



BAB I

PENDAHULUAN

A. Gambaran Perusahaan

nama merek menjadi dasar untuk membangun seluruh kisah mengenai kualitas khusus produk, baik barang atau jasa. Merek menyatakan kualitas dan konsistensi produk. Merek yang dapat ditandai dengan dikenalnya suatu merek dalam masyarakat, asosiasi merek yang tinggi pada suatu produk, persepsi positif dari pasar dan kesetiaan konsumen terhadap merek yang tinggi. Dengan adanya merek yang membuat produk yang satu berbeda dengan yang lain, diharapkan akan memudahkan konsumen dalam menentukan produk yang akan dikonsumsi berdasarkan berbagai pertimbangan serta menimbulkan kesetiaan terhadap suatu merek (*brand loyalty*). Kesetiaan konsumen terhadap kualitas merek yaitu dari pengenalan, pilihan dan kepatuhan / kesetiaan pada suatu merek.

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008:349), merek (*brand*) adalah sebuah nama, istilah, tanda, lambang, atau desain, atau kombinasi semua ini, yang menunjukkan identitas pembuat atau penjual produk atau jasa. Penetapan merek menjadi begitu kuat sehingga saat ini tidak ada produk yang tidak memiliki merek.

Fungsi utama dari sebuah merek adalah agar konsumen dapat mencirikan suatu produk yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat dibedakan dari produk perusahaan lain yang serupa atau yang mirip yang dimiliki oleh pesaingnya. Konsumen yang merasa puas dengan suatu produk tertentu akan membeli atau memakai kembali produk tersebut di masa yang akan datang. Konsumen sering memakai faktor emosional pada merek tertentu, berdasarkan serentetan kualitas yang diinginkan atau fitur-fitur yang terwujud dalam produk yang dimiliki merek tersebut.



Nama perusahaan yang dipilih oleh pemilik adalah Rumah Refleksi. Pemilik memilih nama Rumah diambil dari Kamus Besar Bahasa Indonesia pada umumnya Rumah yang berarti tempat tinggal bagi pemiliknya dimana rumah selalu memberikan rasa aman, nyaman, dan memungkinkan pemiliknya beristirahat sejenak dari segala jenis rutinitas kegiatan yang dilakukan. Dalam rumah pun setiap orang yang berada didalamnya merasakan adanya ruang dan waktu untuk melepaskan sejenak rasa letih dan lelah baik fisik atau psikis secara *private* yang mungkin saja datang dari setiap aktivitas yang dilakukan, salah satunya dengan kegiatan refleksi. Oleh karena itu, pemilihan nama ini dianggap memenuhi kriteria untuk menetapkan merek perusahaan. Rumah Refleksi akan membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan tempat relaksasi sejenak yang mampu memberikan suasana nyaman dalam melepaskan sejenak beban pikiran dan rasa letih pada badan akibat kegiatan yang dilakukan dengan teknik pijatan langsung menggunakan media *aromatherapy* yang berhubungan dengan titik-titik saraf manusia. Selain sebagai tempat yang menawarkan suasana nyaman, Rumah Refleksi juga memotivasi setiap peserta terapi mempunyai pikiran positif dari energi baru yang dihasilkan dari proses terapi yang dipercaya mampu melancarkan sirkulasi udara dan darah dalam tubuh. Dengan adanya energi positif maka pekerjaan atau kegiatan yang dilakukan selanjutnya mampu menghasilkan yang maksimal.

B. Lokasi Perusahaan

Lokasi perusahaan merupakan salah satu faktor pendukung penting yang dapat menjamin tercapainya tujuan perusahaan. Ketepatan pemilihan lokasi perusahaan akan memberikan bantuan yang sangat berharga dalam kaitannya dengan kemudahan-kemudahan yang akan diberikan. Dengan demikian, lokasi perusahaan harus diputuskan dengan hati-hati atas dasar fakta yang lengkap, ditinjau dari aspek ekonomi maupun aspek teknis. Disamping



pertimbangan terhadap kebutuhan pada saat pendirian, pemilihan lokasi perusahaan harus pula mempertimbangkan fleksibilitasnya terhadap kemungkinan rencana di masa depan dalam

hal perluasan tempat, diversifikasi produk, daerah pemasaran, perubahan dan pemeliharaan bahan baku, dan sebagainya.

Lokasi Rumah Refleksi berada di Kelapa Gading, Jakarta Utara. Hal ini dipengaruhi oleh prospek Kelapa Gading di masa yang akan datang sebagai pusat kegiatan bisnis. Kelapa Gading merupakan sebagian kecil dari wilayah Jakarta, namun menjadi bagian dari wilayah DKI Jakarta yang memberikan kontribusi besar dalam perekonomian Indonesia, sehingga menjadi wilayah yang potensial untuk mengembangkan investasi ini.

Pendirian Rumah Refleksi direncanakan akan dibangun di Kelapa Gading. Ditinjau dari kepadatan penduduk yang didapat dari data BPS, Jakarta Pusat, Jakarta Utara dan Jakarta Selatan memiliki kepadatan penduduk yang terbesar per kecamatan, akses lokasi dirasakan mudah di daerah tersebut. Daerah Kelapa Gading lebih cenderung berbatasan dengan wilayah Jakarta Timur dan Bekasi, memiliki kepadatan penduduk yang tidak dapat dikatakan sedikit, dapat di akses dengan mudah oleh masyarakat yang berada di sekitar Jakarta hingga luar Jakarta. Ketiga lokasi sangat berdekatan dan dapat di akses dengan mudah oleh alat transportasi pribadi atau umum.

Fasilitas pendukung lain yang berada di sekitar Kelapa Gading menjadi nilai lebih untuk mendukung berdirinya Rumah Refleksi, seperti mal, area perkantoran, *carrefour*, kolam renang, lapangan futsal, dan *food court*.

1. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI KKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.



C. Data Perusahaan

Nama Perusahaan : Rumah Refleksi
Bidang usaha : Jasa Pelayanan
Jenis produk / jasa : Pijat Refleksi
Alamat Perusahaan : Jl. Boulevard Barat Raya Ruko Kelapa Gading Square A8,
Jakarta Utara
Alamat email : rumahrefleksi@rocketmail.com
Telepon : 021-4249873
Bentuk Badan Hukum: Perseorangan

D. Biodata Pemilik Perusahaan

Nama : Stephanie
Jabatan : Pemilik
Tempat / Tanggal Lahir : Jakarta, 15 Mei 1988
Alamat Rumah : Jl. Baladewa no, F 187. Jakarta Pusat
Nomor Telepon : 021 - 94415588
Alamat Email : birgita_stephanie@yahoo.com
Pendidikan Terakhir : Strata 1 Jurusan Manajemen Kewirausahaan

D. Bidang Usaha

“Rumah Refleksi” adalah sebuah usaha yang bergerak dalam usaha terapi kesehatan dengan melakukan pemijatan secara manual yang dilakukan seseorang yang disebut terapis. Pemijatan dilakukan pada titik tertentu dalam tubuh dimana kegiatan pemijatan dipusatkan



pada kaki dan tangan sebagai titik pehubung dengan berbagai macam fungsi saraf yang terdapat dalam sistem metabolisme peredaran darah dalam tubuh tanpa menggunakan media alat bantuan pada saat melakukan proses terapi. Semua kegiatan dipusatkan kepada tenaga terapis sebagai pelaku kegiatan terapi, dimana terapis melakukan pemijatan menggunakan jari-jari tangan sebagai penekan titik refleksi dalam tubuh setiap konsumen.

Yang membedakan “Rumah Refleksi” dari tempat refleksi lainnya adalah “Rumah Refleksi” menyediakan berbagai macam minyak terapi yang biasa disebut dengan *aromatherapy* sebagai salah satu sarana dalam melakukan proses terapi selain konsep desain interior yang berciri khas oriental yang mendominasi disetiap sudut Rumah Refleksi. Setiap konsumen yang datang untuk melakukan proses terapi di Rumah Refleksi, diberi kesempatan untuk mengkonsultasikan *aromatherapy* yang cocok sesuai dengan keluhan yang dialami setiap peserta terapi sebelum melakukan proses terapi. Dimana Rumah Refleksi menyediakan 20 macam minyak terapi dan 10 macam *Scrub* yang digunakan dalam proses pemijatan yang diberikan terapis kepada peserta terapi sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

Hal lain yang membedakan Rumah Refleksi dengan tersedianya fasilitas seperti bangku terapi yang nyaman dilengkapi dengan sarana televisi dan *remote control*, *Head set*, dan DVD secara *personal* bagi setiap konsumen juga menjadi nilai jual dalam proses pelaksanaan terapi di Rumah Refleksi. Dimana setiap konsumen dapat melakukan proses terapi bersamaan dengan pemutaran DVD yang dipilih oleh konsumen tanpa perlu khawatir konsumen lainnya merasa terganggu. Rumah Refleksi juga dilengkapi *mini shop* sebagai fasilitas pendukung untuk memberikan nilai lebih bagi para *customernya* dalam memenuhi kebutuhan terapi secara individu bagi peserta terapi yang menginginkan terapi dapat dilakukan sendiri di rumah

1. Dilarang menjiptip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



berupa penjualan lilin dengan berbagai aroma terapi dan minyak terapi sesuai dengan kebutuhan setiap konsumen.

