

ANALISIS KELAYAKAN PENDIRIAN JASA PENCUCIAN

FEASIBILITY STUDY PROJECT of WASHING SERVICE

Jesslyn Octovira Wirajaya¹, Tulus P.Simbolon²
yu3_11ng@yahoo.com

Abstrak

Perusahaan Jasa Pencucian meliputi jasa washing untuk produk garmen dan jasa laundry untuk hotel. Dalam mendirikan Perusahaan Jasa Pencucian ini perlu dilakukan analisis berbagai aspek yang menyangkut kepentingan tersebut. Aspek yang dimaksud meliputi: aspek pasar, aspek teknik, aspek peraturan dan dampak lingkungan, aspek finansial. Berdasarkan analisis aspek pasar, diketahui bahwa potensi pasar yang dimasuki cukup menjanjikan terlihat dari minat yang tinggi dari perusahaan garmen dan hotel untuk menjadi pelanggan, jumlah kompetitor yang sedikit dan ditunjang dengan strategi pemasaran yang sesuai dengan keinginan para pelanggan. Berdasarkan analisis aspek teknik, diketahui bahwa lokasi proyek cukup strategis, sumber daya seperti mesin dan peralatan, jumlah pekerja dan keahlian yang diperlukan cukup tersedia, sehingga jadwal pelaksanaan pendirian proyek yang singkat dapat dilaksanakan. Berdasarkan analisis aspek peraturan dan dampak lingkungan, diketahui bahwa peraturan yang perlu dipenuhi dalam pendirian proyek Jasa Pencucian cukup jelas dan dampak lingkungan yang negatif dapat ditanggulangi sehingga mendukung pendirian proyek Jasa Pencucian. Berdasarkan analisis aspek finansial diperoleh Payback Period selama 1 tahun, nilai NPV > 0, nilai Internal Rate of return (IRR) = 15,3838 % > MARR = 14%. Dari hasil analisis keempat aspek tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa proyek Jasa Pencucian layak untuk direalisasikan.

Kata kunci : feasibility study, market aspect, technique aspect, legal aspect and environmental impact, financial aspect

Abstract

Washing Service Company include of washing service for garment and laundry service for hotel. Founding Washing Service Company needs to do analysis many aspects which concerning importance. These aspects are market aspect, technique aspect, legal aspect and environmental impact and financial aspect. Based on market aspect, known that market potency is potentially that can be seen from high enthusiasm from garment and hotel to be a customers, amount of competitors and supported with marketing strategy that match with customers want. Based on

¹ Jesslyn Octovira Wirajaya, mahasiswa jurusan Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha Bandung

² Tulus P.Simbolon, Dr.Ir.MSc, dosen jurusan Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha Bandung

technique aspect, known that strategic project location, source like machine and tools, amount of workers and needed skill ready enough, so that short project planning schedule can be done. Based on legal aspect and environmental impact, known that rules which is needed to fulfill in founding of Washing Service Company is clear enough and negative environmental impact can be handle so can support founding of Washing Service project. Based on financial aspect analysis, known Payback Period in 1 year, NPV value > 0, IRR value = 15,3838 % > MARR = 14 %. From result of fourth analysis aspects above, can be concluded that Washing Service Project deserve to be realized.

1. Pendahuluan

Dewasa ini banyak dibuka bisnis-bisnis pencucian, seperti *laundry* ataupun *dry & clean*. Selain jasa pencucian *laundry* dan *dry & clean*, terdapat juga jenis jasa pencucian yang biasa disebut *washing*. Jasa pencucian ini biasanya dipakai oleh pabrik-pabrik garmen ataupun tekstil dan juga digunakan oleh hotel-hotel. Permintaan akan jasa pencucian *washing* ini saat ini sedang berkembang di Semarang. Hal ini dilatar belakangi oleh adanya efisiensi dalam bisnis garmen dan hotel. Efisiensi disini maksudnya adalah pemfokusan terhadap bisnis utama dalam garmen maupun hotel. Oleh karena itu, penunjang lainnya seperti pencucian atau *washing* diserahkan atau dikontrakkan kepada pihak lain sehingga investasi dan operasi penunjang berada di luar bisnis utamanya.

Pada umumnya dalam pabrik tekstil unit pencucian telah menyatu dalam proses operasinya sehingga kebanyakan pabrik tekstil tidak perlu menyerahkan proses pencucian ini kepada pihak lain. Dalam hal pabrik garmen, proses pencucian (*washing*) diperlukan setelah produk jadi dihasilkan ataupun sebelum dikirim kepada pemesan. Selain pabrik tekstil dan garment, sebagian hotel juga menggunakan jasa pencucian untuk sprei, sarung bantal, bed cover dan handuk.

