

ANALISIS KELAYAKAN PENDIRIAN SALON MOBIL

FEASIBILITY STUDY PROJECT of CAR SALOON

Maria Sellyna¹, Yulianti², Ie Vie Mie³

maria_nisca@yahoo.com, yulianti@eng.maranatha.edu, vidi@indo.net.id

Abstrak

Alat transportasi adalah hal yang sangat penting bagi semua orang. Sekarang ini banyak orang yang menggunakan mobil, karena memiliki kelebihan tersendiri. Para pengguna mobil sering menggunakan jasa salon mobil untuk merawat mobil. Berdasarkan pembicaraan dengan beberapa pemilik mobil yang tinggal di Taman Kopo Indah, diketahui bahwa pembangunan salon mobil memiliki prospek yang baik. Dalam mendirikan salon mobil perlu dilakukan analisis kelayakan proyek yang meliputi aspek pasar, aspek hukum dan sosial, aspek teknik dan aspek finansial. Berdasarkan analisis aspek pasar dapat diketahui rata-rata pangsa pasar yang dapat diraih yaitu 76,8% lebih besar dari hasil peramalan, hal ini berarti pasar menginginkan semua pelayanan. Berdasarkan analisis aspek hukum dan sosial, dapat diketahui bahwa salon mobil ini dapat memenuhi semua aspek hukum dan dapat mengatasi dampak negatif terhadap lingkungan. Berdasarkan analisis aspek teknik, dapat diketahui bahwa peralatan, sumber daya manusia, bahan baku yang dibutuhkan dapat tersedia, serta rencana pembangunan proyek yang direncanakan dapat terlaksana. Berdasarkan analisis aspek finansial, jika dihitung dengan investasi tanah menghasilkan Net Present Value (NPV) yang negatif ($NPV < 0$) sebesar Rp -465.211.600,00 untuk jangka waktu 5 tahun, nilai Internal Rate Of Return (IRR) $> MARR$ ($7,79\% > 7,5\%$), sehingga selisih nilai IRR dan MARR sangat kecil yaitu sebesar 0,29%, nilai Profitability Index (PI) < 1 ($0,85 < 1$) dan Payback Periode (PP) selama 7 tahun 8 bulan, melebihi jangka waktu yang diinginkan investor yaitu 5 tahun. Apabila proyek dihitung tanpa investasi tanah dapat diketahui nilai NPV yang positif ($NPV > 0$) sebesar Rp 249.788.400,00 untuk jangka waktu 5 tahun, nilai IRR $>$ dari MARR ($28,87\% > 7,5\%$), nilai PI > 1 ($1,11 > 1$) dan PP selama 3 tahun 6 bulan, sesuai dengan umur investasi yang diinginkan investor. Berdasarkan analisis kelayakan proyek tersebut, disimpulkan bahwa proyek ini tidak layak untuk direalisasikan jika dihitung dengan investasi tanah. Jika proyek dilaksanakan dengan tidak memperhitungkan investasi tanah maka proyek ini layak untuk direalisasikan.

¹ Maria Sellyna, mahasiswa jurusan Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha Bandung

² Yulianti, ST.,MT., dosen jurusan Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha Bandung

³ Ie Vie Mie, ST.,MT., dosen jurusan Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha Bandung

Abstract

Transportation is an important thing for everyone. Nowadays, some people use cars, because car has own excess. Car user often use car saloon to take care their car. Based on interviewed with car users who live in Taman Kopo Indah, we can know that establishment for car saloon has a good project. To build car saloon, we have to do feasibility study project which include market aspect, legal and social aspect, technique aspect and financial aspect. Based on market aspect analysis, we can know that market segment which can reach is 76,8% bigger than forecast result, it means the market wants all of the services. Based on legal and social analysis, we can know that car saloon could complete all of legal aspect and could overcome all of negative impact to the environment. Based on technique aspect analysis, we can know that all of equipments, human resources, material could be served and project development which has been planned could be realized. Based on financial aspect analysis, if this project is accounted with land investment could produce Net Present Value (NPV) with negative score ($NPV < 0$), the score is Rp -465.211.600,00 for 5 years, Internal Rate Of Return (IRR) > MARR (7,79% > 7,5%), so that differences score between IRR and MARR is a little, the amount is 0,29%, Profitability Index (PI) < 1 ($0,85 < 1$) and Payback Period (PP) for 7 years 8 months, that exceeded the period from the investor, the periode is 5 years. If this project is not accounted with land investment, can be known Net Present Value (NPV) with positive score ($NPV > 0$), the score is Rp 249.788.400,00 for 5 years, Internal Rate Of Return (IRR) > MARR (28,87% > 7,5%), Profitability Index (PI) > 1 ($1,11 > 1$) and Payback Period (PP) for 3 years 6 months, same with the investor's needs. Based on the feasibility study of this project, can be summarized this project can't be realized if this project is accounted with land investment. But if this project isn't accounted with land investment so this project can be realized.

1. Pendahuluan

Alat transportasi adalah hal yang sangat penting bagi semua orang karena alat transportasi dapat membantu orang-orang untuk berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain. Saat ini banyak orang yang memiliki kendaraan pribadi, hal ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya kendaraan pribadi yang berada di jalan raya. Jenis kendaraan pribadi yang biasa dimiliki oleh masyarakat umum antara lain mobil, motor, dan sepeda.

Sekarang ini banyak orang yang menggunakan mobil, karena apabila dilihat dari segi keamanan dan kenyamanan mobil memiliki kelebihan tersendiri. Melihat frekuensi pemakaian mobil yang cukup tinggi, maka dibutuhkanlah perawatan mobil. Perawatan mobil ini berguna untuk menjaga mobil agar tetap memiliki kondisi yang baik. Para pemilik mobil biasanya tidak melakukan perawatan ini sendiri, karena perawatan mobil ini membutuhkan peralatan dan formula yang khusus, serta membutuhkan waktu yang cukup lama.