Secara umum Pijat Refleksi (*massage*) tidak dimaksudkan sebagai pilihan pengobatan secara medis yang bersifat *instant*, melainkan hanya sebagai obat sementara untuk gejala, dan konsumen biasanya kembali Pijat refleksi setiap beberapa bulan. Rumah Refleksi memperhatikan sistem pelayanan yang akan disediakan kepada para pelanggan, terutama dalam hal kebersihan. Karena kebersihan merupakan hal yang sangat penting bagi konsumen. Oleh karena itu, perusahaan akan selalu berusaha menjaga kebersihan pelaku terapis secara *personal* yang melakukan proses terapis hingga fasilitas lainnya seperti kebersihan ruangan terapi, aroma dan suasana tenang yang mendukung terciptanya proses terapi yang memberikan kenyamanan dan ketenangan pikiran dan suasana hati konsumen untuk datang kembali ke Rumah Refleksi.

E. Dana yang Diperlukan

Penganggaran dana atau modal awal menekankan pada rencana pengeluaran untuk memperoleh aktiva tetap dan pengeluaran biaya-biaya lain yang dibutuhkan. Penentuan modal awal atau dana yang dibutuhkan oleh Rumah Refleksi ditentukan berdasarkan nilai investasi awal (*initial outlays*). Pendirian *reflexology center* Rumah Refleksi ini membutuhkan dana sebesar Rp 1.500.000.000,- yang digunakan antara lain untuk:

1. Biaya renovasi gedung : Rp 48.000.000,00
2. Biaya pembelian tanah dan bangunan : Rp 824.000.000,00
3. Biaya pembelian peralatan : Rp 439.886.000,00
4. Biaya pembelian perlengkapan : Rp 14.150.000,00
5. Cadangan Kas : Rp 149.624.000,00



Untuk penganggaran dana atau modal awal yang digunakan pemilik untuk biaya pembelian tanah dan bangunan sebesar Rp 824.000.000,- berasal dari pemberian orangtua secara Cuma-Cuma tanpa bunga. Dimana biaya ini terbagi menjadi 5 tahun periode anggur an yang tergolong dalam Biaya Tetap (*Fixed Cost*) sebesar Rp 164.800.000,- per tahunnya.

Untuk Cadangan Kas dana yang dianggarkan sebesar Rp 149.624.000,- digunakan pemilik sebagai dasar pembayaran Gaji dan Upah Karyawan pada awal bisnis Rumah Refleksi di dirikan dan belum berada dalam kondisi stabil dikarenakan belum memiliki jumlah member tetap. Dana yang tersedia dalam Cadangan Kas di asumsikan cukup untuk keadaan operasional perusahaan selama 9 bulan, Dimana Gaji dan Upah Karyawan tetap terjamin kelangsungannya dari usaha Pijat Refleksi Rumah Refleksi ini didirikan hingga 9 bulan kedepan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

BAB II

RINGKASAN EKSEKUTIF

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Tempat Pijat (*Reflexology Center*) Rumah Refleksi merupakan sebuah bisnis yang bergerak dibidang terapi kesehatan yang menawarkan beraneka macam teknik pijatan menggunakan media minyak *aromatheraphy* sebagai media pijatan yang dilakukan oleh tenaga terapis, dimana Rumah Refleksi berlokasi di Kelapa Gading, Jakarta Utara. Tempat Pijat (*Reflexology Center*) Rumah Refleksi merupakan *brand* baru, sehingga belum banyak diketahui oleh masyarakat. Tempat Pijat (*Reflexology Center*) Rumah Refleksi menawarkan beraneka macam media minyak *aromatheraphy* sebagai media pijatan yang dilakukan oleh tenaga terapis. Setiap jenis media minyak *aromatheraphy* memiliki manfaat dan kelebihan masing-masing bagi konsumen yang menggunakannya. Dimana media ini diharapkan pada hasil akhirnya diharapkan mampu memberikan rasa relaks dan nyaman bagi penggunanya.

Segmentasi pasar yang dituju Tempat Pijat (*Reflexology Center*) Rumah Refleksi yaitu segmentasi demografis dan segmentasi geografis yang meliputi pria dan wanita tanpa batasan usia yang bertempat tinggal ataupun bekerja dalam radius 2km-5km dari lokasi tempat Refleksi dan memiliki kesenangan memilih tempat pijat refleksi sebagai sarana melepaskan rasa lelah dan menetralsisir syaraf- syaraf yang tegang sehabis beraktifitas.

Tempat Pijat (*Reflexology Center*) Rumah Refleksi beroperasi selama tujuh hari dalam seminggu (Senin-Minggu) dengan jam kerja mulai pukul 10.00-23.00 WIB. Jam kerja dibagi atas dua shift, shift pertama dari pukul 10.00-18.00 WIB, sedangkan shift

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kedua dari pukul 15.00-23.00 WIB, setiap shiftnya paling sedikit ada tujuh karyawan yang bekerja sebagai tenaga terapis sebanyak lima orang, satu orang sebagai petugas kebersihan, dan satu orang lagi sebagai petugas keamanan. Selain dibagi atas dua shift, ada juga lemburan, dimana karyawan bekerja penuh waktu dari pukul 10.00-23.00 WIB dengan waktu istirahat yang diberikan sebanyak dua kali pada pukul 12.00-13.00 WIB dan 16.00-17.00 WIB. Jam kerja lembur diterapkan pada hari-hari libur nasional dan weekend, dimana jumlah tamu yang berdatangan lebih banyak dibandingkan dengan hari biasanya.

Tersedia dua alternatif pembayaran pada Tempat Pijat (*Reflexology Center*) Rumah Refleksi, yaitu *Cash* dan *Card*, sama halnya seperti tempat refleksi lainnya, namun Tempat Pijat (*Reflexology Center*) Rumah Refleksi tidak dikenakan biaya tambahan (bunga) apabila pembayaran menggunakan Kartu Kredit (*Credit Card*).

Tempat Pijat (*Reflexology Center*) Rumah Refleksi direncanakan memiliki tenaga kerja sebanyak 22 orang, yang terdiri dari 1 orang Direktur, 1 orang Manajer Pemasaran, 1 orang Manajer Keuangan, 1 orang Manajer Operasional, 1 orang Staf Keuangan, 1 orang Staf Pemasaran, 1 orang Resepsionis, 1 orang Kasir, 10 orang Tenaga Terapis, 2 orang Petugas Kebersihan, dan 2 orang Petugas Keamanan.

Modal yang digunakan pemilik untuk mendirikan Tempat Pijat (*Reflexology Center*) Rumah Refleksi adalah sebesar Rp. 1.500.000.000,- . Dana ini akan digunakan pemilik untuk : Kas sebesar Rp. 833.164.000,- ; Perlengkapan sebesar Rp. 14.150.000,- Cicilan Tanah dan Bangunan sebesar Rp. 164.800.000,- ; Peralatan sebesar Rp.439.886.000,-

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI BKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI BKG.



Proyeksi penjualan tahun 2014 adalah sebesar Rp 1.028.736.000,- Laba kotor yang dihasilkan pada tahun pertama sebesar Rp. 129.964.800,-. Total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp.898.771.200,- dan pajak perusahaan yang harus dibayar sebesar Rp. 9.747.360,- sehingga laba bersih yang diperoleh tahun 2014 sebesar Rp.120.217.440,-

Penilaian terhadap kinerja perusahaan dilakukan dengan cara menyusun proyeksi keuangan, kemudian penilaian kelayakan bisnis dengan menggunakan beberapa metode penilaian investasi. Hasil dari penilaian kelayakan investasi diketahui bahwa perusahaan layak untuk dijalankan dengan NPV sebesar Rp707.006.591,5,- dan *payback period* dalam kurun waktu 3 tahun 10 hari.

