

ABSTRAK

Spa adalah salah satu alternatif pilihan masyarakat Bandung untuk melepaskan lelah. Melihat hal ini, pengusaha Delta Spa di Jakarta berminat mengembangkan usaha spa pria di Bandung, karena belum banyak usaha sejenis di Bandung. Dengan mengambil tempat di Paskal Hyper Square, Jl Pasirkaliki 25–27. Untuk dapat mengambil keputusan ini, perlu didukung oleh suatu perhitungan yang rinci, untuk itulah penulis melakukan analisis kelayakan proyek. Sehingga bisa diketahui kelayakan bisnis spa ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis, aspek hukum dan dampak sosial, serta aspek finansial.

Penelitian ini diawali dengan pengumpulan data melalui wawancara dan kuesioner. Kuesioner penelitian bagian pertama bertujuan untuk melihat profil responden. Kuesioner kedua bertujuan untuk melihat tingkat kepentingan dari fasilitas dan faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen. Kuesioner yang ketiga menunjukkan harapan konsumen berdasarkan 7P yaitu Produk, Price, Promotion, Place, People, Process, dan Physical Evidence.

Dari aspek pasar diperoleh, 23% pangsa pasar diyakini pihak manajemen dapat merebut konsumen yang merasa tidak puas dari tempat spa kompetitor. Sedangkan segmen pasar dari usaha ini adalah pria, berusia 44-52 tahun, dengan penghasilan diantara Rp.1.500.000–Rp.5.000.000 dan lebih besar dari Rp. 5.000.000. Tidak menutup kemungkinan juga bagi pendatang dari luar kota Bandung, seperti Jakarta. Posisi pasar dapat ditentukan untuk menempatkan posisi tempat relaksasi spa ini terhadap kompetitornya. Dengan menjadikan kelemahan kompetitor sebagai kelebihan, yaitu dengan harga antara Rp.175.000–Rp.200.000, memiliki fasilitas yang lebih lengkap dibanding dengan kompetitor. Antara lain tersedianya peralatan pribadi pada masing-masing loker tamu, tersedia area berendam air panas dan dingin, lahan parkir yang luas dan aman, tersedia kafe dan *healthy bar* dengan home theater, tersedia televisi pada masing-masing ruangan spa, dan memiliki ruang tunggu dengan *pool table*.

Berdasarkan aspek pasar, dapat dikatakan bahwa pasar layak untuk dimasuki. Berdasarkan analisis aspek teknik, proyek pembuatan tempat relaksasi spa ini layak untuk direalisasikan, karena peralatan dan perlengkapan serta sumber daya yang dibutuhkan dapat disediakan. Dari hasil analisis aspek hukum dan dampak sosial, dapat disimpulkan bahwa proyek pembuatan tempat relaksasi spa ini dapat untuk direalisasikan.

Sedangkan dari hasil analisis aspek finansial, proyek pembuatan tempat relaksasi spa ini layak untuk direalisasikan. Karena berdasarkan penilaian kelayakan investasi, dengan syarat *Net Present Value (NPV)* lebih besar dari nol yaitu Rp. 19,876,399,598, nilai *Internal Rate of return (IRR)* lebih besar dari MARR (24%) yaitu 101.752%, memiliki *payback period* yang lebih pendek dari waktu diperkirakan yaitu 5 tahun yaitu 1,34 tahun dan memiliki nilai *profitability index* 3,94 yang lebih besar dari 1.

Sehingga secara keseluruhan proyek pembangunan tempat relaksasi spa di Paskal Hyper Square ini layak untuk dilaksanakan.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
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.....	1-3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Studi Kelayakan Proyek	2-1
2.1.1 Pengertian Studi Kelayakan Proyek	2-1
2.1.2 Tujuan Dilakukan Studi Kelayakan	2-1
2.1.3 Manfaat Studi Kelayakan Proyek	2-2
2.1.4 Aspek-aspek Studi Kelayakan	2-3
2.1.4.1 Aspek Pasar	2-4
2.1.4.1.1 Pengertian Pasar	2-4
2.1.4.1.2 Bentuk Pasar	2-5
2.1.4.1.3 Mengukur dan Meramal Permintaan	2-6
2.1.4.2 Aspek Pemasaran	2-8
2.1.4.2.1 Segmentasi-Target-Posisi di Pasar	2-8
2.1.4.2.2 Manajemen Pemasaran	2-12
2.1.4.3 Aspek Teknik dan Teknologi	2-16