Banyaknya kesibukan atau aktivitas yang dimiliki oleh para pemilik mobil, menyebabkan mereka tidak memiliki waktu untuk merawat mobil. Dengan keterbatasan waktu yang dimiliki, maka seringkali mereka menggunakan jasa cuci dan salon mobil untuk merawat mobil. Dengan adanya salon mobil, maka secara otomatis akan mempermudah pemilik mobil untuk merawat mobil.

Daerah Taman Kopo Indah dan sekitarnya merupakan daerah yang dipadati oleh penduduk, baik penghuni daerah tersebut maupun orang yang bekerja di daerah tersebut. Ini berarti di daerah ini banyak terdapat orang-orang yang memiliki tingkat kesibukan tinggi. Berdasarkan pembicaraan dengan beberapa penduduk di Taman Kopo Indah yang memiliki mobil dan pengguna mobil yang melewati daerah tersebut, dapat diketahui bahwa mereka memerlukan salon mobil untuk merawat mobil. Dengan adanya salon mobil yang jaraknya tidak begitu jauh, baik dari tempat tinggal maupun dari tempat bekerja, maka para pemilik mobil dapat merawat mobilnya tanpa mengganggu aktivitas mereka.

Melihat hal tersebut, dimana pembangunan salon mobil memiliki prospek yang baik maka investor harus meyakinkan dirinya akan pembangunan salon mobil di kawasan tersebut.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Pengertian Studi Kelayakan Proyek

Studi kelayakan proyek adalah penelitian tentang dapat tidaknya suatu proyek (biasanya merupakan proyek investasi) dilaksanakan dengan berhasil. Pengertian berhasil ini mungkin bisa ditaksirkan berbeda-beda. Ada yang menafsirkan dalam artian yang terbatas, dan ada juga yang mengartikan dalam arti yang lebih luas. Artian yang terbatas, terutama yang dipergunakan oleh pihak swasta yang lebih berminat tentang manfaat ekonomis suatu investasi. Sedangkan dari pihak pemerintah, atau lembaga non profit, pengertian menguntungkan bisa dalam arti yang lebih relatif. Mungkin dipertimbangkan berbagai faktor seperti manfaat bagi masyarakat luas yang bisa berwujud penyerapan tenaga kerja, pemanfaatan sumber daya alam yang melimpah, dan sebagainya [5,4].

Pada umumnya suatu studi kelayakan proyek akan menyangkut 3 aspek penting, yaitu [5,4]:

- ❖ Manfaat ekonomis proyek tersebut bagi proyek itu sendiri (sering juga disebut sebagai manfaat finansial). Yang berarti apakah proyek tersebut dipandang cukup menguntungkan apabila dibandingkan dengan resiko proyek tersebut.
- ❖ Manfaat ekonomis proyek tersebut bagi negara tempat proyek dilaksanakan (sering juga disebut sebagai manfaat ekonomis nasional). Yang menunjukkan manfaat proyek tersebut bagi ekonomi makro suatu negara.

- ❖ Manfaat sosial proyek tersebut bagi masyarakat sekitar proyek tersebut.

Semakin sederhana proyek yang akan dilaksanakan, semakin sederhana pula lingkup penelitian yang akan dilakukan. Bahkan banyak proyek investasi yang mungkin tidak pernah dilakukan studi kelayakan secara formal, tetapi ternyata kemudian terbukti berjalan dengan baik.

2.2 Aspek Pasar

Pasar menurut para ahli, merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Selain itu menurut Stanton, pasar adalah kumpulan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi ada tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar, yaitu orang dengan segala keinginannya, daya belinya, serta tingkah laku dalam pembelannya [10,35].

Dalam aspek pasar juga dikenal istilah pasar potensial, dan sales potensial. Pasar potensial adalah keseluruhan jumlah produk atau sekelompok produk yang mungkin dapat dijual dalam pasar tertentu dalam satu periode tertentu di bawah pengaruh suatu set kondisi tertentu. Satu set kondisi tertentu di sini meliputi variabel yang dapat dikontrol oleh calon investor yakni "*marketing mix*" dan kemampuan manajemen lainnya. Sedangkan yang tidak bisa dikontrol adalah kondisi perekonomian [5,35].

Sedangkan *sales* potensial adalah proporsi (sebagian) dari keseluruhan pasar potensial yang diharapkan dapat diraih oleh proyek yang bersangkutan [5,35].

2.2.1 Segmentasi, Target, Posisi

Pasar terdiri dari penjual dan pembeli yang berbeda dalam banyak hal (bersifat heterogen). Produk yang dihasilkan badan usaha tidak mungkin dapat memuaskan seluruh kebutuhan dan keinginan pasar. Hal ini dikarenakan keterbatasan (sumber daya, kemampuan, dan lain-lain) yang dimiliki badan usaha. Karena itu, badan usaha harus memilih pasar yang dapat dan menguntungkan untuk dilayani. Jadi segmentasi pasar didefinisikan sebagai usaha untuk membagi-bagi pasar yang heterogen ke dalam kelompok-kelompok yang lebih homogen.

Setelah mengidentifikasi peluang-peluang segmen pasarnya maka langkah berikutnya adalah mengevaluasi segmen-segmen tersebut dan kemudian memutuskan berapa banyak segmen dan segmen mana saja yang akan dibidik.

Positioning merupakan tindakan untuk merancang penawaran dan citra perusahaan sehingga menempati posisi kompetitif yang berarti dan berbeda dalam benak pelanggan sasaran.

2.2.2 Marketing Mix

Jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, pelanggan sering kali hadir pada lokasi penyediaan jasa, dan berinteraksi langsung dengan

orang-orang perusahaan yang sebenarnya termasuk dalam proses penyampaian jasa. *Marketing mix* terdiri atas 7P yaitu :

1. Product

Yang dimaksud produk disini adalah jasa.

2. Price

Price merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk. Sebagai imbalannya konsumen mengharapkan mutu produk sesuai harga yang diberikan.

3. Place

Tempat tidak hanya menekankan pada lokasi perusahaan tetapi juga mengenai *accessibility* dan *availability*. Lokasi yang strategis memang akan menguntungkan perusahaan, sedangkan *accessibility* dan *availability* dimaksudkan untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk memperoleh jasa perusahaan.