Analisis *Break Event Point* (BEP) juga dilakukan dengan hasil perhitungan yaitu sebesar Rp 325. 119.012,- yang berarti pada saat penjualan melebihi *Break Event Point* (BEP) yaitu sebesar Rp 325. 119.012,- maka perusahaan akan mengalami keuntungan. Selain itu juga analisis *Internal Rate of Return* (IRR), dengan hasil perhitungan sebesar 27,01% lebih besar dari 13%, maka dapat disimpulkan bahwa usaha Tempat Pijat (*Reflexology Center*) Rumah Refleksi menguntungkan dan layak untuk dijalankan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



BAB III

ANALISIS INDUSTRI

Blakangan ini isu kembali ke alam (*back to nature*) menjadi isu utama dan strategis dalam dunia medis. Pengobatan – pengobatan alternatif mulai muncul dengan berbagai macam cara yang ditawarkan. Beberapa diantaranya *Fish Therapy, Spa and Sauna massage*, Akupunktur (Tusuk jarum), *gym*, dan lain-lain. Salah satunya yang menjadi pusat perhatian masyarakat adalah terapi “*Reflexology Centre*“. Terapi yang menggunakan media minyak terapi yang dipijatkan bersamaan dengan teknik pemijatan yang diberikan melalui penekanan pada titik – titik saraf pada tubuh dipilih masyarakat karena selain baik untuk kesehatan, terapi ini juga baik untuk kecantikan kulit dan mengembalikan *mood* peserta terapi yang diperoleh dari aroma yang dihasilkan dari minyak terapi.

A. Gambaran Masa Depan

Era Globalisasi dan kemajuan sarana IPTEK yang tinggi menuntut para pelaku kegiatan memiliki daya tahan fisik dan pikiran yang optimal dalam memberikan energi dan pemikiran baru dalam setiap pekerjaan yang dilakukan. Dalam harian Kompas (8 Juni 2010) disebutkan bahwa pijat refleksi bisa membuka simpul-simpul saraf pembuluh darah. Terbukanya simpul saraf akan membuat aliran darah menjadi lebih lancar. Pembuluh darah itu meliputi pembuluh nadi dan pembuluh balik. Dengan refleksi, aliran darah pada pembuluh nadi akan berjalan lebih lancar. Aliran darah ini membawa darah bersih dari jantung ke jaringan tubuh. Darah bersih tersebut mengandung makanan yang dibutuhkan jaringan tubuh. Sementara, pembuluh balik akan membawa sisa-sisa metabolisme yang tertinggal di jaringan tubuh ke jantung untuk



diproses. Keseimbangan tubuh menjadi lebih mantap, kadar-kadar dalam darah pun akan normal. Dengan begitu, berbagai penyakit akibat peredaran darah yang tidak lancar bisa disembuhkan. Misalnya, sakit kepala, depresi, asma, hingga sindrom pra menstruasi.

Bisnis Pijat Refleksi berupa *reflexology center* mulai berkembang selama sebelas tahun terakhir ini. Sejak diperkenalkan pada tahun 2000, pusat pijat refleksi mulai menjamur di berbagai kota besar. Salah satu pionir pertama seperti Ken Hermawan Reflexology di Kelapa Gading, Jakarta Utara, yang membuka fasilitas pijat refleksi sejak tahun 2000. Selang beberapa waktu kemudian Ten Lounge and Reflexology juga beroperasi dan untuk kawasan di Kelapa Gading terdapat Spring Refleksi yang turut menawarkan sensasi serupa. Pijat refleksi yang mulai menjamur membuat bisnis terapi pijat refleksi ini sangatlah potensial. Hal ini terkait dengan khasiat yang dihasilkan dari proses akhir terapi pijat refleksi bagi peserta terapi dan dapat diikuti oleh semua golongan usia baik itu remaja maupun orang tua.

Tingginya animo masyarakat membuat bisnis pijat refleksi ini mulai berkembang dengan cepat. Hal ini terlihat dari banyaknya pijat refleksi komersial yang muncul, akan tetapi harga yang ditawarkan beranekaragam dan tergantung dari fasilitas refleksi yang dimiliki. Contohnya saja di Ten Lounge and Reflology menawarkan harga pijat refleksi sebesar Rp70.000 per 30 menit sementara Spring Refleksi menawarkan harga pijat refleksi sebesar Rp50.000 per 30 menit. Tetapi di Rumah Refleksi menawarkan harga pijat refleksi sebesar Rp57.000 per 45 menit. Perbedaan harga yang ditawarkan disebabkan dengan fasilitas yang diberikan. Salah satu yang menjadi parameter pembeda yakni jenis media terapi berupa minyak terapi yang digunakan selalu disesuaikan dengan keinginan peserta terapi pada saat



melakukan pijat refleksi agar hasil yang didapatkan sesuai dengan aroma minyak terapi yang mampu memberikan rasa relaks pada pikiran dan suasana hati konsumen.

Dewasa ini, ketagihan yang ditimbulkan dari pijat refleksi dengan menggunakan minyak *aromatherapy* membuat konsumen untuk berpikir dapat menikmati setiap saat. Hal ini terkait dengan akumulasi yang terlalu tinggi apabila dilakukan di *Reflexology Center*.

B. Analisis Pesaing

Analisis pesaing menurut Kotler dan Armstrong (2008 : 269), adalah:

“Proses mengenali dan menilai pesaing utama, menilai tujuan, strategi kekuatan, dan kelemahan mereka serta pola reaksinya dan memilih pesaing yang akan diserang atau dihindari.”

Analisis pesaing sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk mengetahui bagaimana pesaing merencanakan strategi pemasarannya dan apakah kelebihan serta kekurangannya agar dapat bersaing secara efektif. Membandingkan produk, harga, saluran distribusi, dan promosi pesaing sangat dibutuhkan dalam menganalisis kelemahan dan kekurangan dari para pesaing.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:269), langkah-langkah dalam menganalisis pesaing yaitu:

1. Mengenali pesaing perusahaan
2. Memastikan tujuan pesaing
3. Mengenali strategi pesaing
4. Menilai kekuatan dan kelemahan pesaing
5. Memperkirakan reaksi pesaing
6. Memilih pesaing untuk diserang dan dihindari



Berikut ini adalah analisis pesaing yang dihadapi oleh Rumah Refleksi, berdasarkan

keenan langkah dalam menganalisis pesaing di atas :

1. Mengenali pesaing perusahaan

Home Reflexology Center Rumah Refleksi yang berlokasi di daerah Kelapa Gading, Jakarta Utara merupakan sebuah tempat refleksi yang baru, tetapi lokasinya merupakan daerah yang sangat terkenal sebagai tempat hiburan dan kegiatan bisnis. Disebut sebagai tempat refleksi karena daerah tersebut mempunyai banyak alternatif tempat refleksi atau spa yang merupakan tempat relaksasi usia remaja, dewasa atau para pekerja yang sekedar melepas rasa letih dan ketegangan pada bagian tubuh apabila sedang mengalami penurunan stamina tubuh. Pesaing utama dari Rumah Refleksi adalah Spring Refleksi yang berlokasi di Jl. Boulevard Raya BI DF No:4 Jakarta Utara dan Ten Lounge and Reflexology yang berlokasi Jl. Boulevard Raya FV 1 No:1, Jakarta Utara

2. Memastikan tujuan pesaing

Ditinjau dari segi daerah pemasarannya dari Spring Refleksi dan Ten and Lounge Reflexology adalah wilayah Jakarta khususnya wilayah Jakarta Utara, namun tidak terbatas karena Spring Refleksi dan Ten and Lounge Reflexology memiliki outlet di Jakarta dan memiliki teknik terapi refleksi yang berbeda sebagai ciri khas pelayanan jasa. Target konsumen Spring Refleksi dan Ten and Lounge Reflexology adalah semua kalangan, baik orangtua, remaja, dan anak-anak baik wanita maupun pria.