2.1.4.3.1	Manajemen Operasional	2-16
2.1.4.3.2	Sumber Daya Manusia	2-16
2.1.4.3.3	Rekrutmen, Seleksi dan Orientasi	2-17
2.1.4.4	Aspek Sosial	2-17
2.1.4.5	Aspek Legal	2-18
2.1.4.6	Aspek Finansial	2-18
2.1.4.6.1	Kebutuhan Dana dan Sumbernya	2-19
2.1.4.6.2	Laporan Keuangan	2-19
2.1.4.6.3	Perhitungan Depresiasi	2-20
2.1.4.6.4	Cash Flow (Aliran Kas)	2-21
2.1.4.6.5	Penilaian dan Pemilihan Investasi	2-22
2.1.4.6.6	Sensitivity Analysis (Analisis Kepekaan)	2-25
2.2	Metode Penelitian Bisnis	2-25
2.2.1	Jenis-jenis Penelitian	2-26
2.2.2	Variabel dan Data	2-29
2.2.2.1	Variabel	2-29
2.2.2.2	Data	2-30
2.2.3	Skala untuk Instrumen	2-33
2.2.4	Populasi dan Sampel	2-34
2.2.4.1	Ukuran Sampel	2-35
2.2.4.2	Teknik Pengambilan Sampel	2-35
2.2.5	Teknik Pengumpulan Data	2-38
2.2.6	Kriteria Instrumen yang Baik	2-39
 BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Model Konseptual	3-1
3.2	Diagram Alir Metodologi Penelitian	3-2
3.3	Keterangan Gambar	3-4
3.3.1	Penelitian Pendahuluan	3-4
3.3.2	Studi Literatur	3-4
3.3.3	Pengidentifikasian Masalah	3-4
3.3.4	Pembatasan Masalah	3-4

3.3.5	Perumusan Masalah	3-5
3.3.6	Tujuan Penelitian	3-5
3.3.7	Pengumpulan Data dan Analisis	3-5
3.3.7.1	Pengumpulan Data Pasar	3-5
3.3.7.1.1	Kompetitor	3-5
3.3.7.1.2	Validasi Konstruk	3-6
3.3.7.1.3	Kuesioner	3-8
3.3.7.1.4	Rekapitulasi Hasil Kuesioner	3-9
3.3.7.2	Analisis Aspek Pasar	3-9
3.3.7.2.1	Pengujian Kuesioner	3-10
3.3.7.2.2	Pengolahan Data Pasar	3-10
3.3.7.2.3	Analisis Konsumen	3-10
3.3.7.2.3.1	Segmentasi Pasar	3-10
3.3.7.2.3.2	Penetapan Sasaran Pasar (<i>Targetting</i>)	3-10
3.3.7.2.4	Analisis Kompetitor Utama	3-10
3.3.7.2.5	Posisi Pasar (<i>Positioning</i>)	3-10
3.3.7.2.6	Strategi Pemasaran	3-10
3.3.7.3	Pengumpulan Data Teknis.....	3-11
3.3.7.3.1	Peralatan Utama	3-11
3.3.7.3.2	Perlengkapan Spa dan Pelengkap Interior	3-11
3.3.7.3.3	Sumber Daya Manusia	3-11
3.3.7.4	Analisis Aspek Teknis.....	3-13
3.3.7.4.1	Proses Spa	3-13
3.3.7.4.2	Perhitungan Jumlah Fasilitas yang Dibutuhkan	3-13
3.3.7.4.3	Spesifikasi Bangunan, Spesifikasi Fasilitas, ARC, ARD, dan Layout	3-13
3.3.7.4.4	Jadwal Pelaksanaan Proyek	3-14
3.3.7.5	Pengumpulan Data Legalitas dan Dampak Sosial	3-14
3.3.7.6	Analisis Legalitas dan Dampak Sosial	3-14
3.3.7.6.1	Aspek Legal Perusahaan	3-14
3.3.7.6.1.1	Bentuk Badan Hukum	3-14