Melihat peluang yang tersedia, seorang investor ingin memasuki bisnis pencucian tersebut. Berdasarkan penelitian pendahuluan yang dilakukan melalui pembicaraan dengan pemilik perusahaan garmen dan hotel di daerah sekitar Ungaran, Solo, Sukoharjo dan Semarang mengenai kebutuhan jasa pencucian, dirasakan pembangunan jasa pencucian memiliki prospek yang baik untuk masa yang akan datang, untuk hal mana investor perlu meyakinkan dirinya dengan mengetahui kelayakan pendirian jasa pencucian di daerah tersebut. Atas dasar ini, penulis akan melakukan suatu penelitian kelayakan dengan meninjau aspek pemasaran, aspek teknik, aspek peraturan (legal) dan dampak lingkungan, dan aspek finansial.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Pengertian dan Pentingnya Studi Kelayakan Proyek

Studi kelayakan proyek adalah penelitian tentang dapat tidaknya suatu proyek (biasanya merupakan proyek investasi) dilaksanakan dengan berhasil. Pengertian keberhasilan ini mungkin bisa ditafsirkan agak berbeda-beda. Ada yang menafsirkan dalam artian yang lebih terbatas, ada juga yang mengartikan dalam artian yang lebih luas. Artian yang lebih terbatas, terutama dipergunakan oleh pihak swasta yang lebih berminat tentang manfaat ekonomis suatu investasi. Sedangkan dari pihak pemerintah atau lembaga nonprofit, pengertian menguntungkan bisa dalam arti yang lebih relatif. Pada umumnya suatu studi kelayakan proyek akan menyangkut 3 aspek yaitu manfaat finansial, manfaat ekonomi nasional dan manfaat sosial [4,4].

2.2 Aspek Pasar dan Pemasaran

Evaluasi aspek pasar dan pemasaran menempati urutan pertama dalam pelaksanaan studi kelayakan proyek. Penelitian aspek pemasaran ini bertujuan untuk mengidentifikasi produk yang dibutuhkan konsumen dan mengukur besarnya kebutuhan tersebut. Salah satu syarat agar pemasaran produk dapat berhasil adalah terdapat jumlah permintaan pasar yang cukup untuk menyerap produk tersebut [12, 19].

a. Memperkirakan Persaingan di Pasar

Dalam tatanan ekonomi demokratis, sebagian besar perusahaan biasa yang terjun ke pasar harus bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis dan perusahaan lain yang produknya dapat mensubstitusi produk mereka. Oleh karena itu bagi para investor, gambaran tentang jumlah permintaan pasar yang cukup untuk menampung produk yang akan dihasilkan proyek yang akan mereka bangun saja, dirasakan belum memadai. Hal itu disebabkan karena permintaan pasar itu harus mereka perebutkan dengan perusahaan dalam / luar negeri yang lain. Dengan demikian, dalam evaluasi pasar dan pemasaran perlu dievaluasi aspek persaingan pasar [12, 42].

b. Pasar Potensial dan Pangsa Pasar

Pasar potensial adalah keseluruhan jumlah produk atau sekelompok produk yang mungkin dapat dijual dalam pasar tertentu dalam satu periode tertentu dibawah pengaruh suatu set kondisi tertentu. Pangsa pasar adalah proporsi (sebagian) dari keseluruhan pasar potensial yang diharapkan dapat diraih oleh proyek yang bersangkutan [4, 35].

c. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah proses pengelompokan pasar ke dalam kelompok pembeli yang potensial dengan kebutuhan yang sama dan / atau karakteristik yang disukai serta memperlihatkan hubungan pembelian yang sama pula [3, 83]. Dalam hal ini segmentasi pasar yang digunakan adalah segmentasi pasar industri yang terdiri dari variabel demografi, variabel

operasional, variabel pendekatan pembelian, variabel faktor-faktor situasional, variabel karakteristik pribadi [3, 85].

d. *Targeting*

Targeting adalah proses penyeleksian produk atau pelayanan terbaik sehingga benar – benar berada pada posisi yang terbaik guna mencapai keberhasilan perusahaan.

e. *Positioning*

Penempatan atau *positioning* adalah tindakan merancang produk dan bauran pemasaran agar memberikan kesan tertentu di hati konsumen.

f. *Strategi Pemasaran untuk Perusahaan Jasa*

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mem-pertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain [5, 8]. Pendekatan pemasaran 4P tradisional sering berhasil untuk barang, tetapi berbagai elemen tambahan memerlukan perhatian dalam bisnis jasa. Booms dan Bitner menyarankan tambahan 3P yang terlibat dalam pemasaran jasa : orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), proses (*process*). Pendekatan pemasaran yang dipilih adalah yang sesuai dengan proyek yang akan didirikan, yakni 5P yang terdiri dari *product, price, place, promotion* dan *people* (pelayanan).