3. Mengenali Inovasi Pesaing

Dengan mengenali inovasi pesaing maka perusahaan dapat mempelajari dan dapat melakukan inovasi yang sama atau lebih baik daripada pesaing. Hal ini dilakukan agar



perusahaan dapat terus konsisten dalam bersaing dengan pesaingnya. Cara-cara untuk mengenali inovasi pesaing adalah :

a. Mempelajari produk dan *service* yang ditawarkan pesaing melalui jenis produk yang ditawarkan, jenis pelayanan, maupun kualitas dari produknya. Seperti penggunaan media terapi pada saat melakukan refleksi apakah menggunakan media atau tidak, dan berbagai macam teknik pemijatan.

b. Mempelajari promosi yang dilakukan pesaing baik itu melalui media massa maupun elektronik, diskon yang ditawarkan dan promosi-promosi lainnya. Seperti adanya program *member card* disertai *benefit plus* melalui pemberlakuan *stamp member five stamps free One treatment*.

c. Mempelajari inovasi yang telah dilakukan oleh Spring Refleksi dan Ten and Lounge Reflexology baik dari segi teknik pemijatan maupun media terapi yang digunakan

4. Memperkirakan reaksi pesaing

Memperkirakan reaksi pesaing adalah memperkirakan apakah perusahaan pesaing (Spring Refleksi dan Ten and Lounge Reflexology) merespon strategi yang dilakukan oleh Rumah Refleksi yaitu dengan membuat strategi balik untuk membalas pesaingnya. Contohnya untuk merespon pesaingnya yang melakukan *sales promotion* melalui iklan, maka perusahaan tersebut lebih menggencarkan iklannya pula dan membuat program-program yang lebih menarik agar memperoleh *customer* yang baru maupun mempertahankan *customer* yang sudah ada.

5. Memilih pesaing untuk diserang atau dihindari

Berdasarkan keunggulan dan kelemahan dari pesaing yang dihadapi oleh Rumah Refleksi maka perusahaan memilih pesaing untuk diserang karena Rumah Refleksi memiliki



segmen, target pasar dan *positioning* yang hampir sama, yaitu pada segmen menengah ke atas, target pasarnya adalah semua kalangan karena pijat refleksi merupakan jenis terapi yang bisa dirasakan manfaatnya oleh siapa saja.

Berikut ini merupakan keunggulan dan kelemahan Spring Refleksi dan Ten Lounge and Reflexology (lihat Tabel 3.1)

Tabel 3.1
Rumah Refleksi
Keunggulan dan Kelemahan Rumah Refleksi dan Pesaing

Indikator	Rumah Refleksi	Spring Refleksi	Ten Lounge and Reflexology
Lokasi	Strategis	Non Strategis	Non Strategis
Jumlah Tenaga Terapis wanita	Tersedia dalam jumlah cukup	Tidak tersedia	Tidak tersedia dalam jumlah yang cukup
Data letak dan desain interior ruangan	Adanya privasi konsumen	Bersifat terbuka	Bersifat terbuka
Harga	Murah	Mahal	Mahal
Fasilitas pendukung	Akses free wifi		

Sumber: Hasil Observasi Rumah Refleksi, 2013

C. Segmentasi Pasar

Menurut Kotler dan Gary Armstrong (2008:289) segmentasi pasar adalah:

“Membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang terbedakan dengan kebutuhan, karakteristik atau tingkah laku berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran terpisah.”

Basis-basis segmentasi utama yang sering digunakan untuk menentukan segmentasi pasar yakni segmentasi geografis, demografis, psikografis, dan perilaku menurut Kotler dan

Gary Armstrong (2008:289) adalah:

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi Geografis merupakan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis seperti negara, negara bagian, wilayah, provinsi, dan kota. Berdasarkan segmentasi geografisnya,



Rumah Refleksi mempunyai target pasar yaitu masyarakat yang tinggal di Provinsi DKI Jakarta terutama untuk wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara. Hal ini merujuk pada pertimbangan daerah Kelapa Gading memiliki tempat strategis untuk banyak sarana dan prasarana yang memungkinkan berkumpulnya masyarakat baik untuk kegiatan pendidikan, bisnis hingga untuk mendapatkan sarana hiburan, selain letak kelapa gading yang berdekatan dengan pusat industri Pulo Gadung dan Tanjung Priuk. Namun tidak menutup kemungkinan juga untuk membuka cabang di wilayah di sekitar Jakarta seperti Bekasi, Bogor, dan Tangerang.

2. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis dibagi menjadi beberapa variabel yaitu:

a. Umur dan tahap daur hidup, yaitu membagi pasar menjadi kelompok umur dan daur hidup yang berbeda.

Terapi pijat refleksi dengan minyak *aromatherapy* pada Rumah Refleksi dapat diterapkan dan dirasakan manfaatnya oleh semua usia dari anak-anak hingga usia lanjut.

b. Jenis kelamin, yaitu membagi pasar menjadi kelompok berbeda berdasarkan jenis kelamin.

Segmen konsumen pada *Reflexology Center* Rumah Refleksi adalah semua jenis kelamin, yaitu Pria dan Wanita.

c. Pendapatan, yaitu membagi pasar menjadi kelompok pendapatan yang berbeda.

Segmen pendapatan pada Rumah Refleksi adalah konsumen yang memiliki pendapatan mulai dari Rp 3.000.000,-/bulan atau lebih. Hal ini dikarenakan sifat pelayanan yang diberikan adalah jasa, sehingga memungkinkan adanya nominal yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI KKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.



seimbang dengan jasa atau pelayanan yang diberikan kepada konsumen setiap kali proses pijat refleksi dilakukan.

C

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis membagi pembelian menjadi kelompok berbeda berdasarkan gaya hidup/kepribadian. Segmentasi ini dibagi menjadi:

a. Gaya hidup

Berdasarkan gaya hidup, kini banyak orang cenderung menyukai aneka sarana hiburan atau pemeliharaan kesehatan yang instant, mudah diterima dengan logika dan bersifat aman tanpa efek samping. Maka Rumah Refleksi bisa menjadi alternatif pemeliharaan kesehatan yang dapat dicoba.

b. Kepribadian

Fokus Rumah Refleksi adalah mereka yang memiliki kepribadian modern tapi menikmati/pecinta teknik pengobatan dan pemeliharaan kesehatan yang tradisional, khususnya teknik pijatan yang menekankan pada titik-titik saraf yang memiliki tingkat ketegangan tinggi akibat rasa letih dari berbagai kegiatan yang dilakukan dengan menggunakan media minyak *aromatherapy* sebagai sarana terapinya.

c. Nilai

Nilai inti berada jauh di lubuk hati dibandingkan perilaku, sikap, dan menentukan pada tingkat dasar, pilihan, dan keinginan orang selama jangka panjang. Para pemasar yang melakukan segmentasi berdasarkan nilai, yakin bahwa dengan mempengaruhi lubuk hati terdalam pada diri mereka, maka mungkin akan mempengaruhi bagian luarnya, yakni perilaku pembelian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Fokus segmen Rumah Refleksi adalah menciptakan kepuasan pelanggan, sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan.

4. Segmentasi Tingkah Laku

Segmentasi tingkah laku mengelompokkan pembeli berdasarkan pada pengetahuan, sikap, pemakaian atau tanggapan mereka terhadap suatu produk. Fokus Rumah Refleksi adalah mendapatkan kepuasan konsumen berupa rasa letih dan lelah yang hilang ketika berakhirnya proses pijat refleksi yang dilakukan dan digantikan dengan energi dan semangat baru untuk kembali beraktifitas, kenyamanan ketika berada di ruangan, serta service yang memuaskan.

D. Ramalan Industri dan Pasar

Menurut Michael E.Porter (2008:3), ramalan industri adalah

“Aspek dari perkembangan lingkungan perusahaan adalah Industri dimana menggambarkan strategi yang potensial bagi perusahaan dimasa yang akan datang, menganalisis lingkungan luar dari perusahaan yang memiliki peluang bagi perusahaan membentuk kesamaan kebutuhan antara perusahaan dan konsumen .”

Menurut Porter , hakikat persaingan di suatu Industri tertentu dapat di pandang sebagai persaingan lima kekuatan (Fred R.David:146):

1. Persaingan antarperusahaan saingan
2. Potensi masuknya pesaing baru
3. Potensi pengembangan produk-produk pengganti
4. Daya tawar pemasok
5. Daya tawar konsumen



Target pasar Rumah Refleksi adalah masyarakat yang tinggal di provinsi DKI Jakarta, terutama pada wilayah Kelapa Gading. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa Rumah Refleksi melayani konsumen yang tinggal di luar Jakarta seperti Bogor, Bekasi, dan Tangerang. Berikut ini merupakan data proyeksi penduduk di wilayah DKI Jakarta untuk tahun 2013-2018 berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 3.2
Proyeksi Penduduk DKI Jakarta Berdasarkan Jenis Kelamin
Tahun 2013 -2018 (*1000 jiwa)

Penduduk	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Pria	118,287.5	119,698.9	121,100.5	122,486.3	123,844.7	125,190.1
Wanita	118,043.8	119,475.4	120,913.3	122,328.6	123,727.7	125,152.0
Total	236,331.3	239,174.3	242,013.8	244,814.9	247,572.4	250,342.1

Sumber : www.bapennas.go.id

Berdasarkan Tabel 3.2 dapat disimpulkan bahwa rata-rata persentase berdasarkan jenis kelamin pria dan wanita setiap tahunnya mengalami peningkatan, dari tahun 2013-2014 mengalami peningkatan 1.20%, dari tahun 2014-2015 mengalami peningkatan 1.19%, dari tahun 2015-2016 mengalami peningkatan 1.16%, dari tahun 2016-2017 mengalami peningkatan penduduk sebesar 1.13%, peningkatan penduduk dari tahun 2017-2018 adalah 1.12%.