3.3.7.6.1.2	Struktur Permodalan	3-15
3.3.7.6.1.3	Perijinan	3-15
3.3.7.6.2	Aspek Dampak Sosial	3-15
3.3.7.6.3	Alternatif Penanggulangan Dampak Negatif	3-15
3.3.7.6.4	Persentase Dampak Positif dan Negatif	3-15
3.3.7.7	Pengumpulan Data Finansial	3-16
3.3.7.7.1	Biaya Bahan Langsung	3-16
3.3.7.7.2	Biaya Pabrik	3-16
3.3.7.7.3	Biaya per 6 Bulan	3-16
3.3.7.7.4	Biaya per Tahun	3-16
3.3.7.7.5	Biaya per 2 Tahun	3-16
3.3.7.7.6	Biaya Peralatan Utama	3-17
3.3.7.7.7	Upah Tenaga Kerja Langsung	3-17
3.3.7.7.8	Overhead	3-17
3.3.7.7.8.1	Upah Tenaga Kerja Tidak Langsung	3-17
3.3.7.7.8.2	Biaya Lain-lain	3-17
3.3.7.7.8.3	Biaya Perbaikan	3-18
3.3.7.7.9	Biaya Perlengkapan Spa dan Pelengkap Interior	3-18
3.3.7.7.10	Biaya Merenovasi dan Mendekorasi Interior	
Bangunan		3-18
3.3.7.7.11	Biaya Pembelian Kendaraan	3-18
3.3.7.7.12	Biaya <i>Venture Initiation Cost</i>	3-18
3.3.7.7.13	Biaya Promosi	3-18
3.3.7.7.14	Permodalan	3-18
3.3.7.8	Analisis Aspek Finansial	3-19
3.3.7.8.1	Estimasi Penghasilan	3-19
3.3.7.8.2	Perhitungan Depresiasi	3-19
3.3.7.8.3	Nilai Harga Pokok Penjualan	3-19
3.3.7.8.4	Nilai Laba bersih Setelah Pajak	3-19
3.3.7.8.5	Nilai Saldo Akhir Kas	3-19
3.3.7.8.6	Nilai Aktiva dan Passiva	3-20

3.3.7.8.7	Penilaian Investasi	3-20
3.3.7.8.7.1	Analisis <i>Net Present Value</i> (NPV)	3-20
3.3.7.8.7.2	Analisis <i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	3-20
3.3.7.8.7.3	Analisis <i>Profitability Index</i> (PI)	3-20
3.3.7.8.7.4	Analisis <i>Payback Period</i> (PP)	3-21
3.3.7.8.7.5	Analisis <i>Break Event Point</i> (BEP)	3-21
3.3.7.8.8	Analisis Sensitivitas	3-21
3.3.7.8.9	Analisis Resiko dan Pemecahannya	3-21
3.3.8	Kesimpulan dan Saran	3-22
BAB 4 PENGUMPULAN DATA		
4.1	Sejarah Singkat Perusahaan	4-1
4.2	Hasil Pengumpulan Data	4-2
4.2.1	Data Pasar	4-2
4.2.1.1	Data Permintaan Masa Lalu Seluruh Kompetitor	4-2
4.2.1.2	Validitas Konstruksi	4-3
4.2.1.3	Kuesioner	4-7
4.2.1.4	Rekapitulasi Hasil Kuesioner	4-7
4.2.2	Data Teknis	4-32
4.2.2.1	Peralatan Utama	4-32
4.2.2.2	Perlengkapan Spa dan Pelengkap Interior	4-32
4.2.2.3	Sumber Daya Manusia	4-35
4.2.3	Data Legalitas dan Dampak Sosial	4-38
4.2.4	Data Finansial	4-38
4.2.4.1	Biaya Bahan Langsung	4-38
4.2.4.2	Biaya Pabrik	4-39
4.2.4.3	Biaya per 6 Bulan	4-39
4.2.4.4	Biaya per Tahun	4-39
4.2.4.5	Biaya per 2 Tahun	4-40
4.2.4.6	Biaya Peralatan Utama	4-40
4.2.4.7	Upah Tenaga Kerja Langsung	4-40
4.2.4.8	Overhead	4-41

4.2.4.8.1 Upah Tenaga Kerja Tidak Langsung	4-41
4.2.4.8.2 Biaya Lain-lain	4-42
4.2.4.8.3 Biaya Perbaikan	4-42
4.2.4.9 Biaya Perlengkapan Spa dan Pelengkap Interior	4-43
4.2.4.10 Biaya Merenovasi dan Mendekorasi Interior Bangunan	4-45
4.2.4.11 Biaya Pembelian Kendaraan	4-45
4.2.4.12 Biaya <i>Venture Initiation Cost</i>	4-46
4.2.4.13 Biaya Promosi	4-46
4.2.4.14 Permodalan	4-46