2.3 Aspek Teknik

Aspek teknik merupakan suatu aspek yang berkenaan dengan proses pembangunan proyek secara teknis dan pengoperasiannya setelah proyek tersebut selesai dibangun. Berdasarkan analisa ini pula dapat diketahui rancangan awal penaksiran biaya investasi termasuk biaya eksploitasinya. Aspek-aspek yang tercakup dalam analisa aspek teknik adalah sebagai berikut :

1. Lokasi Proyek
2. Luas Produksi
3. Pemilihan Jenis Teknologi dan *Equipment*
4. Layout
5. Perencanaan Pelaksanaan Proyek
6. Struktur Organisasi dan Perencanaan Tenaga Kerja

2.4 Aspek Peraturan dan Dampak Lingkungan

a. *Legal Perusahaan*

Legal perusahaan yang akan disusun berguna untuk menentukan status legalitas perusahaan, sehingga perusahaan mendapatkan perizinan dari pemerintah yang bersangkutan. Legal perusahaan tersebut yaitu : bentuk badan usaha, pendirian badan usaha, pemilik dan permodalan dan perizinan. Bentuk dari legalitas badan usaha dibagi menjadi 3 golongan, yaitu usaha perorangan, tidak berbentuk badan hukum, berbentuk badan hukum.

b. *Social Profitability Aspect (SPA)*

Social profitability aspect (SPA) merupakan analisis mengenai dampak lingkungan yang membahas tentang dampak positif dan negatif yang akan ditimbulkan oleh perusahaan / proyek yang akan didirikan serta alternatif-alternatif untuk menanggulangi dampak negatif yang mungkin timbul.

2.5 Aspek Finansial

Dalam studi kelayakan-an proyek, evaluasi aspek keuangan baru dilakukan setelah evaluasi aspek-aspek lain rencana investasi proyek telah selesai. Hal itu disebabkan karena banyak keputusan dan analisis aspek keuangan, belum dapat dilakukan sebelum berbagai macam keputusan penting aspek-aspek tertentu diambil [12, 96].

a. *Jumlah Anggaran Investasi dan Sumber Pembiayaan Proyek*

Jumlah dana yang diperlukan untuk membangun dan mengoperasikan proyek, dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu modal tetap (*fixed investment*) dan modal kerja awal neto (*net initial working capital*) [12, 97]. Pembangunan dan pengoperasian proyek dapat dibiayai dengan dua sumber pembiayaan utama, yaitu dana sendiri (*equity investment*) dan pinjaman dari pihak ketiga (*project financing*) [12, 105].

b. *Rencana Umum*

Keseluruhan biaya administrasi, biaya operasional, biaya energi, biaya pabrik, yang meliputi biaya alat tulis kantor, biaya perlengkapan medis, biaya alat rumah tangga, biaya perbaikan gedung, biaya tenaga kerja, dan biaya lainnya.

c. *Rencana Penjualan*

Rencana penjualan diperoleh berdasarkan pangsa pasar yang telah ada yang merupakan hasil dari analisis pasar. Dari rencana penjualan ini dapat digunakan sebagai alat bantu dalam pembuatan laporan keuangan.

d. *Laporan Keuangan*

Laporan keuangan merupakan laporan akuntansi yang menghasilkan informasi bagi pemakai [13, 24]. Laporan keuangan terdiri dari Laporan Laba Rugi, Neraca dan Laporan Arus Kas.

e. *Kelayakan Proyek secara Finansial*

Metode – metode yang dipergunakan antara lain :