Berdasarkan Tabel 3.3 menggambarkan jumlah populasi penduduk di daerah Jakarta Utara berdasarkan jenis kelamin pada tahun 2013. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.3



Tabel 3.3

Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Jakarta Utara

Tahun 2013 (dalam Jiwa)

Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Total
Tanjung Priok	152.584	153.767	306.351
Mademangan	76.962	72.634	149.596
Kelapa Gading	189.757	185.438	375.195
Koja	146.761	141.465	288.266
Penjaringan	73.103	81.465	154.568
Cilincing	184.992	186.384	371.376
Jakarta Utara	824.159	821.153	1.645.312

Sumber : Badan Pusat Statistik, Tahun 2013

Berdasarkan Tabel 3.3 yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik tahun 2013, dapat disimpulkan bahwa penduduk di Kelapa Gading adalah yang terbanyak di antara kecamatan lain di daerah Jakarta Utara. Oleh sebab itu, Rumah Refleksi merasa yakin memilih lokasi di daerah Kelapa Gading, Jakarta Utara.

D. Analisis CPM

Matriks Profil Kompetitif (*Competitive Profile Matrix*—CPM) mengidentifikasi pesaing-pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khusus mereka dalam hubungannya dengan posisi strategis perusahaan sampel. Faktor keberhasilan penting (*critical success*) dalam Matriks Profil Kompetitif mencakup baik isu-isu internal maupun eksternal; karenanya, peringkatnya mengacu pada kekuatan dan kelemahan, dimana 4 = sangat kuat, 3=kuat, 2 = lemah, dan 1 = sangat lemah. (Fred R. David, 2009:160).



Dari indikator di atas, Rumah Refleksi melakukan pengamatan langsung ke beberapa pesaing mengenai beberapa faktor-faktor keberhasilan penting dimana Faktor tersebut terbagi menjadi faktor internal maupun eksternal. Faktor internal tersebut terdiri dari Tenaga Terapis, Media Terapi, Harga, dan Pelayanan Jasa. Sedangkan untuk faktor eksternalnya, Rumah Refleksi menganalisis dari segi Lokasi Strategis, Tempat Usaha, Promosi, dan Pangsa pasar. Kedua faktor tersebut menjadi alasan dalam menganalisis CPM yang tercermin pada tabel 3.4.

Tabel 3.4 menunjukkan Matriks CPM yang dimiliki oleh tempat refleksi Rumah Refleksi.

Tabel 3.4
Rumah Refleksi
Analisis CPM

Faktor-faktor Keberhasilan Penting	Rumah Refleksi			Spring Refleksi		Ten Lounge and Reflexology	
	Bobot	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Tenaga Terapis	0,20	3	0,60	4	0,80	3	0,60
Media Terapi	0,10	4	0,40	3	0,30	3	0,30
Harga	0,10	4	0,40	3	0,20	2	0,20
Pelayanan Jasa	0,10	3	0,30	4	0,40	3	0,30
Lokasi Strategis	0,15	3	0,45	2	0,30	2	0,30
Tempat Usaha	0,10	3	0,30	2	0,20	1	0,10
Promosi	0,15	3	0,45	3	0,45	2	0,30
Pangsa Pasar	0,10	1	0,10	3	0,30	2	0,20
Total	1,00		3		2,95		2,3

Dari tabel 3.4 dapat disimpulkan bahwa pesaing terbesar Rumah Refleksi adalah Spring Refleksi dengan skor sebesar 2,95 dan Kekuatan Mayor Spring Refleksi terletak pada Tenaga terapis dan promosi. Dimana pada Tabel 3.4 dapat kita analisis bahwa Spring Refleksi memiliki kekuatan mayor dari faktor Tenaga Terapis, Pelayanan Jasa, dan Pangsa Pasar bila dibandingkan dengan yang lainnya hal ini terjadi karena mengingat pengalaman Spring



Refleksi yang terlebih dahulu terjun dalam bisnis Pijat Refleksi bila di bandingkan dengan Rumah Refleksi.

Untuk Rumah Refleksi sendiri dapat kita lihat memiliki kekuatan Mayor faktor Media terapi, Harga, Lokasi yang strategis, dan Tempat usaha dapat lebih unggul bila di bandingkan dengan pesaing utamanya Spring Refleksi. Faktor media terapi yang digunakan berbeda dari kebanyakan tempat pijat refleksi menjadikan rumah refleksi menjadi *alternative* pilihan Tempat Pijat Refleksi, karena hasil akhir penggunaan media terapi tidak menimbulkan rasa lengket bagi penggunanya. Dari segi Harga pun Rumah Refleksi mampu menawarkan harga lebih murah dibandingkan tempat refleksi lainnya. Sedangkan untuk lokasi usaha pemilihan Kelapa Gading sebagai tempat berdirinya Rumah Refleksi di nilai cukup potensial dan memiliki peluang berkembang mengingat Kelapa Gading sebagai sentral kegiatan bisnis dan *entertainment*.

D. Analisis SWOT

Proses Analisis SWOT melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung. Analisis yang dilakukan menggunakan matriks SWOT yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi: Strategi SO (kekuatan-peluang), WO (kelemahan-peluang), ST (kekuatan-ancaman), dan WT (kelemahan-ancaman). Berikut akan dijelaskan mengenai analisis faktor internal dan eksternal perusahaan.

1. Kekuatan (*Strenght*)

- a. Lokasi yang strategis, yang dapat dengan mudah di akses oleh konsumen dengan menggunakan kendaraan pribadi atau angkutan umum.



b. Harga yang kompetitif, Rumah Refleksi menawarkan harga yang lebih murah di bawah para pesaing potensialnya. Hal ini menjadi daya tarik untuk konsumen yang peka terhadap harga.

c. Kenyamanan suasana dan kebersihan tempat berlangsungnya kegiatan refleksi, kenyamanan didapat dari suasana ruangan terapi yang tenang dan memiliki aroma yang mengembalikan *mood* peserta yang letih menjadi relaks dan bersemangat kembali dalam menjalankan kegiatan. Privasi setiap peserta pun dijaga dengan tirai pembatas juga dapat memberikan rasa nyaman.

d. Dukungan Pelayanan yang Maksimal dari Rumah Refleksi sebagai penyedia jasa dengan menyediakan terapis yang *professional* dan ramah yang dapat memberikan rasa *safety* bagi peserta terapi karena setiap terapis dipilih berdasarkan *background* dan kemampuannya dalam memahami titik-titik saraf manusia.

e. Fasilitas Pendukung lain yang memberikan nyaman lebih kepada peserta terapi, yang meliputi wifi, LCD TV, dan DVD Player.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

a. Pada awal usaha, diperkirakan pengunjung / member di Rumah Refleksi akan sedikit. Hal itu dikarenakan Rumah Refleksi belum dikenal secara luas oleh masyarakat sekitar dan masih baru.

b. Masih sedikitnya Sumberdaya Manusia pada beberapa bagian, sehingga berdampak pada kualitas pelayanan.

c. Sistem balas jasa hanya berupa gaji bulanan dan THR, hal ini terjadi karena sebagai bisnis baru kurangnya ketersediaan sumber dana yang ada.

3. Peluang (*Opportunities*)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



- a. Kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan yang diperoleh secara alami, sehingga *reflexology centre* tidak lagi dipandang sebagai sebuah *life style* namun sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas hidup.

- b. Masyarakat yang mengutamakan kenyamanan selama beraktifitas di *reflexology centre* .
- c. Perkembangan aneka jenis media *theraphy* yang digunakan.
- d. Produk yang dapat dijadikan sponsor kegiatan refleksi.

4. Ancaman (*Threats*)

- a. Banyaknya pesaing-pesaing yang muncul dengan konsep yang lebih inovatif serta memiliki modal yang cukup besar.
- b. Beberapa *reflexology centre* yang memberikan konsep *franchising* dan menawarkan *support system* yang handal dan berpengalaman.
- c. Promosi yang dilakukan oleh pesaing.