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Pengujian Kuesioner.....	5-1
5.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	5-1
5.2 Aspek Pasar	5-6
5.2.1 Pengolahan Data Pasar	5-6
5.2.2 Analisis Aspek Pasar	5-10
5.2.2.1 Analisis Konsumen	5-10
5.2.2.1.1 Segmentasi Pasar	5-10
5.2.2.1.2 Penetapan Sasaran Pasar (<i>Targetting</i>)	5-11
5.2.2.2 Analisis Kompetitor Utama.....	5-13
5.2.2.3 Posisi Pasar (<i>Positioning</i>)	5-15
5.2.2.4 Strategi Pemasaran	5-16
5.3 Aspek Teknis	5-20
5.3.1 Proses Spa	5-21
5.3.2 Perhitungan Jumlah Fasilitas yang Dibutuhkan	5-22
5.3.3 Spesifikasi Bangunan, Spesifikasi Fasilitas, ARC, ARD dan Layout	5-21
5.3.4 Jadwal Pelaksanaan Proyek	5-37
5.4 Aspek Legalitas dan Dampak Sosial	5-38
5.4.1 Analisis Legal Perusahaan	5-38
5.4.1.1 Bentuk Badan Hukum	5-39

5.4.1.2	Struktur Permodalan	5-39
5.4.1.3	Perijinan.....	5-40
5.4.2	Analisis Dampak Sosial	5-40
5.4.2.1	Alternatif Penanggulangan Dampak Negatif	5-41
5.4.2.2	Persentase Dampak Positif dan Negatif	5-41
5.5	Aspek Finansial	5-42
5.5.1	Estimasi Penghasilan	5-42
5.5.2	Perhitungan Depresiasi	5-49
5.5.3	Nilai Harga Pokok Penjualan	5-50
5.5.4	Nilai Laba Bersih Setelah Pajak	5-51
5.5.5	Nilai Saldo Akhir Kas	5-52
5.5.6	Nilai Aktiva dan Passiva	5-53
5.5.7	Penilaian Investasi	5-54
5.5.7.1	Analisis <i>Net Present Value</i> (NPV)	5-54
5.5.7.2	Analisis <i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	5-55
5.5.7.3	Analisis <i>Profitability Index</i> (PI)	5-57
5.5.7.4	Analisis <i>Payback Period</i> (PP)	5-58
5.5.7.5	Analisis <i>Break Event Point</i> (BEP)	5-59
5.5.8	Analisis Sensitivitas	5-61
5.5.9	Analisis Resiko dan Pemecahannya	5-66
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1	Kesimpulan	6-1
6.2	Saran.....	6-4
DAFTAR PUSTAKA		xx

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Aspek Kelayakan	2-4
Tabel 4.1	Data Permintaan Spa Kompetitor Tahun 2004-2005 (Orang/Bulan)..	4-3
Tabel 4.2	Data Permintaan Refleksi Kompetitor Tahun 2004-2005 (Orang/Bulan)	4-3
Tabel 4.3	Pembagian Jumlah Kuesioner	4-7
Tabel 4.4	Usia Responden Saat Ini	4-8
Tabel 4.5	Pendidikan Terakhir Responden	4-9
Tabel 4.6	Pekerjaan Responden Saat ini	4-10
Tabel 4.7	Pendapatan Responden/Bulan	4-11
Tabel 4.8	Pengalaman Responden Melakukan Spa	4-12
Tabel 4.9	Besarnya Anggaran/Bulan untuk Perawatan Spa.....	4-13
Tabel 4.10	Tujuan Responden Datang ke Tempat Relaksasi Spa.....	4-14
Tabel 4.11	Sumber Pengenalan Tempat Relaksasi Spa.....	4-15
Tabel 4.12	Tempat Relaksasi yang Pernah Dikunjungi Responden	4-16
Tabel 4.13	Distribusi Responden Milik Relaksasi Spa/Bulan	4-17
Tabel 4.14	Biaya 1 kali Perawatan	4-18
Tabel 4.15	Waktu Responden Biasanya Melakukan Relaksasi Spa.....	4-19
Tabel 4.16	Pilihan Responden untuk Menjadi Pelanggan	4-20
Tabel 4.17	Kesediaan Responden Menunggu untuk Dilayani	4-21
Tabel 4.18	Waktu yang Disediakan Responden untuk Melakukan Spa	4-22
Tabel 4.19	Kesediaan Responden untuk Melakukan Relaksasi Spa di Paskal Hypersquare	4-23
Tabel 4.20	Manfaat Spa Berdasarkan Tingkat Kepentingannya	4-24
Tabel 4.21	Kekurangan Kompetitor / Tempat Spa yang Pernah Dikunjungi Responden	4-27
Tabel 4.22	Harapan Responden	4-30
Tabel 4.23	Data Peralatan Spa	4-32
Tabel 4.24	Data Perlengkapan dan Interior Spa	4-33