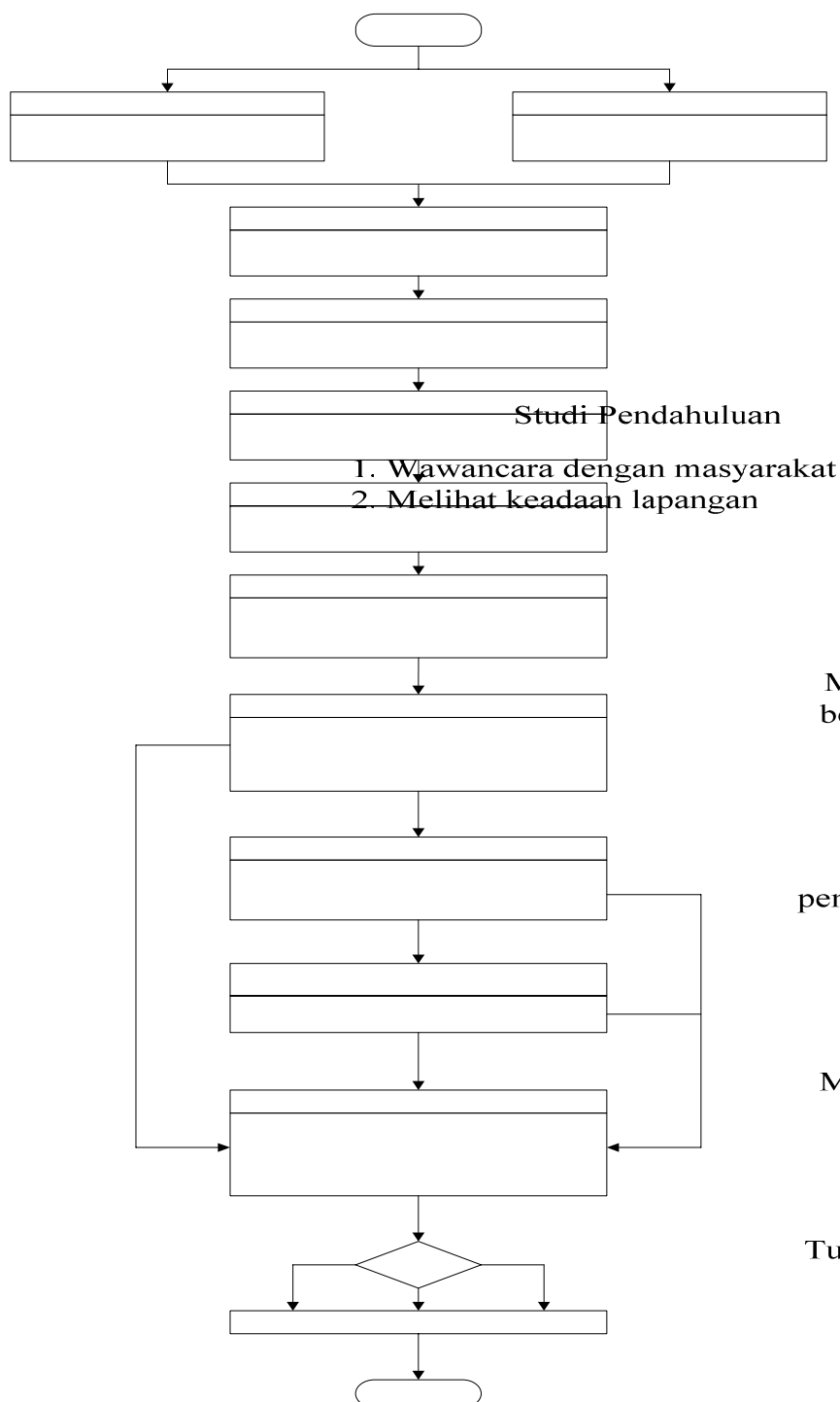
- *Net Present Value (NPV)*, merupakan selisih antara nilai saat ini (*present value*) seluruh *net cash flow* tahunan yang akan diterima investor selama umur ekonomis proyek dan nilai (anggaran) investasi proyek [12, 118]. Jika NPV positif atau $NPV > 0$ maka proyek yang direncanakan layak, sebaliknya jika NPV negatif atau $NPV < 0$ maka proyek yang direncanakan tidak layak.
- *Internal Rate of Return (IRR)*, adalah cara mengevaluasi profitabilitas rencana investasi proyek kedua, yang mempergunakan nilai waktu uang. Jika IRR lebih besar dari pada

tingkat bunga yang digunakan sebagai biaya modal maka proyek yang direncanakan layak, begitu sebaliknya jika IRR lebih kecil dari pada tingkat bunga yang digunakan sebagai biaya modal maka proyek yang direncanakan tidak layak.

- *Profitability Index (PI)*, merupakan cara lain lagi untuk mengukur profitabilitas rencana proyek. Dalam metode ini, profitabilitas dicari dengan jalan membandingkan jumlah *present value net cash flow* dan *salvage value* dengan nilai investasi proyek [12, 122]. Jika angka PI lebih dari satu maka rencana investasi proyek dikatakan layak.
- *Payback Period*, merupakan waktu yang diperlukan proyek untuk menghimpun dana intern (*net cash flow*) guna mengembalikan jumlah dana yang telah diinvestir dalam proyek. Semakin pendek *payback period*, semakin kecil resiko investasi yang dihadapi investor [12, 115]. Kalau periode *payback* ini lebih pendek daripada yang disyaratkan maka proyek dikatakan menguntungkan, sedangkan kalau lebih lama maka proyek ditolak.
- *Sensitivity Analysis (Analisis Kepekaan)*, yang mengkaji tingkat kepekaan proyek terhadap perubahan faktor atau faktor - faktor tertentu, yaitu faktor *intern* dan *ekstern* perusahaan.