Berikut ini adalah tabel analisis Matrix SWOT yang merupakan strategi yang akan digunakan oleh perusahaan untuk mengantisipasi peluang dan ancaman yang akan datang di masa yang akan datang melalui kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan.



Tabel 3.5
Rumah Refleksi
Analisis Matrix SWOT

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-undang 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya atau sebagian dari pokok pikiran, kesimpulan, atau data yang terdapat dalam karya ini tanpa izin IBI KKG. 2. Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.	Strengths (Kekuatan) 1. Media <i>Theraphy</i> yang unik 2. Harga yang kompetitif 3. Kebersihan Ruang Refleksi 4. Pelayanan yang ramah 5. Fasilitas Pendukung , seperti Lahan Parkir dan akses <i>wifi</i>	Weaknesses (Kelemahan) 1. <i>Brand Name</i> yang belum <i>familiar</i>. 2. Standar Operasional yang belum terpenuhi. 3. Sistem Balas Jasa hanya berupa gaji bulanan dan THR
Opportunities (Peluang) 1. Adanya kesadaran pentingnya menjaga kesehatan 2. Konsumen yang mengutamakan kenyamanan 3. Adanya perkembangan media <i>theraphy</i> dan variannya 4. Produk yang dapat dijadikan sponsor Refleksi	Strategi SO 1. Melakukan <i>Open House</i> setiap awal bulan (S1, S4, O1, O2) 2. Melakukan promosi di daerah target pasar (S2, O1) 3. Pengaplikasian media <i>theraphy</i> yang sebagai variasi pelayanan jasa bagi peserta <i>theraphy</i> (S3, O3) 4. Mengajak produsen untuk menjadi sponsor (S5, O4)	Strategi WO 1. Melakukan promosi di daerah target pasar (W1, O1, O3) 2. Bekerja sama dengan pihak sponsor untuk memperkenalkan Rumah Refleksi (W1, O4) 3. Meningkatkan kualitas SDM dengan sistem <i>training</i> dan sistem insentif (W2, W3, O2)
Threats (Ancaman) 1. Munculnya pesaing yang lebih inovatif 2. <i>Reflexology Centre Franchising</i> yang memiliki <i>support system</i> 3. Promosi yang dilakukan oleh pesaing	Strategi ST 1. Menjaga Kualitas pelayanan dalam hal pemeliharaan fasilitas dan tenaga terapis (S3, S4, T1, T2) 2. Melakukan kegiatan promosi melalui sarana media elektronik seperti web, melalui media cetak, mengadakan refleksi <i>event</i> atau mengadakan <i>coaching clinic</i> dengan tenaga terapis (S1, S2, S5, T3)	Strategi WT 1. Melakukan variasi promosi yang berbeda setiap beberapa bulan sekali (W1,T3) 2. Melakukan peningkatan kualitas sistem pelayanan kepada konsumen (W2, W3, T2) 3. Membangun hubungan baik dengan konsumen dengan mengadakan sistem <i>member</i> (W2, W3, T1)

Sumber: Hasil Observasi Rumah Refleksi, 2013



BAB IV

GAMBARAN USAHA

Didalam sebuah bisnis diperlukan suatu perencanaan bisnis yang jelas dan terperinci mengenai bisnis yang akan didirikan dan dikembangkan. Hal ini dilakukan agar para calon investor dapat mengetahui bagaimana bisnis tersebut dijalankan, cakupan bisnisnya serta bagaimana prospek bisnis tersebut kedepannya.

A. Visi Perusahaan

Setiap usaha yang baru berdiri harus mengetahui terlebih dahulu tujuan jangka panjang dan tujuan untuk mencapai sesuatu yang lebih baik. Kata visi berasal dari bahasa Inggris yaitu *vision*, yang dapat diterjemahkan sebagai pandangan yang jauh ke depan. Visi (Linda Pinson, 2009:50) adalah sesuatu yang ingin dicapai oleh organisasi/perusahaan dan menentukan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan/sasaran. Visi dari Rumah Refleksi adalah **“menjadi tempat pijat refleksi terfavorit di Jakarta yang menyajikan keunikan yang berbeda dengan tempat pijat refleksi lainnya.”**

B. Misi Perusahaan

Misi (Linda Pinson, 2009:51) adalah memproyeksikan dimana perusahaan berada dalam masa yang akan datang. Pernyataan misi menggambarkan tujuan dasar perusahaan dan menjelaskan apa yang akan dicapai oleh perusahaan.

Misi dari Rumah Refleksi antara lain :



1. Menjadi tempat refleksi yang berkualitas dari segi mutu pelayanan, kualitas media *therapy* yang digunakan, serta menjaga kualitas pelayanan dan konsistensi harga bagi konsumen.

2. Menjadi Tempat Refleksi yang dapat mengembangkan variasi terapi pijat refleksi sehingga konsumen merasakan *benefit plus* dan mampu memberikan rasa relaks kepada konsumen setelah berkunjung ke Rumah Refleksi.

C Jasa

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008:368), jasa (*service*) adalah bentuk produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan pada dasarnya tak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan akan sesuatu.

Seringkali dikatakan bahwa jasa memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari barang atau produk-produk manufaktur. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008:392) sebuah perusahaan harus mempertimbangkan lima karakteristik utama dari jasa di dalam membuat program pemasarannya, yaitu:

1. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu objek, alat, atau benda; maka jasa adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*), atau usaha. Oleh sebab itu, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Bagi para pelanggan, ketidakpastian dalam pembelian jasa relatif tinggi karena terbatasnya *search qualities*, yakni karakteristik fisik yang dapat dievaluasi pembeli sebelum pembelian dilakukan. Untuk jasa, kualitas apa dan bagaimana



yang akan diterima konsumen, umumnya tidak diketahui sebelum jasa bersangkutan dikonsumsi.

2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Barang biasa diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.

3. *Variability / Heterogeneity* (berubah-ubah)

Jasa bersifat variabel karena merupakan non-standardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis tergantung kepada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi. Hal ini dikarenakan jasa melibatkan unsur manusia dalam proses produksi dan konsumsinya yang cenderung tidak bisa diprediksi dan cenderung tidak konsisten dalam hal sikap dan perilakunya.

4. *Perishability* (tidak tahan lama)

Jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Kursi pesawat yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni, atau kapasitas jalur telepon yang tidak dimanfaatkan akan berlalu atau hilang begitu saja karena tidak bisa disimpan.

5. *Lack of ownership*

Merupakan perbedaan dasar antara jasa dan barang. Pada pembelian barang, konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya. Mereka bisa mengkonsumsi, menyimpan atau menjualnya. Di lain pihak, pada pembelian jasa, pelanggan mungkin hanya memiliki akses personel atas suatu jasa untuk jangka waktu terbatas (misalnya kamar hotel, bioskop, jasa penerbangan dan pendidikan).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dari lima karakteristik diatas Rumah Refleksi termasuk jasa yang *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan) dimana menyediakan jasa pijat refleksi kaki dan tubuh dengan menggunakan *aromatherapy* sebagai mediator untuk *massage therapy*. Minyak *therapy* yang digunakanpun bukan minyak *therapy* biasa. Rumah Refleksi menggunakan aneka jenis minyak *aromatherapy*. Terapi yang menggunakan minyak *aromatherapy* sebagai media terapi dipilih masyarakat karena selain baik untuk kesehatan, terapi ini juga baik untuk mengembalikan mood peserta terapi dari rasa letih dan lelah. Rumah Refleksi sangat menjaga kebersihan tempat refleksi dan penciptaan suasana serta wangi ruangan yang berguna untuk memeberikan rasa nyaman dan rasa relaks bagi setiap konsumen yang akan melakukan terapi.

D. Ukuran Bisnis

1. Ukuran Perusahaan

Sesuai dengan Undang-Undang No 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah disebutkan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang ini. Sedangkan usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan



merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dapat dibedakan berdasarkan omzet dan asetnya dengan perincian sebagai berikut:

No.	Uraian	Asset	Omzet
1.	Usaha Mikro	Maks 500 jt	Maks 300 jt
2.	Usaha Kecil	>50 jt – 500 jt	> 300jt – 2,5 miliar
3.	Usaha Menengah	>500jt – 10 miliar	>2,5 miliar – 50 miliar

Sumber : <http://www.depkop.go.id/kriteria-usaha-mikro-uu-20-2008.html>

Ciri-ciri perusahaan kecil dan menengah di Indonesia, secara umum adalah:

1. Manajemen berdiri sendiri, dengan kata lain tidak ada pemisahan yang tegas antara pemilik dengan pengelola perusahaan. Pemilik adalah sekaligus pengelola dalam UKM.
2. Modal disediakan oleh seorang pemilik atau sekelompok kecil pemilik modal.
3. Daerah operasinya umumnya lokal, walaupun terdapat juga UKM yang memiliki orientasi luar negeri, berupa ekspor ke negara-negara mitra perdagangan.
4. Ukuran perusahaan, baik dari segi total aset, jumlah karyawan, dan sarana prasarana yang kecil.