4. Promotion

Promosi merupakan usaha-usaha yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan dan memelihara komunikasi yang bertujuan untuk menarik perhatian pasar sasarannya melalui pendayagunaan sumber daya yang dimilikinya agar tercapai tujuan jangka panjang dan jangka pendek.

5. People

People dalam hal ini dibagi menjadi 2 (dua) aspek, yaitu :

- Orang-orang yang melakukan fungsi produksi dan operasional dalam organisasi jasa.
- Aspek lain adalah hubungan di antara pelanggan.

6. Physical Evidence

Physical Evidence ini merupakan hal-hal secara nyata turut mempengaruhi kepuasan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Unsur-unsur yang termasuk dalam *Physical Evidence* adalah lingkungan fisik (*furniture*, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lain yang disatukan dengan jasa yang diberikan seperti tiket, brosur, kartu, label, dan lain-lain)

7. Process

Elemen proses ini mengartikan suatu usaha perusahaan dalam menjalankan dan melakukan aktivitasnya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya.

2.2.3 Strategi Bersaing dalam Pemasaran

1. Strategi Pemimpin Pasar
2. Strategi Penantang Pasar
3. Strategi Pengikut Pasar
4. Strategi Perelung Pasar

2.3 Aspek Teknik

Bila berdasarkan analisa aspek pasar, suatu proyek memiliki kesempatan pemasaran yang memadai untuk suatu jangkauan waktu yang

relatif panjang, maka tahapan berikutnya yang perlu dilakukan adalah analisis aspek teknik dari proyek yang bersangkutan [5,110].

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

Beberapa pertanyaan utama yang perlu mendapat jawaban dari aspek teknik adalah :

- Lokasi proyek, yakni dimana suatu proyek akan didirikan.
- Seberapa besar skala operasi/luas produksi.
- Kriteria pemilihan mesin dan peralatan.
- Bagaimana proses produksi dilakukan dan layout pabrik yang dipilih.
- Apakah teknologi yang diusulkan cukup tepat, termasuk di dalamnya pertimbangan variabel sosial.
- Penjadwalan proyek

2.4 Aspek Finansial

Tujuan analisis terhadap aspek-aspek kelayakan proyek bisnis adalah untuk memperbaiki penilaian investasi agar dapat menentukan hasil dan memilih diantara berbagai alternatif dengan jalan menghitung biaya dan manfaat yang diharapkan. Pada bagian ini aspek yang akan dianalisis adalah aspek finansial yang bertujuan untuk membandingkan pengeluaran dengan pendapatan, seperti ketersediaan dana, kemampuan proyek untuk membayar kembali dana tersebut dalam waktu yang telah ditentukan, dan menilai apakah proyek akan dapat berkembang terus.

2.4.1 Estimasi Biaya Total Proyek

Untuk menentukan biaya total yang dibutuhkan proyek maka harus ditentukan biaya-biaya yang lainnya selain dari biaya-biaya yang telah ditentukan di atas, yaitu:

- ☞ Biaya investasi tetap
- ☞ Modal kerja (*working capital*)

2.4.2 Laporan Keuangan

Laporan keuangan meliputi :

1. Laporan Rugi Laba
2. Cash Flow
3. Neraca Keuangan
4. Rasio Keuangan

2.4.3 Net Present Value (NPV)

Net Present Value merupakan suatu alat yang digunakan untuk menganalisis kelayakan suatu proyek. Pada perhitungan *Net Present Value* yang dicari adalah selisih antara nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan kas bersih (operasional maupun terminan *cash flow*) di masa yang akan datang.

Untuk mendapatkan NPV ini pertama-tama kita menghitung *Present Value of Benefit* (nilai sekarang dari pendapatan) atau disebut *PV of*

Benefit dan Present Value of Cost (nilai sekarang dari pengeluaran) atau disebut *PV of Cost*

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{(C)t}{(1-i)^t} - \sum_{t=0}^n \frac{(Co)t}{(1+i)^t}$$

NPV>0: usulan proyek dapat diterima

NPV=0: netral

NPV<0: usulan proyek ditolak

2.4.4 Internal Rate of Return (IRR)

Internal Rate of Return merupakan metode untuk menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan bersih di masa yang akan datang atau mencari tingkat pengembalian yang menghasilkan $NPV In = NPV Out$ atau *Present Value Benefit = Present Value Cost*.

Metode ini dikenal juga dengan metode *discounted cash flow*. IRR merupakan suatu *discount rate* yang membuat harga sekarang dari *net cash flow*-nya sama dengan nol. Dalam pemilihan *discount rate* tidak dipakai tingkat bunga tertentu, tetapi diambil secara coba-coba (*trial and error*) sehingga menghasilkan *net cash flow* sama dengan nol. *Discount rate* tersebut adalah *internal rate of return*-nya, dengan pengertian bahwa pada tingkat tersebut, *earning power* rata-rata sama dengan investasinya. Adapun perhitungan IRR dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\sum_{t=1}^n \frac{(Co)^t}{(1+i)^t} - (Cf) = 0$$

IRR > MARR : usulan proyek diterima

IRR < MARR : usulan proyek ditolak

2.4.5 Payback Period

Payback periode suatu investasi menunjukkan berapa lama (jangka waktu) yang disyaratkan untuk pengembalian *initial cash investment* (investasi). Jika *payback periode* telah kita dapatkan, maka untuk menilai apakah investasi tersebut diterima atau ditolak kita bandingkan dengan *payback period maksimum* yang disyaratkan atau ditentukan. Apabila *payback period*-nya ternyata lebih pendek daripada *payback period maksimum* maka investasi tersebut diterima dan apabila lebih lama sebaiknya ditolak.

2.4.6 Profitability Index

Profitability Index merupakan metode untuk menghitung perbandingan antara nilai sekarang penerimaan kas bersih di masa yang akan datang dengan nilai sekarang investasi.