3. Metodologi Penelitian

3.1 Langkah – Langkah Penelitian



Gambar Langkah-langkah Penelitian

I
Mengidentifikasi
berdiri berdas

Pemb
Pembatasan
penelitian menj
dari per

P

Merumuskan m

Tujuan peneliti

I

1. Penyebaran K
2. Data Kompeti
3. Kebutuhan Pe

Pengolahan

1. Analisis Kom

4. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilaksanakan melalui survey dan wawancara kepada calon investor dan calon pelanggan / konsumen. Dari wawancara kepada calon investor diketahui lokasi pendirian proyek sehingga dapat diketahui pula jumlah kompetitor dan data kompetitor yang ada di daerah sekitar pendirian proyek. Selain itu juga didapatkan data jenis dan kapasitas mesin yang digunakan, data harga mesin, data jenis dan harga bahan kimia yang digunakan dan data konsumen. Dari wawancara kepada calon pelanggan / konsumen diketahui data permintaan dan pembagian presentase kebutuhan mencuci. Pengumpulan data lainnya yaitu dengan menentukan profil pasar yang terdiri dari segmentasi, *targeting* dan *positioning*.



Gambar Peta Lokasi Pendirian Proyek

Tabel Data Permintaan (Demand) tiap Kompetitor (dalam satuan unit)

Bulan	Kompetitor 1 (Rudpans)	Kompetitor 2 (APAC)
Januari	450,000	430,000
Februari	410,000	420,000
Maret	430,000	390,000
April	400,000	410,000
Mei	230,000	220,000
Juni	180,000	200,000
Juli	190,000	190,000
Agustus	250,000	240,000
September	330,000	300,000
Oktober	310,000	330,000
November	350,000	360,000
Desember	470,000	460,000
Total	4,000,000	3,950,000

Tabel Data Harga / Biaya Pencucian (*Washing*) tiap Kompetitor

Jenis <i>Washing</i>	Kompetitor 1 (Rudpans)	Kompetitor 2 (APAC)
Garments Wash	Rp 800	Rp 800
Enzyme Wash	Rp 2,000	Rp 1,950
Silicon Wash	Rp 1,200	Rp 1,200
Sand Wash	Rp 2,500	Rp 2,500
Enzyme Stone Wash	Rp 3,500 – Rp 4,500	Rp 3,200 – Rp 4,200
Enzyme Stone Bleach	> Rp 4,500	> Rp 4,200

5. Pengolahan Data dan Analisis

Pada pengolahan data dan analisis ini akan dilakukan pengolahan dan analisis terhadap empat aspek, yaitu : aspek pasar, aspek teknik, aspek legal dan dampak lingkungan dan aspek finansial.

5.1 Aspek Pasar

Berdasarkan pengolahan data dan analisis aspek pasar diperoleh :

- Segmentasi yaitu industri yang memiliki relasi bisnis dengan calon investor, industri pengguna jasa *washing* dan jasa *laundry* (pencucian), industri yang menggunakan jasa secara kontinu dan letak industri yang masih berada dalam radius 100 km dari lokasi pendirian Jasa Pencucian
- Targeting yaitu perusahaan garmen dan hotel
- Positioning yaitu memberikan pelayanan yang lebih baik dari perusahaan *washing* lainnya dalam hal kualitas (*quality*), biaya (*cost*), pengiriman (*delivery*) dan pelayanan (*service*)
- Strategi pemasaran berdasarkan *Marketing Mix* yang digunakan yaitu *product, price, place, promotion* dan *people* (pelayanan)
- Jumlah demand pencucian per tahun untuk produk garmen sebanyak 5.280.860 unit dan untuk hotel sebanyak 235.227 unit

Dari hasil pengolahan dan analisis tersebut diketahui bahwa proyek Jasa Pencucian memiliki peluang pasar yang menjanjikan sehingga dapat dilanjutkan untuk dilakukan pengolahan data dan analisis aspek teknik. Hal tersebut menimbang pada :

- Minat yang tinggi dari perusahaan garmen dan hotel untuk menjadi pelanggan
- Permintaan yang cukup tinggi setiap bulannya
- Strategi pemasaran yang sesuai dengan keinginan para pelanggan

Tabel Jumlah Demand Pencucian untuk Garmen (per tahun dalam unit)

No	Perusahaan	Demand
1	PT. INTI SUKSES GARMINDO (ISG)	1,013,925
2	PT. RISMAN DAEWOO APPAREL	168,988
3	PT. GOLDEN FLOWER	517,524
4	PT. CITRA CEMERLANG INDO GARMENT	274,605
5	PT. SRI REJEKI ISMAN (SRITEX GROUP)	1,161,789
6	PT. UNGARAN SARI GARMENT	1,003,363
7	PT. PANJI GARMENT I	190,111
8	PT. PANJI GARMENT II	237,639
9	PT. PANAMA VIESTA GARMENT INDUSTRY	306,290
10	PT. DAN LIRIS BATIK KERIS	406,626
	TOTAL	5,280,860