Berdasarkan uraian di atas, maka Rumah Refleksi termasuk dalam usaha menengah. Hal ini dikarenakan asset yang dimiliki perusahaan di atas Rp 500.000.000.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Bentuk Badan Usaha

Berdasarkan bentuk struktur bisnis dan organisasi, maka Rumah Refleksi merupakan perusahaan dengan badan usaha perseorangan. Pendirian perusahaan menggunakan 100% modal sendiri dan menggunakan keuntungan transaksi sebagai tambahan modal. Perusahaan perseorangan adalah usaha yang dikelola dan diawasi oleh satu orang. Dimana keuntungan dan semua resiko dalam kegiatan perusahaan ditanggung oleh orang tersebut. (M.Fuad, 2009:65).

Perusahaan perseorangan menurut Yanto Sidik Praktiknya (2009:150), adalah jenis badan usaha yang paling sederhana yang dikelola oleh pemiliknya sebagai wirausaha (*owner manager*). Pemilik berhak atas semua asset bisnis. Di satu sisi, pengelola perusahaan memperoleh semua keuntungan perusahaan. Namun di sisi lain pula, perusahaan juga harus menanggung semua risiko yang timbul di dalam kegiatan perusahaan.

Setiap bentuk badan usaha memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Kelebihan dari bentuk badan usaha perseorangan antara lain mudah dibentuk dan diubarkan, bekerja dan pengelolaannya secara sederhana, tidak diperlukan kebijaksanaan pembagian laba dan kemudahan dalam pembagian keputusan. Sedangkan kekurangan dari perusahaan perseorangan adalah tanggung jawab yang tidak terbatas tetapi kemampuan manajemen yang terbatas, sumber dana terbatas pada pemilik serta risiko perusahaan ditanggung sendiri oleh pemilik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



E. Peralatan, Perlengkapan Kantor dan Sumberdaya Manusia

1. Peralatan dan Perlengkapan Rumah Refleksi

Peralatan merupakan segala benda yang digunakan untuk menunjang kegiatan perusahaan, baik dalam hal operasional maupun yang lainnya yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan. Perlengkapan merupakan segala benda yang digunakan untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan yang berumur ekonomis kurang dari satu tahun. Tenaga kerja adalah segala sumber daya manusia yang digunakan untuk menggerakkan kegiatan perusahaan. Berikut adalah tabel Perlengkapan, Peralatan yang dibutuhkan oleh perusahaan yang dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1
Rumah Refleksi
Perlengkapan Rumah Refleksi

Perlengkapan	Jumlah Barang	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
Kertas Komputer	6 rim	27.000	162.000
Alat Tulis	12 set	125.000	1.500.000
Tinta Printer	4 unit	150.000	600.000
Kertas Struk karbon	360 rol	38.000	1.368.000
Tissue Kertas	1080 pak	5.000	540.000
Majalah	20 unit	30.000	600.000
Koran	20 unit	7.500	150.000
Theraphy Set	100 unit	92.300	9.230.000
Kartu Nama	3 pak	25.000	75.000
Stapler + isi stapler	2 set	12.500	25.000
Sampel + tinta	1 set	50.000	50.000
TOTAL			14.150.000

Sumber : Lotte Mart, 2013

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBLKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBLKKG.



Tabel 4.2
Rumah Refleksi
Peralatan Pijat Refleksi

Nama Peralatan	Unit	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
Mesin <i>cashier</i>	1	4.000.000	4.000.000
Komputer	1	3.500.000	3.500.000
Printer	1	1.500.000	1.500.000
Telepon + Fax	2	250.000	500.000
CC TV Camera	10	1.150.000	11.500.000
Kasut kaki besar	1	110.000	110.000
Tamaman Artificial	10	550.000	5.500.000
Meja + Kursi Front Desk	2	4.500.000	9.000.000
Sofa + Meja Waiting Room	3	7.800.000	23.400.000
LCD TV	3	25.000.000	75.000.000
Jan Dinding	3	79.000	237.000
Tempat Majalah	3	350.000	1.050.000
Lampu Ruangan	2	49.000.000	98.000.000
AC	3	20.000.000	60.000.000
Tempat Sampah	3	750.000	2.250.000
Locker	20	550.000	11.000.000
Lemari penyimpanan	2	5.500.000	11.000.000
Rak Sepatu	2	200.000	400.000
Ember kayu	20	225.000	4.500.000
Shower	7	350.000	2.450.000
Tempat pencucian kaki	5	770.000	3.850.000
Kursi Refleksi set	20	2.000.000	40.000.000
Tempat Tidur Refleksi	10	2.000.000	20.000.000
Tirai Penghalang + Sling	30	500.000	15.000.000
Handuk Set + Baju Refleksi	40	250.000	10.000.000
Tas Set	20	250.000	5.000.000
Aromatherapy set	40	200.000	8.000.000
MP3 Player + Head Set	22	300.000	6.600.000
Antena Wifi	1	2.765.000	2.765.000
Speaker Aktif 6" 1 pasang	4	195.000	780.000
Meja + Kursi kecil	20	225.000	4.500.000
Dispenser	2	1.247.000	2.494.000
TOTAL			439.886.000

Sumber : Lotte Mart, 2013

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Sumberdaya Manusia

Rumah Refleksi memiliki 22 orang karyawan yang dibagi ke dalam 3 divisi, yaitu Divisi Pemasaran, Operasional dan Keuangan. Divisi Pemasaran terdiri dari satu orang manajer dan satu orang staf pemasaran. Divisi Operasional terdiri dari satu orang manajer, sepuluh orang terapis, dua orang resepsionis (*cashier*), dua orang kebersihan dan dua orang keamanan. Divisi Keuangan terdiri dari satu orang manajer dan satu orang staf keuangan. Berikut adalah daftar lengkap jumlah karyawan Rumah Refleksi.

Tabel 4.3
Rumah Refleksi
Sumberdaya Manusia

No.	Jabatan	Jumlah
1	Direktur	1
2	Manajer	3
3	Staf Pemasaran	1
4	Staf Keuangan	1
5	Terapis	10
6	Resepsionis (<i>cashier</i>)	2
7	Kebersihan	2
8	Keamanan	2
TOTAL		22

Direktur sebagai pemilik Rumah Refleksi sebagai pusat kegiatan dalam operasional, memiliki wewenang dan tanggung jawab kepada tiga manajer untuk menangani bidang pemasaran, keuangan, dan operasional kegiatan. Tiga manajer dipilih sesuai dengan kebutuhan untuk kegiatan promosi dan peningkatan pendapatan per bulan. Staff pada bagian pemasaran dan keuangan diperlukan sebagai pelengkap dalam penyusunan ide maupun realisasi nyata dilapangan secara tertulis atau *real*. Untuk tenaga terapis berjumlah sepuluh



orang terdiri dari lima orang pria dan lima orang wanita, hal ini dilakukan untuk memastikan kepuasan dan privasi konsumen dalam proses refleksi dikarenakan tidak semua konsumen bersedia dipijat dengan lawan jenis yang bukan muhrimnya. Perekrutan tenaga kebersihan dan satpam masing-masing berjumlah dua orang dikarenakan adanya pembagian tugas menjaga kebersihan dan keamanan setiap sudut tempat refleksi apakah di lantai satu atau dua, maupun didalam dan diluar gedung refleksi itu sendiri.