PI > 1 : usulan proyek diterima

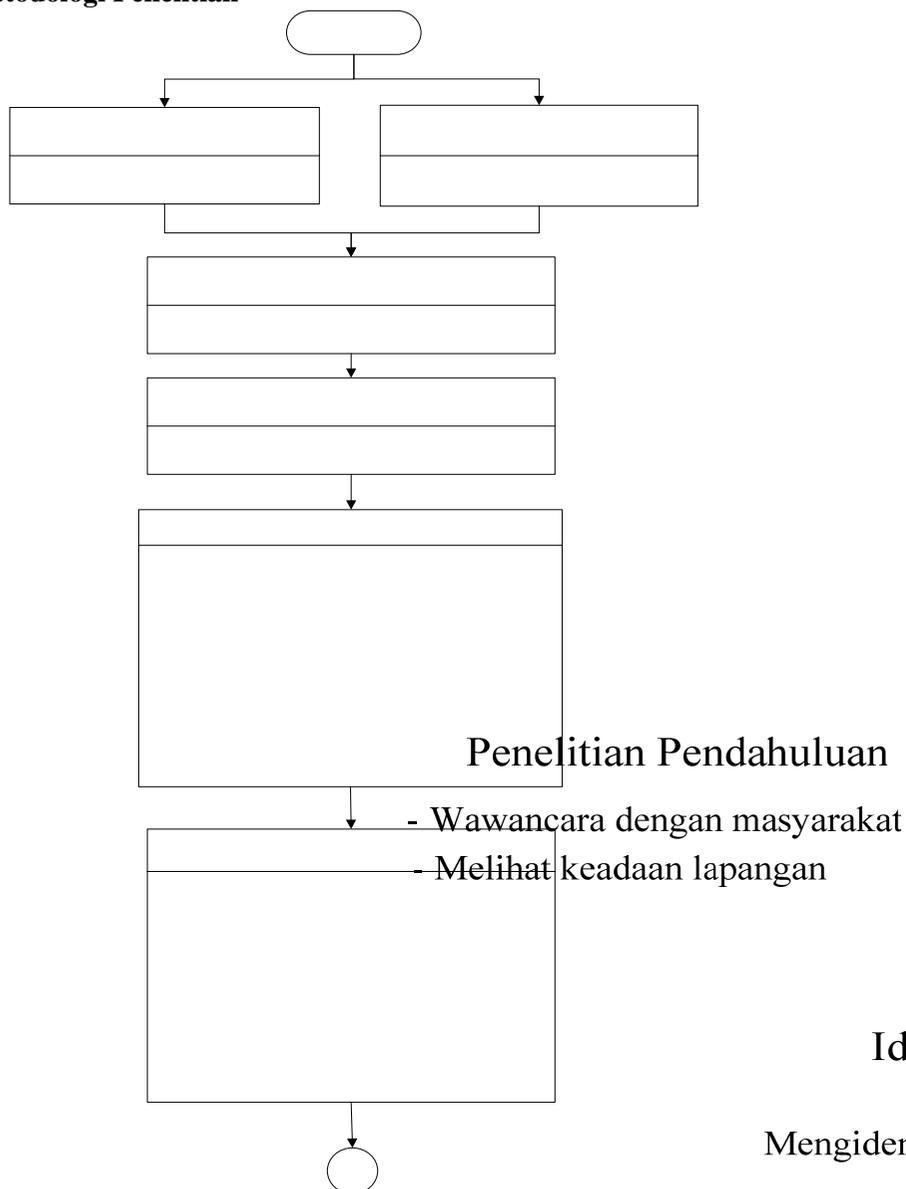
PI < 1 : usulan proyek ditolak

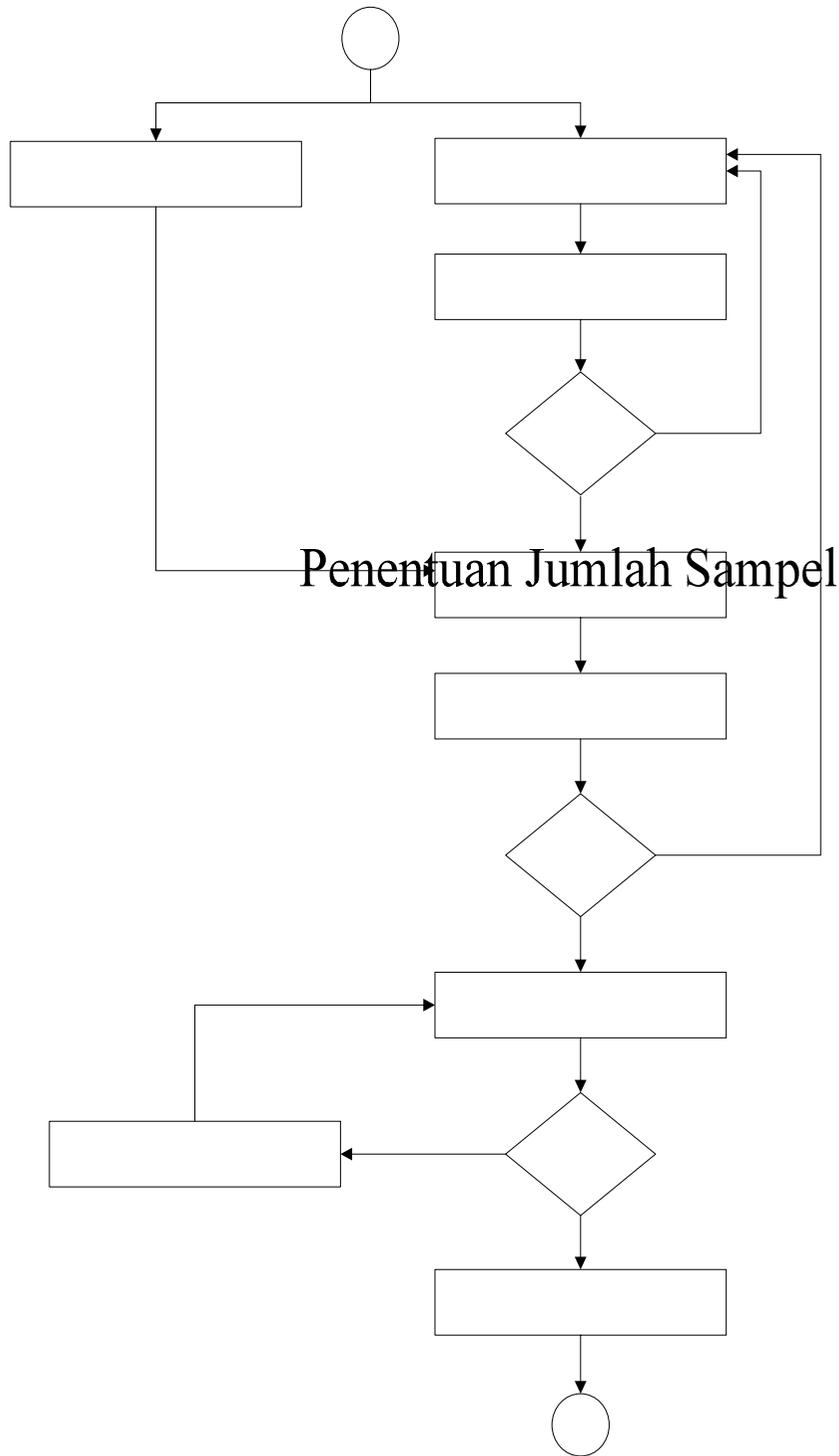
2.4.7 Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas merupakan analisis yang digunakan untuk mengantisipasi adanya kemungkinan bahwa jumlah yang sebenarnya