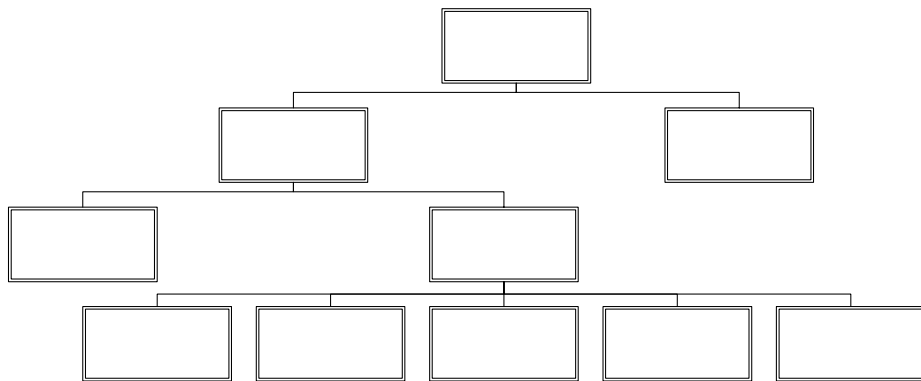
Tabel Jumlah Demand Pencucian untuk Hotel (per tahun dalam unit)

No	Hotel	Total
1	Ciputra Hotel	62,376
2	Horison Hotel	61,431
3	Pandanaran Hotel	58,048
4	Alam Indah Hotel	53,372
	TOTAL	235,227

5.2 Aspek Teknik

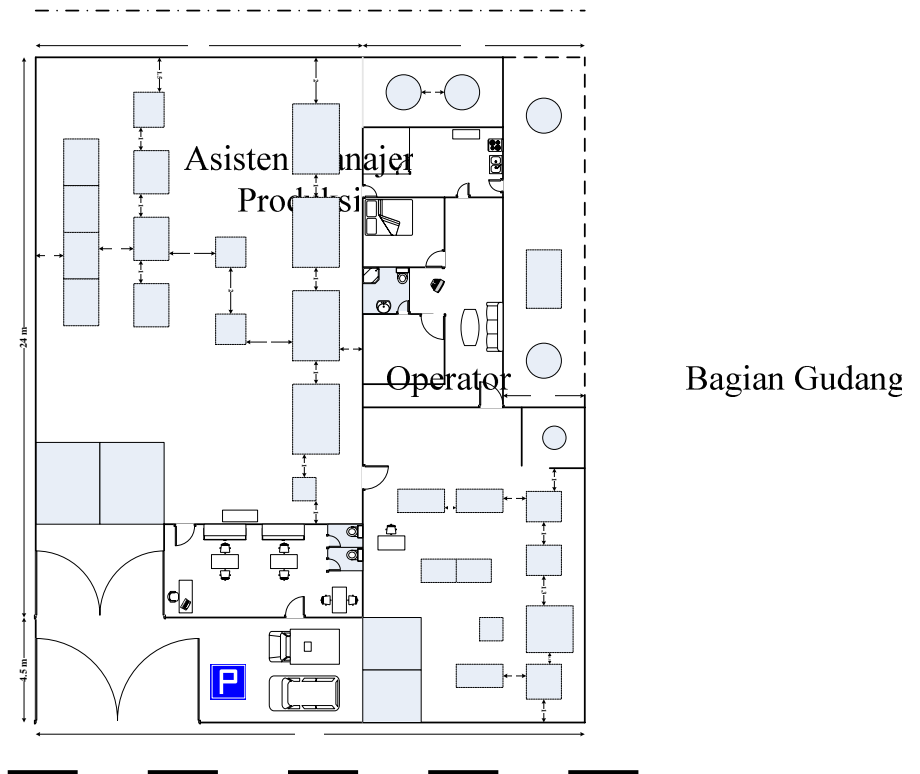
Berdasarkan pengolahan data dan analisis aspek teknik, maka proyek Jasa Pencucian (*Washing*) dapat dilanjutkan untuk dilakukan pengolahan data dan aspek peraturan (legal) dan dampak lingkungan. Hal tersebut menimbang pada :

- Peninjauan lapangan yang sesuai untuk pembangunan proyek
- Lokasi yang cukup strategis dan jumlah kompetitor yang masih sedikit
- Sumber daya yang digunakan dapat diperoleh, khususnya mengenai Sumber Daya Manusia diperlukan tenaga kerja sebanyak 31 orang dengan keahlian masing-masing cukup tersedia
- Layout yang digambarkan cukup efisien
- Pendirian proyek Jasa Pencucian (*Washing*) dalam waktu antara 6 – 7 bulan sesuai dengan keinginan investor



