

## ABSTRAK

Dalam dunia fotografi, teknologi digital merupakan teknologi yang relatif baru digunakan. Banyak studio foto yang berhasil menggunakan teknologi digital dalam pemotretan maupun cuci cetak, sehingga banyak konsumen yang beralih ke studio foto yang menggunakan teknik foto digital. Tetapi, terdapat studio foto yang belum menggunakan teknologi digital, salah satunya 'Malibu 62 Studio' cabang Bandung. 'Malibu 62 Studio' adalah sebuah perusahaan *franchise* yang bergerak di bidang fotografi. Melihat adanya fenomena digital yang sedang menjamur di masyarakat, 'Malibu 62 Studio' ingin menerapkan teknologi digital.

Studi kelayakan ini dilakukan untuk membahas kelayakan penambahan investasi teknologi digital. Aspek-aspek yang akan dianalisis adalah aspek pasar, teknis, finansial, legalitas dan dampak sosial. Untuk itu, dilakukan pengumpulan data dengan cara melihat data masa lalu pihak kompetitor, mengumpulkan data teknis yang berkaitan dengan teknologi digital, dan menyebarkan kuesioner untuk melihat seberapa besar manfaat dari teknologi digital. Pertanyaan-pertanyaan kuesioner diperoleh dari para ahli fotografi dan di sebarakan lewat studio foto pesaing.

Berdasarkan analisis pasar, rencana penggunaan teknologi digital di 'Malibu 62 Studio' cabang Bandung dinyatakan layak. Berdasarkan peramalan, permintaan konsumen terhadap teknologi digital terus meningkat di masa mendatang, sehingga terdapatnya pasar potensial yang dapat diraih. Pasar yang ada terus bertumbuh sehingga membuat pasar layak untuk dimasuki. Pasar yang akan diambil sebesar 20% dari pasar yang ada.

Berdasarkan analisis teknis rencana penggunaan teknologi digital di 'Malibu 62 Studio' cabang Bandung dinyatakan layak karena seluruh faktor produksi digital foto sudah terpenuhi sesuai dengan kriteria-kriteria yang diinginkan.

Rencana penggunaan teknologi digital di 'Malibu 62 Studio' cabang Bandung juga dinyatakan layak berdasarkan aspek finansial karena memiliki *Internal Rate of Return* (39,50%) > MARR(10%). Penggunaan teknologi digital ini juga layak berdasarkan perhitungan NPV (*Net Present Value*) dan menguntungkan berdasarkan PI (*Profitability Index*) karena memiliki nilai NPV > 0 dan PI > 1. Sedangkan berdasarkan perhitungan BEP (*Break Even Point*) dan *payback period*, kelayakan penggunaan teknologi digital foto ini akan mencapai titik impas pada penjualan Rp. 847.931.843,8 dan mencapai *payback period* ke-2.

Rencana penggunaan teknologi digital di 'Malibu 62 Studio' cabang Bandung dinyatakan layak berdasarkan aspek legalitas dan dampak sosial karena tidak memiliki kendala dalam hal legalitas dan memberikan dampak yang positif.

Kesimpulan yang diperoleh dari analisis aspek pemasaran, teknis, finansial, serta legalitas dan dampak sosial, bahwa penerapan teknologi digital di 'Malibu 62 Studio' Bandung layak dan siap dilaksanakan. Di masa yang akan datang, jika permintaan pasar akan foto berukuran besar akan meningkat; pihak 'Malibu 62 Studio' cabang Bandung disarankan untuk dapat membeli mesin cetak berukuran besar. Hal ini juga akan membuka kesempatan untuk penelitian kelayakan investasi mesin cetak berukuran besar tersebut.