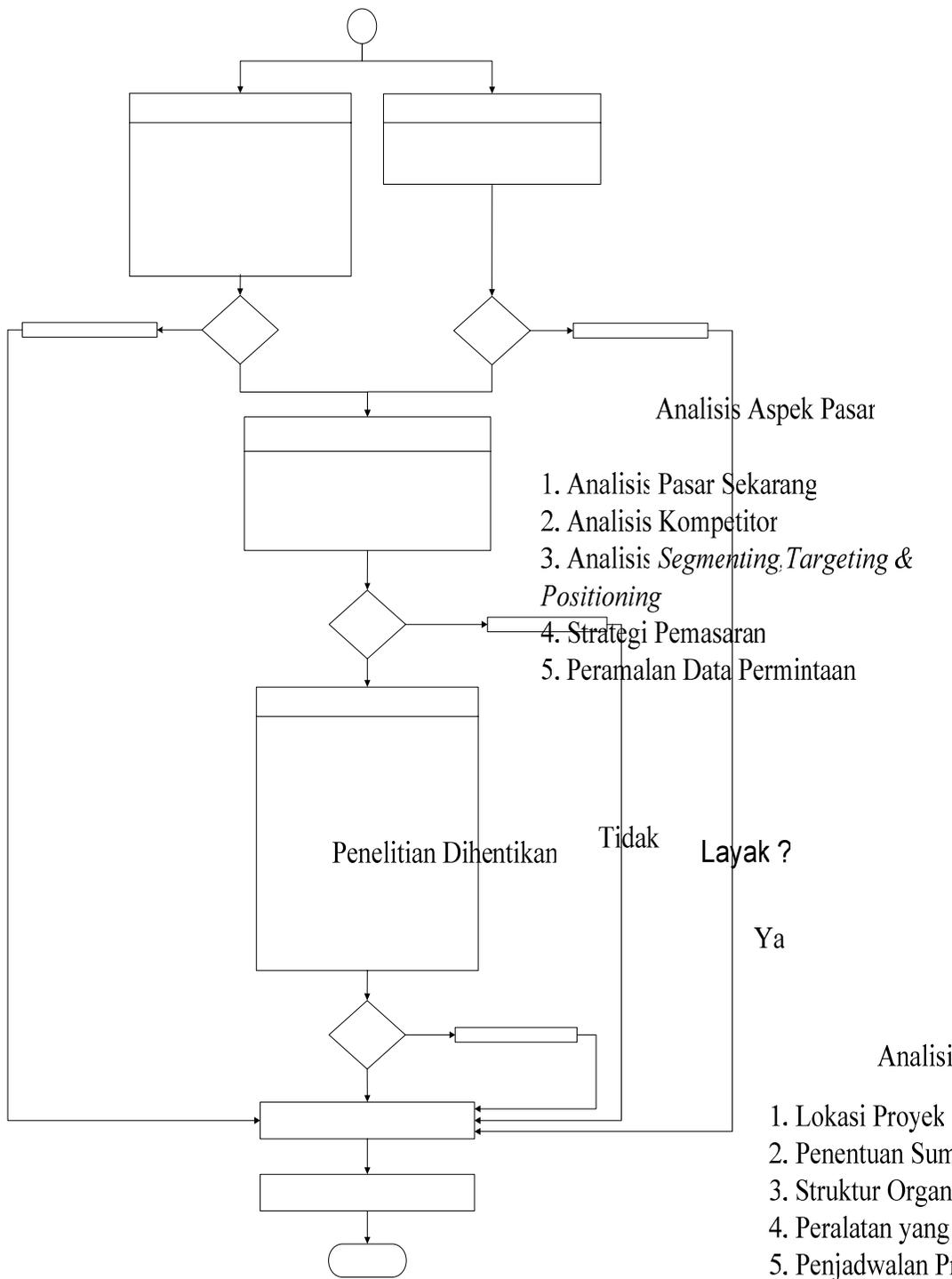
menyimpang dari jumlah yang telah kita ramalkan. Hal tersebut dapat terjadi karena keadaan ekonomi negara kita yang belum stabil, sehingga harga barang-barang dapat terus berubah dengan sangat cepat sehingga hal tersebut akan mempengaruhi jumlah permintaan akan suatu produk. Oleh karena itu analisis sensitivitas ini diadakan untuk melihat akibat yang akan terjadi dari perubahan tersebut.

3. Metodologi Penelitian





A



4. Pengumpulan Data

4.1 Lokasi dan Produk

4.1.1 Lokasi

Lokasi pendirian Salon Mobil ini adalah di Jalan Sadang No. 10-Taman Kopo Indah, Kelurahan Margahayu Tengah, Kabupaten Bandung, yang berada di sebelah selatan Kota Bandung-Jawa Barat. Lokasi ini dekat dengan perumahan Taman Kopo Indah, yang padat dengan penduduk.