Gambar Struktur Organisasi Perusahaan

Manajer Produksi



Bagian Gudang

Gambar Layout Perusahaan Jasa Pencucian

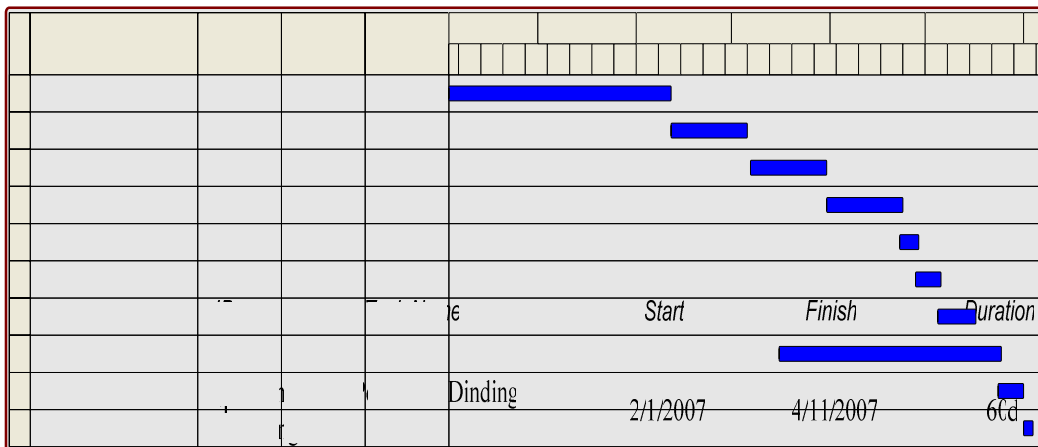
14 m

M Dryer

QC & Packing

M Dryer Jumbo

QC & Packing



2 Pembuatan Atap Bangunan 5/5/2007 21d

5.3 Aspek Legal dan Dampak Lingkungan

Berdasarkan pengolahan data dan analisis aspek peraturan (legal) dan dampak lingkungan, diperoleh bahwa peraturan (legal) yang perlu dipenuhi yaitu: 1. IMB (Izin Mendirikan Bangunan), Izin Gangguan (HO), IUI (Izin Usaha Industri), SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) dan TDP (Tanda Daftar Perusahaan). Untuk menanggulangi dampak negatif terhadap lingkungan yang ditimbulkan dari pendirian proyek Jasa Pencucian, disediakan fasilitas *water treatment* untuk menetralkan limbah cair yang dibuang dalam proses pencucian. Dengan demikian dampak negatif dari pendirian Jasa Pencucian dapat ditanggulangi dan aspek legal dapat diatasi sehingga dapat dilanjutkan untuk dilakukan pengolahan data dan aspek finansial.

8 Pemesanan Mesin 5/16/2007 7/24/2007 60d

5.4 Aspek Finansial

Berikut adalah jumlah anggaran biaya pembangunan proyek, perkiraan rugi laba, total *cash* dalam *Cash Flow* dan aktiva dan pasiva dalam neraca.

10 Trial & Persiapan Penganggaran Biaya 8/1/2007 8/3/2007 3d

No	Jenis Investasi	Nilai Investasi
1	Tanah dan Bangunan	Rp 950,000,000.00
2	Mesin - Mesin	Rp 1,712,950,000.00
3	Kendaraan	Rp 290,000,000.00
4	Peralatan	Rp 17,250,000.00
5	Biaya Instalasi	Rp 150,000,000.00
6	Surat Izin Usaha	Rp 2,000,000.00
7	Biaya Perlengkapan Lain	Rp 8,277,000.00
8	Modal Kerja Disiapkan	Rp 420,000,000.00
		Rp 3,550,477,000.00

Tabel Perkiraan Rugi Laba

Periode		Rugi - Laba
Tahun 1	Bulan 1	Rp 94,673,366.57
	Bulan 2	Rp 211,333,751.45
	Bulan 3	Rp 181,723,751.45
	Bulan 4	Rp 237,533,959.96
	Bulan 5	Rp 258,533,959.96
	Bulan 6	Rp 324,210,652.45
	Bulan 7	Rp 303,061,552.45
	Bulan 8	Rp 324,210,652.45
	Bulan 9	Rp 324,210,652.45
	Bulan 10	Rp 303,210,652.45
	Bulan 11	Rp 324,210,652.45
	Bulan 12	Rp 324,210,652.45
Tahun 2		Rp 3,583,638,729.39
Tahun 3		Rp 3,583,638,729.39
Tahun 4		Rp 3,583,638,729.39
Tahun 5		Rp 3,583,638,729.39

Tabel Total Cash dalam Cash Flow

Periode	Total Cash
Bulan 0	Rp 420,000,000.00
Bulan 1	Rp 537,736,316.57
Bulan 2	Rp 772,133,018.02
Bulan 3	Rp 976,919,719.46
Bulan 4	Rp 1,237,516,629.42
Bulan 5	Rp 1,519,113,539.38
Bulan 6	Rp 1,866,387,141.83
Bulan 7	Rp 2,192,511,644.28
Bulan 8	Rp 2,539,785,246.73
Bulan 9	Rp 2,887,058,849.17
Bulan 10	Rp 3,213,332,451.62
Bulan 11	Rp 3,560,606,054.07
Bulan 12	Rp 3,907,879,656.52
Tahun 2	Rp 7,768,273,785.91
Tahun 3	Rp 11,628,667,915.30
Tahun 4	Rp 15,489,062,044.69
Tahun 5	Rp 19,349,456,174.07