## DAFTAR ISI

COVER .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI .....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1-1
1.2. Identifikasi Masalah .....	1-2
1.3. Pembatasan Masalah .....	1-2
1.4. Perumusan Masalah .....	1-3
1.5. Tujuan Penelitian .....	1-3
1.6. Sistematika Penulisan .....	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	
2.1. Metodologi Penelitian .....	2-1
2.1.1. Jenis-Jenis Penelitian .....	2-2
2.1.2. Data .....	2-3
2.1.2.1. Data Kualitatif .....	2-3
2.1.2.2. Data Kuantitatif .....	2-5
2.1.3. Skala untuk Instrument .....	2-6
2.1.4. Populasi dan Sampel .....	2-6
2.1.4.1. Ukuran Sampel .....	2-7
2.1.4.2. Teknik Pengambilan Sampel .....	2-7
2.1.4.2.1. Probability Sampling .....	2-7
2.1.4.2.2. Nonprobability sampling .....	2-9

2.1.5. Metode Pengumpulan Data .....	2-10
2.2. Studi Kelayakan Bisnis.....	2-11
2.2.1. Aspek Pasar .....	2-12
2.2.1.1. Pengertian Pasar .....	2-12
2.2.1.2. Bentuk Pasar .....	2-12
2.2.1.3. Mengukur Dan Meramalkan Permintaan .....	2-14
2.2.2. Aspek Pemasaran .....	2-16
2.2.2.1. Segmentasi-Target-Posisi di Pasar .....	2-17
2.2.2.2. Manajemen Pemasaran .....	2-20
2.2.2. Aspek Teknis .....	2-23
2.2.3. Aspek Sumber Daya Manusia .....	2-23
2.2.4. Aspek Finansial .....	2-24
2.2.4.1. Kebutuhan Dana dan Sumbernya.....	2-24
2.2.4.2. Laporan Keuangan .....	2-25
2.2.4.3. Perhitungan Depresiasi .....	2-25
2.2.4.4. <i>Cash Flow</i> (Aliran Kas) .....	2-26
2.2.4.5. Penilaian Dan Pemilihan Investasi .....	2-27
2.2.4.6. <i>Sensitivity Analysis</i> (Analisis Kepekaan) .....	2-30
2.2.5. Aspek Sosial .....	2-30
2.2.6. Aspek Legal .....	2-31
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	
3.1. Model Konseptual.....	3-1
3.2. Diagram Alir Metodologi Penelitian .....	3-2
3.2.1. Pengidentifikasian Masalah .....	3-5
3.2.2. Pembatasan Masalah .....	3-5
3.2.3. Perumusan Masalah .....	3-5
3.2.4. Tujuan Penelitian .....	3-6
3.2.5. Melakukan Studi Kepustakaan .....	3-6
3.2.6. Pengumpulan Data Pasar dan Analisis Pasar.....	
3.2.6.1. Pengumpulan Data Pasar.....	3-6
3.2.6.2. Kuesioner .....	3-7

3.2.7. Analisis Aspek Teknis .....	3-8
3.2.8. Analisis Aspek Finansial .....	3-8
3.2.8.1. Pengumpulan Data .....	3-9
3.2.8.2. Pengolahan Data Finansial .....	3-9
3.2.9. Analisis Aspek Legalitas dan Dampak Sosial .....	3-9
3.2.10. Kesimpulan dan Saran .....	3-10
<b>BAB 4 PENGUMPULAN DATA .....</b>	
4.1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	4-1
4.2. Jenis Data yang Diperlukan .....	4-2
4.3. Kuesioner .....	4-3
4.3.1. Penyebaran Kuesioner .....	4-3
4.4. Sumber dan Cara Pengumpulan Data .....	4-4
4.5. Hasil Pengumpulan Data.....	4-5
4.5.1. Data Pemasaran.....	4-5
4.5.1. Data Pemasaran.....	4-6
4.5.3. Aspek Finansial.....	4-9
<b>BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	
5.1. Pengolahan Data dan Analisis Pasar.....	5-1
5.1.1. Pengolahan Data Pasar .....	5-1
5.1.2. Analisis Aspek Pasar .....	5-9
5.1.2.1. Analisis Konsumen .....	5-9
5.1.2.1.1. Segmentasi Pasar .....	5-9
5.1.2.1.2. Menetapkan Sasaran Pasar (Targetting) .....	5-11
5.1.2.1.3. Menentukan Posisi Pasar (Positioning) .....	5-11
5.1.2.2. Analisis Kompetitor .....	5-12
5.1.2.3. Strategi Pemasaran.....	5-13
5.1.2.4. Analisis Kelayakan Pasar.....	5-16
5.2. Analisis Aspek Teknis.....	5-17
5.2.1. Spesifikasi Bangunan.....	5-17
5.2.2. Jadwal Pelaksanaan Proyek .....	5-18
5.2.3. Penentuan Sumber Daya yang Diperlukan.....	5-20