Sebagian besar penduduk yang tinggal di daerah ini memiliki kendaraan bermotor, khususnya mobil. Di sekitar Jalan Sadang tersebut belum terdapat Salon Mobil, hal ini adalah suatu kesempatan yang baik karena memiliki lokasi yang strategis.

4.1.2 Produk

Salon Mobil ini memberikan beberapa pelayanan, antara lain :

1. Pencucian mobil dengan menggunakan salju (*Snow Wash Car*).
2. Perawatan eksterior/bagian luar mobil (memoles *body*, memoles semua kaca supaya bersih dari kerak, memoles ban + *velg*).
3. Perawatan interior/bagian dalam mobil (membersihkan plafond, jok, *dash board*, dek pintu).
4. Perawatan kaca depan (*Windshield*) dari jamur dan kerak.
5. Perawatan kaca jendela samping dan belakang (*Window Care*).
6. Memoles *body* (menggunakan mesin slep).
7. Membersihkan mesin (dinding mesin, bekas oli dan debu).

4.2 Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian

Sebelum melakukan penyebaran kuesioner, dibutuhkan perhitungan jumlah sampel untuk mengetahui berapa banyak jumlah responden yang harus dijadikan sampel untuk dapat mewakili populasi.

4.2.1 Perhitungan Jumlah Sampel Minimum

Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi, digunakan pendapat dari Nawawi dengan rumus sebagai berikut:

$$n \geq \frac{pqZ_{\alpha/2}^2}{b^2}$$

n : jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$: derajat koefisien *Confidence* 95%

p : proporsi populasi kelompok pertama

q : proporsi sisa dalam populasi

b : persentase perkiraan kemungkinan kesalahan dalam menentukan ukuran sampel (*Precision level*)

Apabila proporsi di dalam populasi tidak diketahui maka variasi p dan q dapat mengganti dengan harga maksimum, yaitu nilai p = 0.5 dan q = 0.5.

Asumsi yang digunakan dalam perhitungan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

- Precision level (b) = 10%
- Confidence level (α) = 95%

Maka, perhitungan jumlah sampel minimum adalah :

$$n \geq \frac{pqZ_{\alpha/2}^2}{b^2}$$

$$n \geq \frac{0.5 * 0.5 * (1.96)^2}{0.1^2}$$

$$n \geq 96.04 \approx 97$$

Jadi sampel minimum yang didapatkan dari perhitungan adalah sebanyak 97 buah sampel. Untuk mengantisipasi kuesioner yang tidak memenuhi syarat, maka jumlah sampel minimum tersebut ditambah menjadi 120 buah sampel.

5. Pengolahan Data dan Analisis

5.1 Aspek Pasar

• Pasar Potensial

Pasar potensial adalah keseluruhan jumlah produk atau sekelompok produk yang mungkin dapat dijual dalam pasar tertentu dalam periode tertentu dibawah pengaruh kondisi tertentu. Pasar potensial untuk salon mobil diperoleh sebagai berikut:

☞ Ketertarikan mengunjungi salon mobil yang akan didirikan

Persentase yang tertarik mengunjungi salon mobil:

$$= \frac{\text{jumlah responden yang tertarik}}{\text{total responden}} \times 100 \%$$

$$= \frac{75}{110} \times 100\% = 68,18\%$$

Berdasarkan perhitungan jumlah orang yang memiliki mobil (dapat dilihat pada tabel 3.1), didapatkan jumlah mobil sebanyak 8250 mobil.

Jumlah orang yang tertarik = jumlah orang yang memiliki mobil * % tertarik ke salon mobil

$$= 8250 * 68,18\%$$

$$= 5625 \text{ mobil}$$

☞ Pencucian mobil menggunakan salju (*Snow Wash Car*)

Persentase yang berminat terhadap *Snow Wash Car*:

$$= \frac{\text{jumlah responden yang berminat}}{\text{total responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{110}{110} \times 100\% = 100\%$$

Jumlah konsumen = jumlah orang yang tertarik * % berminat *Snow Wash Car*

$$\begin{aligned} \text{Jumlah konsumen} &= 5625 \text{ mobil} * 100\% \\ &= 5625 \text{ mobil.} \end{aligned}$$

• Pangsa Pasar

Pangsa pasar adalah besarnya pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan. Berdasarkan pasar potensial yang telah diperoleh, perusahaan dapat memperhitungkan pangsa pasar yang mungkin dapat dicapai. Berikut adalah pangsa pasar untuk setiap pelayanan yang ada:

☞ Pencucian mobil dengan menggunakan salju (*Snow Wash Car*)

Berdasarkan kuesioner yang telah disebar, dapat disimpulkan kompetitor untuk pelayanan pencucian mobil dengan menggunakan salju (*Snow Wash Car*) terdapat 3 kompetitor, maka perkiraan pangsa pasar yang dapat diraih oleh salon mobil ini adalah sebesar 25%, sehingga total pangsa pasar yang dapat diraih adalah:

$$\begin{aligned} &= \text{Jumlah pasar potensial } \textit{Snow Wash Car} * 25\% \\ &= 5625 \text{ mobil} * 25\% \\ &= 1407 \text{ mobil} \end{aligned}$$

Dari hasil kuesioner dapat diketahui bahwa setiap bulan, rata-rata konsumen melakukan pelayanan *Snow Wash Car* sebanyak 1-2 kali. Berarti, besar pangsa pasarnya adalah 1407 kali dalam jangka waktu 1 bulan. Bila frekuensi yang digunakan adalah batas bawah yaitu 1 kali dalam 1 bulan maka terdapat 1407 kali pelayanan *Snow Wash Car* setiap bulannya.

• Sales Potensial

Sales Potensial adalah kemampuan perusahaan untuk dapat menjual produk yang dimilikinya kepada konsumen.