Tabel 4.25 Biaya Bahan Langsung	4-38
Tabel 4.26 Biaya Pabrik	4-39
Tabel 4.27 Biaya per 6 Bulan	4-39
Tabel 4.28 Biaya per 2 Tahun	4-39
Tabel 4.29 Biaya Peralatan Utama	4-40
Tabel 4.30 Upah Tenaga Kerja Langsung	4-40
Tabel 4.31 Upah Tenaga Kerja Tidak Langsung	4-41
Tabel 4.32 Biaya Lain-lain	4-42
Tabel 4.33 Biaya Perlengkapan dan Interior Spa	4-43
Tabel 4.34 Rincian Biaya Pra-Operasional	4-46
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas	5-1
Tabel 5.2 Total Data Permintaan Spa Kompetitor Tahun 2004-2005 (Orang/Bulan)	5-6
Tabel 5.3 Hasil Peramalan Permintaan Massage 5 Tahun Mendatang	5-8
Tabel 5.4 Spesifikasi Bangunan	5-22
Tabel 5.5 Fasilitas yang Akan Diterapkan	5-23
Tabel 5.6 <i>Activity Relationship Worksheet</i> Lantai 1	5-29
Tabel 5.7 <i>Activity Relationship Worksheet</i> Lantai 2	5-33
Tabel 5.8 Jadwal Pelaksanaan Proyek	5-37
Tabel 5.9 Estimasi Pendapatan terhadap Permintaan per Tahun	5-42
Tabel 5.10 Anggaran Biaya	5-43
Tabel 5.11 Biaya Pemasaran	5-43
Tabel 5.12 Biaya Naker	5-44
Tabel 5.13 Biaya Administrasi dan Lain-lain	5-45
Tabel 5.14 Biaya Pabrik	5-46
Tabel 5.15 Biaya yang Dikeluarkan per 6 Bulan	5-47
Tabel 5.16 Biaya yang Dikeluarkan per Tahun	5-48
Tabel 5.17 Biaya yang Dikeluarkan per 2 Tahun	5-48
Tabel 5.18 Biaya Depresiasi Investasi Tetap per Tahun	5-49
Tabel 5.19 Nilai Harga Pokok Penjualan	5-50
Tabel 5.20 Nilai Laba Bersih Setelah Pajak	5-51

Tabel 5.21 Total Kas dalam <i>Cash Flow</i>	5-52
Tabel 5.22 Nilai Aktiva dan Passiva	5-53
Tabel 5.23 <i>Net Present Value</i>	5-54
Tabel 5.24 <i>Internal Rate of Return</i>	5-55
Tabel 5.25 <i>Profitability Index</i>	5-57
Tabel 5.26 <i>Payback Period</i>	5-58
Tabel 5.27 <i>Break Event Point</i> untuk Spa	5-60
Tabel 5.28 <i>Break Event Point</i> untuk Refleksi	5-60
Tabel 5.29 Analisis Sensitivitas	5-61

DAFTAR LAMPIRAN

Validasi Konstruk	L1-1
Kuesioner	L1-18
Hasil Uji Reability	L2-1
Hasil Peramalan Win QSB Refleksi dan Spa.....	L3-1
Estimasi Pendapatan per Bulan	L4-1
Rincian Biaya	L4-3
Surat Ijin Usaha Perdagangan	L5-1
PPRI No. 148 Tahun 2000	L5-22
Tabel Penentuan Jumlah Sampel	
Tabel Nilai r Product Moment	