5.2.4. Kelayakan Analisis Teknik .....	5-21
5.3. Analisis Finansial.....	5-22
5.3.1. Pengolahan Data Finansial.....	5-22
5.3.2. Analisis Aspek Finansial .....	5-22
5.3.3. Kelayakan Analisis Finansial.....	5-23
5.4. Analisis Legalitas dan Dampak Sosial.....	5-23
5.4.1. Aspek Legal Perusahaan .....	5-23
5.4.2. Aspek Dampak Sosial.....	5-29
5.4.3. Kelayakan analisis Legalitas dan Dampak sosial .....	5-33
<b>BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	
6.1. Kesimpulan .....	6-1
6.2. Saran .....	6-2
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xiv</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	
<b>KOMENTAR DOSEN PENGUJI .....</b>	
<b>DATA PENULIS .....</b>	<b>xv</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
4.1	Data Permintaan Foto (Paket 3x Foto)	IV - 5
4.2	Data Permintaan Cetak Foto Ukuran 4 R	IV - 5
4.3	Rincian Investsi yang Dibutuhkan	IV - 9
4.4	Rincian Biaya Pra-Operasional	IV - 10
4.5	Rincian Investasi Tetap	IV - 10
4.6	Upah tenaga Kerja Langsung	IV - 11
4.7	Biaya Bahan Langsung	IV - 11
4.8	Biaya Administrasi per Bulan	IV - 12
4.9	Upah tenaga kerja tidak langsung	IV - 12
4.10	Biaya listrik, telepon, dan perawatan	IV - 12
4.11	Biaya Perbaikan Gedung	IV - 13
5.1	Data Permintaan Foto (Paket 3x Foto)	V - 1
5.2	Data Permintaan Cetak Foto Ukuran 4 R	V - 2
5.3	Hasil Peramalan Foto (Paket 3x Foto)	V - 3
5.4	Hasil Peramalan Cetak Ukuran 4 R	V - 5
5.5	Pangsa Pasar Untuk Foto	V - 7
5.6	Pangsa Pasar Untuk Cetak	V - 8
5.7	Jumlah responden berdasarkan pekerjaan	V - 10
5.8	Harapan konsumen foto	V - 13
5.9	Harga Foto berdasarkan hasil kuesioner	V - 14
5.10	Harga Cetak berdasarkan hasil kuesioner	V - 14
5.11	Jadwal Pelaksanaan Proyek	V - 17
5.12	Estimasi permintaan foto	V - 21
5.13	Estimasi permintaan cetak	V - 22
5.14	Investasi tetap	V - 23
5.15	Investasi tambahan	V - 24
5.16	Biaya pemasaran	V - 24
5.17	Biaya administrasi 3 tahun kedepan	V - 24
5.18	Depresiasi investasi tetap	V - 25
5.19	Depresiasi investasi teknologi digital	V - 26
5.20	Venture initiation cost	V - 26
5.21	Working Capital	V - 26
5.22	Project Cost Summary	V - 27
5.23	Net Present Value	V - 27
5.24	Internal Rate of Return	V - 28
5.25	Payback Period	V - 29
5.26	Analisis Sensitivitas	V - 30
5.27	Analisis Resiko	V - 30

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
3.1	Model Konseptual	III - 1
3.2	Diagram Alir Metodologi Penelitian	III - 2
5.1	Grafik Permintaan Masa Lalu Member Para Kompetitor	V - 2
	Grafik Permintaan Masa Lalu Non Member Para	
5.2	Kompetitor	V - 2
5.3	Lay Out Malibu 62 Studio Sebelum Penambahan Fasilitas	V - 16
5.2	Lay Out Malibu 62 Studio Sesudah Penambahan Fasilitas	V - 17
5.3	Diagram Jadwal ( <i>Gantt Chart</i> )	V - 18

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1	Kuesioner Jumlah penduduk Kotamadya Bandung Hasil Kuesiner Peraturan Pemerintah No.148 Tahun 2000	
2	Perhitungan Depresiasi dengan metode Straight Line Perhitungan Bahan Langsung Proyeksi Rugi Laba Proyeksi Anggaran Kas Proyeksi Neraca Proyeksi Sumber dan Penggunaan Dana Modal Kerja Proyeksi Arus Kas Bersih	
3	Peralatan digital	