Sales potensial untuk setiap pelayanan yang ada adalah sebagai berikut:

☞ Pencucian mobil dengan menggunakan salju (*Snow Wash Car*)

Kapasitas 1 bulan = 480 mobil

☞ Perawatan eksterior

Kapasitas 1 bulan = 30 mobil

☞ Perawatan interior

Kapasitas 1 bulan = 30 mobil

☞ Perawatan kaca depan

Kapasitas 1 bulan = 120 mobil

☞ Perawatan kaca samping dan belakang

Kapasitas 1 bulan = 60 mobil

☞ Memoles *Body*

Kapasitas 1 bulan = 30 mobil

☞ Perawatan mesin

Kapasitas 1 bulan = 60 mobil

Kesimpulan Analisis Pasar:

Berdasarkan analisis aspek pasar yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa pendirian proyek salon mobil ini layak untuk direalisasikan. Hal ini dikarenakan oleh beberapa hal, berikut adalah penjelasannya pada setiap pelayanan yang ada:

☞ Pencucian mobil dengan menggunakan salju (*Snow Wash Car*)

Kapasitas perusahaan = 960 mobil/bulan

Pangsa Pasar = 1407 mobil/bulan

Peramalan berdasarkan pangsa pasar = 667 mobil/bulan

Pelayanan ini layak untuk disediakan karena pangsa pasar yang dapat diraih 52,6% lebih besar daripada hasil peramalan.

☞ Perawatan eksterior

Kapasitas perusahaan = 30 mobil/bulan

Pangsa Pasar = 211 mobil/bulan

Peramalan berdasarkan pangsa pasar = 49 mobil/bulan

Pelayanan ini layak untuk disediakan karena pangsa pasar yang dapat diraih 76,8% lebih besar daripada hasil peramalan.

☞ Perawatan interior

Kapasitas perusahaan = 30 mobil/bulan

Pangsa Pasar = 270 mobil/bulan

Peramalan berdasarkan pangsa pasar = 48 mobil/bulan

Pelayanan ini layak untuk disediakan karena pangsa pasar yang dapat diraih 82,2% lebih besar daripada hasil peramalan.

☞ Perawatan kaca depan

Kapasitas perusahaan = 120 mobil/bulan

Pangsa Pasar = 201 mobil/bulan

Peramalan berdasarkan pangsa pasar = 35 mobil/bulan

Pelayanan ini layak untuk disediakan karena pangsa pasar yang dapat diraih 82,6% lebih besar daripada hasil peramalan.

☞ Perawatan kaca samping dan belakang

Kapasitas perusahaan = 60 mobil/bulan

Pangsa Pasar = 209 mobil/bulan

Peramalan berdasarkan pangsa pasar = 38 mobil/bulan

Pelayanan ini layak untuk disediakan karena pangsa pasar yang dapat diraih 81,8% lebih besar daripada hasil peramalan.

☞ Memoles *Body*

Kapasitas perusahaan = 30 mobil/bulan

Pangsa Pasar = 182 mobil/bulan

Peramalan berdasarkan pangsa pasar = 49 mobil/bulan

Pelayanan ini layak untuk disediakan karena pangsa pasar yang dapat diraih 73,1% lebih besar daripada hasil peramalan.

☞ Perawatan mesin

Kapasitas perusahaan = 60 mobil/bulan

Pangsa Pasar = 253 mobil/bulan

Peramalan berdasarkan pangsa pasar = 29 mobil/bulan

Pelayanan ini layak untuk disediakan karena pangsa pasar yang dapat diraih lebih besar 88,5% daripada hasil peramalan.

Rata-rata besar pangsa pasar yang dapat diraih yaitu 76,8% lebih besar daripada hasil peramalan. Itu berarti kesempatan perusahaan untuk melakukan ekspansi di suatu saat dapat direalisasikan.

5.2 Aspek Hukum dan Sosial

5.2.1 Bentuk Badan Hukum

Bentuk legalitas perusahaan ini berupa perusahaan perseorangan. Perusahaan ini didirikan atas nama si pendiri/pemilik. Pemilik perusahaan hanya 1 orang sehingga pemilik bertanggung jawab terhadap seluruh perkembangan salon mobil ini sehingga keuntungan dan kerugian akan ditanggung sendiri oleh pemilik.

5.2.2 Struktur Permodalan

Modal untuk pendirian salon mobil ini berasal dari modal sendiri dan modal dari pinjaman bank. Hutang bank tersebut akan dicicil selama 3 tahun dengan tingkat suku bunga sebesar 18 % per tahun.

5.2.3 Perizinan

Dalam menjalankan usaha, perusahaan harus mendaftarkan perusahaannya untuk dapat menjadi perusahaan yang legal dan tidak melanggar hukum. Perizinan yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

1. Surat Izin Tempat Usaha (SITU)
2. Nomor Pajak Wajib Pajak (NPWP)
3. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
4. Izin Lingkungan

5.2.4 Social Profitability Analysis (SPA)

Social Profitability Analysis (SPA) membahas masalah dampak adanya perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Faktor yang diperhatikan dalam analisis ini antara lain: dampak sosial, distribusi pendapatan, lapangan pekerjaan, AMDAL.

5.2.4.1 Dampak Positif

Dampak positif dari pembukaan proyek ini adalah:

- Membuka lapangan kerja baru
- Mengurangi tingkat kriminalitas.
- Meningkatkan pajak penghasilan Negara

5.2.4.2 Dampak Negatif

Dampak negatif dari pembukaan proyek ini adalah:

- Membuang cairan limbah
- ❖ Perhitungan persentase dampak positif dan negatif

$$\text{Dampak Positif: } \frac{3}{4} \times 100\% = 75\%$$

$$\text{Dampak Negatif: } \frac{1}{4} \times 100\% = 25\%$$

Dilihat dari persentase tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pendirian salon mobil ini memberikan dampak positif sebesar 75%. Dampak negatif yang ada dapat ditanggulangi dengan cara menggunakan produk sabun cuci mobil yang memiliki PH netral, sehingga tidak merusak lingkungan sekitar.

Kesimpulan Analisis Hukum dan Sosial:

Berdasarkan analisis aspek hukum dan sosial yang telah dilakukan, maka proyek pendirian salon mobil ini layak untuk direalisasikan karena dapat memenuhi semua aspek hukum yang dibutuhkan dan walaupun memiliki dampak negatif bagi lingkungan tetapi masalah tersebut masih dapat teratasi sehingga tidak merusak lingkungan sekitar.