Tabel Aktiva dan Pasiva dalam Neraca

Periode	Aktiva	Pasiva
Bulan 0	Rp 3,550,477,000.00	Rp 3,550,477,000.00
Bulan 1	Rp 3,645,150,366.57	Rp 3,645,150,366.57
Bulan 2	Rp 3,856,484,118.02	Rp 3,856,484,118.02
Bulan 3	Rp 4,038,207,869.46	Rp 4,038,207,869.46
Bulan 4	Rp 4,275,741,829.42	Rp 4,275,741,829.42
Bulan 5	Rp 4,534,275,789.38	Rp 4,534,275,789.38
Bulan 6	Rp 4,858,486,441.83	Rp 4,858,486,441.83
Bulan 7	Rp 5,161,547,994.28	Rp 5,161,547,994.28
Bulan 8	Rp 5,485,758,646.73	Rp 5,485,758,646.73
Bulan 9	Rp 5,809,969,299.17	Rp 5,809,969,299.17
Bulan 10	Rp 6,113,179,951.62	Rp 6,113,179,951.62
Bulan 11	Rp 6,437,390,604.07	Rp 6,437,390,604.07
Bulan 12	Rp 6,761,601,256.52	Rp 6,761,601,256.52
Tahun 2	Rp 10,345,239,985.91	Rp 10,345,239,985.91
Tahun 3	Rp 13,928,878,715.30	Rp 13,928,878,715.30
Tahun 4	Rp 17,512,517,444.69	Rp 17,512,517,444.69
Tahun 5	Rp 21,096,156,174.07	Rp 21,096,156,174.07

Berdasarkan pengolahan data dan analisis aspek finansial, maka proyek Jasa Pencucian (*Washing*) dapat direalisasikan untuk dibangun. Hal tersebut menimbang pada :

- Memiliki nilai *Net Present Value (NPV)* > 0 , yaitu Rp 10.029.517.435,39
- Menghasilkan nilai *Internal Rate of return (IRR)* $>$ MARR yaitu 15,3838 %
- Memiliki *Payback Period* yang singkat yaitu selama 1 tahun, dimana hal ini sangat sesuai dengan harapan investor
- Memiliki alternatif pemecahan untuk resiko yang mungkin terjadi

6. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari pengolahan data dan analisis adalah sebagai berikut :

1. Pasar memberikan peluang yang baik untuk berinvestasi
2. Secara teknis tidak ada kesulitan dalam memperoleh sumber daya yang digunakan dalam proyek Jasa Pencucian
3. Surat Izin dan hal lainnya dapat diatasi sendiri
4. Pendirian Proyek Jasa Pencucian dapat memberikan pengembalian yang diharapkan sehingga proyek tersebut merupakan rencana investasi yang layak

7. Daftar Pustaka

- [1] Apple, James M.; 1990, *Tataletak Pabrik dan Pemindahan Bahan*, Edisi Ketiga, ITB
- [2] Djaslim Saladin, Drs.; 2003, *Intisari Pemasaran & Unsur-Unsur Pemasaran*, Cetakan Ketiga, CV Linda Karya
- [3] Djaslim Saladin, Drs.; 2002, *Manajemen Pemasaran*, CV Linda Karya
- [4] Husnan, Suad.; 2000, *Analisis Kelayakan Proyek*, Edisi ke-4, UPP AMP YKPN
- [5] Kotler, Philip.; 1997, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 1, PT Prenhallindo
- [6] Kotler, Philip.; 1997, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 2, PT Prenhallindo
- [7] Muis, Rudijanto ; 2004, *Diktat Kuliah Analisis Data Statistik*, Universitas Kristen Maranatha
- [8] Niswonger, C. Rollin, Fess & Warren ; 1999, *Prinsip-Prinsip Akuntansi*, Edisi 16, Jilid 2, Erlangga
- [9] Pujawan, I Nyoman ; 2003, *Ekonomi Teknik*, Prima Printing
- [10] Suandy, Erly ; 2006, *Perpajakan*, Edisi Kedua, Salemba Empat
- [11] Sugiyono ; 2002, *Metode Penelitian Bisnis*”, CV Alfabeta
- [12] Sutojo, Siswanto ; 2000, *Studi Kelayakan Proyek*, Cetakan Pertama, PT Damar Mulia Pustaka
- [13] Warren, Carl S, Reeve, Fess ; 2005, *Pengantar Akuntansi*, Edisi Dua Puluh Satu, Salemba Empat