konsep bergaya bali. namun kami memiliki konsep semi outdoor pada ruangan *reflexology*. Bali

sangat terkenal akan *spa* nya, sehingga penulis memilih bali. Secara *interior* maupun artistiknya menggunakan tema Bali, berdasarkan unsur nama Sui, interior dari tempat *spa* mengandung unsur air, seperti terdapat gemericik suara air yang akan membuat *relax* para pelanggan, ditemani juga dalam konsep semi *outdoor*.

Produk yang dimiliki *sui family spa* ini adalah meliputi pijat tradisional dan refleksi kaki dan juga perawatan tubuh yang dilengkapi juga dengan *body scrub*.

Berdasarkan teori *positioning* Menurut Kotler diatas, Penulis juga menggunakan penetapan posisi berdasarkan atribut yaitu, *Sui Family Spa* yaitu “*Everyday’s Healthy*” yang berarti jika diterjemahkan yaitu Sehat setiap hari.

Penulis juga akan berusaha menanamkan pada benak konsumen bahwa *Spa* bermanfaat untuk meredakan stress, mengurangi rasa letik/capek, melancarkan peledaran darah, dan juga untuk mengobati berbagai macam penyakit.

Promosi yang penulis pilih dalam menjalankan *Sui Family Spa* ini melalui media sosial (*instagram dan twitter*), *website* atau aplikasi, dan juga dengan melakukan promosi melalui penggunaan kartu *membercard* atau pemberian diskon untuk kalangan tertentu (*Bankers Day, Student Promo, Happy Hour*). Alasan penulis memilih media teknologi karena pada zaman sekarang yang terus berkembang, semakin banyak masyarakat yang akan menggunakan aplikasi, dan juga *smartphone*. Penggunaan aplikasi untuk *booking* sangat membantu, karena kebanyakan dari masyarakat tidak memiliki pulsa untuk menelepon tempat *spa*. Penggunaan kartu *membership* juga dapat menarik konsumen untuk tidak pindah hati ke tempat *spa* lain. Penulis juga menggunakan media promosi melalui

*cashback*, misalnya jika konsumen datang melakukan *treatment*, *cashback* 50% untuk kedatangan berikutnya.

*Sui Family Spa and Reflexology* menggunakan metode *Net Present Value*, *Payback Periode*, dan *Profitability Index* dalam menentukan apakah usaha ini layak dijalankan atau tidak. Berikut ini adalah uraian dari perhitungan dengan metode tersebut :

### 1. *Net Present Value (NPV)*

**Tabel 1.1 *Net Present Value (NPV)***

<b>Tahun</b>	<b><i>Operating Cash Flow (Rupiah)</i></b>	<b><i>Discount Factor</i></b>	<b><i>Present Value (Rupiah)</i></b>
Tahun I	Rp437.530.624,70	0,8333	Rp 364.594.270
Tahun II	Rp 469.175.624,70	0,6944	Rp 325.795.554
Tahun III	Rp 643.013.849,60	0,5787	Rp 372.112.115
		<i>Total Present Value</i>	Rp 1.062.501.938
		<i>Initial Investment</i>	Rp 475.381.500
		<b>NPV</b>	<b>Rp 587.120.438</b>

Sumber: Data Pribadi (2018)

Keterangan:

- Arus kas bersih diperoleh dari Tabel 6.5.1 , Tabel 6.5.2, dan Tabel 6.5.3
- *Present Value* = Arus Kas Bersih x *Discount Factor*
- Initial Investment adalah modal awal yang diinvestasikan
- *Net Present Value* = *Total Present Value* – *Initial Investment*

Kesimpulan :

Kriteria NPV :

- NPV > 0 Usaha layak untuk dilaksanakan

- $NVP < 0$  Usaha tidak layak dilaksanakan
- $NVP = 0$  Usaha berada pada BEP
- $NVP > 0$  sehingga usaha layak untuk dilaksanakan

Hasil perhitungan NPV di atas menunjukkan bahwa  $NPV = Rp587.120.438 > 0$  maka usaha layak untuk dijalankan.

## 2. Payback Period

**Tabel 1.2 Arus Kas Kumulatif  
(dalam Rupiah)**

Tahun	Arus Kas	Arus Kas Kumulatif
2019	Rp 437.530.624,70	Rp 437.530.624,70
2020	Rp 469.175.624,70	Rp 906.706.249,40
2021	Rp 643.013.849,60	Rp1.549.720.099,00

Sumber: Data Pribadi (2018)

$$\begin{aligned}
 \text{Payback Period} &= \left(1 + \frac{475381500 - 437530624,7}{906706249,4 - 437530624,7}\right) \times 12 \\
 &= 12,96810337 = 12 \text{ bulan} \\
 &= 0,968 \times 30 = 29,04 = 29 \text{ hari} \\
 &= \mathbf{12 \text{ bulan } 29 \text{ hari}}
 \end{aligned}$$

$n$  = Tahun terakhir dimana jumlah arus kas masih belum bisa menutup investasi mula-mula

$a$  = Jumlah Investasi mula-mula

$b$  = Jumlah Kumulatif arus kas pada tabel ke –  $n$

$c$  = Jumlah Kumulatif arus kas pada tahun ke  $n + 1$

Kesimpulan :

- *Payback Period* dari investasi tersebut adalah 1 tahun 29 hari.

- Artinya dana yang tertanam dalam aktiva sebesar Rp475.381.500 akan dapat diperoleh kembali dalam jangka waktu **1 tahun 29 hari**.

### 3. Profitability Index

$$\text{Profitability Index (PI)} = \frac{\text{Total Present Value}}{\text{Total investment}}$$

$$\text{Profitability Index (PI)} = \frac{1062501938}{475381500} = 2,235$$

Kesimpulan  $PI > 1$  maka usaha layak untuk dijalankan.

## I.2 Deskripsi Bisnis

Nama Perusahaan: **Sui Family Spa and Reflexology**

Visi: Menjadi tempat rileksasi keluarga terpercaya dan terdepan di kota bandung pada tahun 2020.

Misi:

- Melakukan inovasi terhadap fasilitas dan pelayanan.
- Melakukan *training* terhadap karyawan.
- *Maintenance* lokasi usaha.
- Keramahan dalam pelayanan.

Motto : **Everyday's Healthy**

**Sui Family Spa and Reflexology**

Jalan Riau No.54 Bandung



*Sui Family Spa & Reflexology*

**Gambar 1.1** Logo *Sui Family Spa and Reflexology*



Logo *Sui Family Spa and Reflexology* mengambil konsep air berwarna biru.

- Logo berkonsep air, karena air elemen yang sangat dibutuhkan seluruh mahluk hidup.
- Warna biru menandakan keseimbangan, ketenangan dan berkelanjutan.
- Logo simple karena mencerminkan kesan elegant.

Logo memiliki peran yang penting karena akan mencerminkan bisnis ini ke depannya.

Bentuk Kepemilikan : Perusahaan Perseorangan.

Perijinan :

1. Surat Ijin Usaha Perdagangan
2. Nomor Pokok Wajib Pajak
3. Hak Paten Nama Perusahaan