5.3 Aspek Teknik

Jadwal proyek akan mulai dilaksanakan pada tanggal 1 April 2007, dimana pelaksanaan proyek ini harus melewati beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut:

Tabel 5.1
Penjadwalan Proyek

Kegiatan	Waktu	Mulai	Berakhir
Pengurusan Izin Usaha	1 bulan	01 April 2007	30 April 2007
Pelaksanaan pembangunan salon mobil	3 bulan	01 Mei 2007	31 Juli 2007
Pencarian dan Pemilihan tenaga kerja	1 bulan	01 Juli 2007	31 Juli 2007
Program <i>Training</i> tenaga kerja	1 bulan	01 Agustus 2007	31 Agustus 2007
Melakukan survey peralatan	7 hari	25 Juli 2007	31 Juli 2007
Pembelian peralatan	14 hari	01 Agustus 2007	14 Agustus 2007
Penyediaan Bahan Baku	7 hari	01 Agustus 2007	07 Agustus 2007
Pembuatan brosur promosi dan spanduk	7 hari	01 Agustus 2007	07 Agustus 2007
Penyebaran brosur dan pemasangan spanduk	14 hari	08 Agustus 2007	21 Agustus 2007
<i>Grand Opening</i>	1 September 2007		

Kesimpulan Analisa Teknik:

Berdasarkan analisis aspek teknik yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa proyek pendirian salon mobil ini layak untuk

direalisasikan. Hal tersebut didukung oleh peralatan, sumber daya manusia, dan bahan baku yang dibutuhkan dapat tersedia, serta rencana pembangunan proyek yang direncanakan dapat dilaksanakan dengan baik.

5.4 Aspek Finansial

1. Project Cost Summary

Tabel 5.2
Project Cost Summary

Jenis Pengeluaran	Biaya	
Investasi Tetap		
a. Tanah	Rp	715.000.000
b. Bangunan	Rp	200.000.000
c. Peralatan	Rp	107.765.000
d. Perlengkapan	Rp	1.949.500 +
Total Investasi Tetap	Rp	1.024.714.500
Izin Usaha	Rp	5.000.000
HPP Bulan Ke-1	Rp	18.266.125
Biaya Riset Pasar	Rp	500.000
Biaya Training Pegawai	Rp	2.500.000 +
Modal Yang Dibutuhkan	Rp	1.050.980.625
Modal Dari Bank	Rp	200.000.000
Modal Sendiri	Rp	850.980.625

2. Analisis Keuangan

Tabel 5.3
Ringkasan Analisis Keuangan

	Proyek dengan investasi tanah	Proyek tanpa investasi tanah	Syarat
NPV	Rp -465.211.600,00	Rp 249.788.400,00	NPV > 0
MARR	7,5%	7,5%	IRR > MARR
IRR	7,79%	28,87%	
PI	0,85	1,11	PI > 1
PP	92,02 bulan atau 7 tahun 8 bulan	41,79 bulan atau 3 tahun 6 bulan	PP < 5 tahun
Kesimpulan	Tidak layak	Layak	

6. Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis aspek pasar yang telah dilakukan disimpulkan bahwa pendirian salon mobil ini layak untuk direalisasikan.
2. Berdasarkan analisis aspek hukum dan sosial yang telah dilakukan, maka proyek pendirian salon mobil ini layak untuk direalisasikan.

3. Berdasarkan analisis aspek teknik yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa proyek pendirian salon mobil ini layak untuk direalisasikan.
4. Berdasarkan analisis aspek finansial yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan:
 - Proyek dengan investasi tanah
Proyek pendirian salon mobil ini tidak layak untuk direalisasikan
 - Proyek dengan investasi tanah
Apabila investasi tanah tidak diperhitungkan maka proyek pendirian salon mobil ini layak untuk direalisasikan
5. Berdasarkan analisis kelayakan proyek yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa proyek ini tidak layak untuk direalisasikan jika dihitung dengan investasi tanah. Jika proyek dilaksanakan tidak dengan memperhitungkan investasi tanah maka proyek ini layak untuk direalisasikan.

7. Daftar Pustaka

1. Clifton, Daid S. & David E. Fyffe, "*PROJECT FEASIBILITY ANALYSIS*", John Wiley & Sons, NewYork,1997.
2. Djarwanto, P.s.; "*POKOK-POKOK ANALISA LAPORAN KEUANGAN*", BPFE, Yogyakarta, 1993.
3. Dwi Prastowo, Rifka; "*ANALISIS LAPORAN KEUANGAN*", Edisi ke-2, YKPN, Yogyakarta, 2002.
4. Guntoro Adi, Wisnu, "*STANDAR SALON DALAM SEHARF*", Cetakan ke-2, Kawan Pustaka, Jakarta, 2005.
5. Husnan, Suad, "*STUDI KELAYAKAN PROYEK*", Edisi ke-4, UPP AMP YKPN. Yogyakarta, 2000.
6. Kotler, Phillip, "*MANAJEMEN PEMASARAN*", Buku ke-1, Edisi Milenium, PT Intan Sejati Klaten, 2002.
7. Pujawan, I Nyoman, "*EKONOMI TEKNIK*" , Edisi Ke-1, Guna Widya, Surabaya, 2004.
8. Santoso, "*DIKTAT KULIAH PERENCANAAN DAN PENGENDALIAN PRODUKSI*", Bandung, 2004.
9. Sugiyono.; "*METODE PENELITIAN BISNIS*", CV Alfabeta, Bandung, 2002.
10. Umar, Husein, "*STUDI KELAYAKAN BISNIS*", Edisi ke-2, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001.
11. Usry, Milton F; Hammer, Lawrence H, "*AKUNTANSI BIAYA*", Edisi ke-10 Jilid 1, Erlangga, Jakarta, 1991.
12. www.rcs.co.id, "*SURAT IZIN USAHA PERDAGANGAN*", Jakarta, 2006.