C. Latar Belakang Pemilik

Nama	: Stephanie
Tempat tanggal lahir	: Jakarta, 15 Mei 1988
Jenis Kelamin	: Perempuan
Usia	: 23 tahun
Alamat Rumah	: Jl. Baladewa no, F 187. Jakarta Pusat
Email	: birgita_stephanie@yahoo.com
Agama	: Katolik
Hobby	: Memasak dan Mendengarkan music

Stephanie lahir di Jakarta, 15 Mei 1988 merupakan pemilik tunggal dari Rumah Refleksi ini. Anak ke-1 dari 3 bersaudara merupakan putri tunggal dari pasangan Rudy Hartono dan Liang Siu Hian memiliki hobi memasak dan mendengarkan musik. Stephanie sejak kecil sudah dididik orang tua untuk menjadi seorang pengusaha. Ide bisnis *reflexology center aromatherapy* pun sudah dilirikinya karena keunikan dari bisnis tersebut. Karena saat ini memang banyak tempat refleksi, namun bagi Stephanie jarang tempat refleksi menggunakan



media *aromatherapy* sebagai sarana kegiatan refleksi, karena pada umumnya media *aromatherapy* hanya digunakan sebagai pewangi ruangan saja bukan dalam wujud minyak *aromatherapy*. Calon lulusan S-1 Sarjana Ekonomi dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie ini memiliki harapan, *reflexology center aromatherapy* semakin dikenal masyarakat Indonesia dan Rumah Refleksi dapat menjadi *market leader reflexology aromatherapy massage* di Jakarta.

Hari Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI KKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.



BAB V

RENCANA OPERASIONAL

Semua usaha manufaktur maupun jasa harus memiliki perencanaan operasional sebagai bagian dalam perencanaan bisnis. Hal ini dimaksudkan untuk menjelaskan langkah-langkah yang lengkap dari sebuah operasi bisnis, yang memiliki tujuan agar setiap proses kegiatan yang berlangsung dapat dengan mudah dipahami dan dijelaskan kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

Perbedaan antara perusahaan manufaktur dan perusahaan jasa adalah bahwa perusahaan jasa tidak dapat dilihat secara kasat mata langkah-langkah dari produk yang dihasilkannya, karena produk dari perusahaan jasa tidak dapat disentuh maupun dilihat seperti produk buatan perusahaan manufaktur.

A. Proses Pelayanan Jasa

Proses pelayanan yang diberikan oleh Rumah Refleksi tidak jauh berbeda dengan pelayanan jasa *reflexology center* lainnya. Dalam melayani konsumennya, Rumah Refleksi berhubungan langsung dengan konsumen sehingga karyawan tahu pasti kebutuhan dan keinginan konsumen. Rumah Refleksi memiliki keunikan tersendiri bagi mereka yang ingin menikmati pijat refleksi dengan pelayanan terbaiknya. Rumah Refleksi menyediakan *massage full body* maupun *massage foot and hand* dengan menggunakan media minyak *aromatherapy* dan *sub* yang tidak disediakan oleh *reflexology center* lainnya. Setiap proses terapi yang dilakukan di Rumah Refleksi dijaga privasinya baik individu maupun secara kelompok, Karena antar peserta terapi dibatasi tirai yang dapat dibuka atau tutup sesuai dengan



keinginan. Saat antar peserta terapi menginginkan ketenangan dan kenyamanan terapi secara individu, tirai dapat ditutup secara penuh dari peserta lainnya, demikian halnya saat menginginkan suasana kebersamaan dalam proses terapi tirai dapat dibuka agar memudahkan komunikasi langsung dengan bertatap muka antar peserta terapi.

Proses pelayanan Rumah Refleksi tidaklah rumit, konsumen dapat membooking dengan datang langsung ke kasir dengan menyebutkan nama dan nomor handphone yang bisa dihubungi atau langsung melakukan proses refleksi. Ketika tempat refleksi sudah tersedia maka konsumen bisa memulai *reflexology massage*, dengan terlebih dahulu mengganti sepatu dengan sandal dan celana panjang dengan celana pendek bagi peserta terapi yang menggunakan sepatu dan celana panjang sebelum dibersihkan kakinya di tempat pencucian kaki. Hal ini dilakukan bagi peserta terapi yang ingin melakukan *massage* pada tangan dan kaki saja yang biasa disebut pijat refleksi, sedangkan untuk proses pijat kombinasi peserta terapi mengawali proses terapi dengan mengganti baju dengan baju kain yang disediakan agar tidak menimbulkan noda dibaju peserta terapi. Setelah proses penggantian baju atau celana, peserta terapi dapat menyimpan sepatu atau baju dan tasnya di loker berkunci agar memudahkan proses terapi sehingga dapat mencegah tertinggalnya barang-barang berharga di tempat refleksi. Penjelasan proses pelayanan *reflexology center* dapat dilihat pada gambar berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

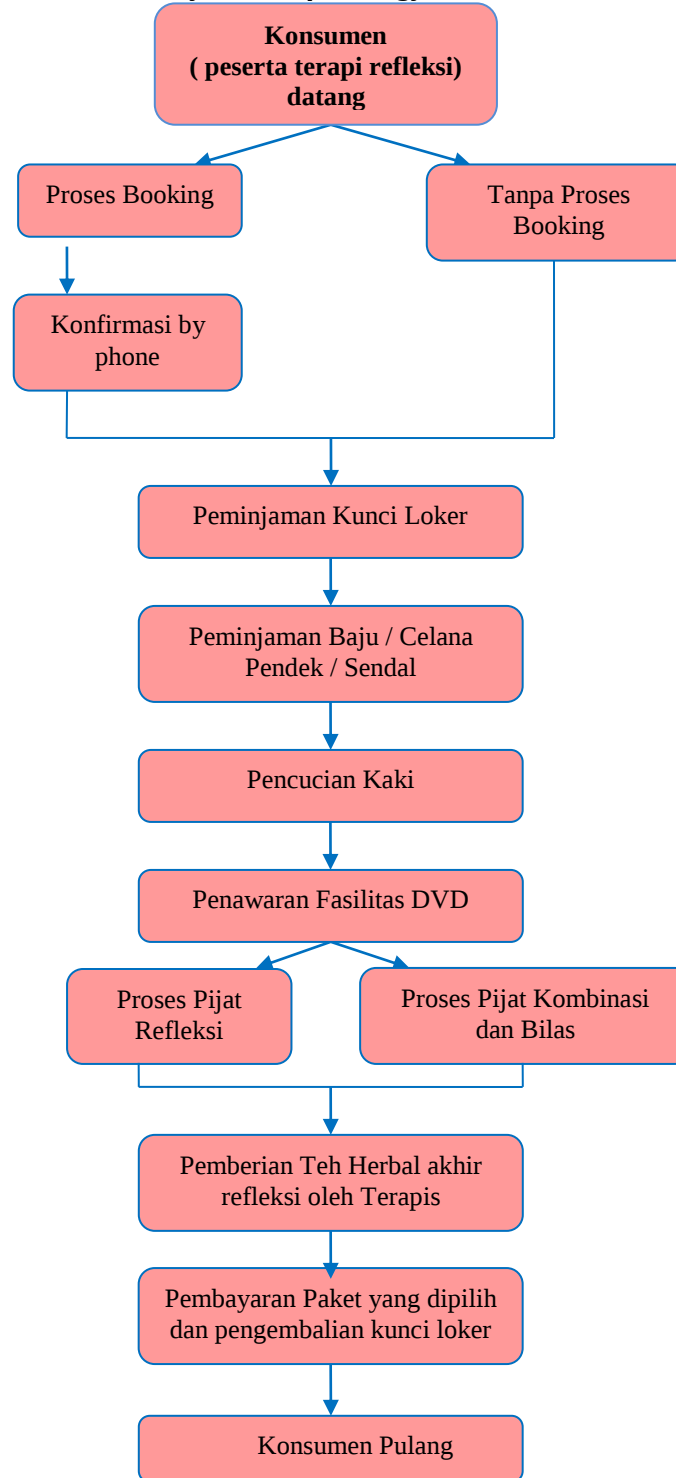
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Gambar 5.1
Rumah Refleksi
Proses Pelayanan *reflexology center*



Sumber: Rumah Refleksi, 2013

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Keterangan:

Gambar 5.1 Menjelaskan tahapan-tahapan dari berlangsungnya kegiatan operasional pada

Rumah Refleksi, dimana tahapan tersebut terdiri dari:

1. Pelayan yang bertugas membuka dan menutup pintu menyambut datangnya konsumen secara ramah dan senyuman dengan kata sambutan “*welcome in Rumah refleksi* “ , selanjutnya pelayan langsung mempersilakan konsumen ke meja resepsionis untuk memilih jasa yang tersedia di Rumah Refleksi.
2. Setelah konsumen berada di meja resepsionis selanjutnya pihak resepsionis akan mengajukan pertanyaan apakah sebelumnya sudah *booking* lewat telepon atau belum, jika konsumen sudah mengalami proses *booking by phone* maka secara otomatis akan mendapatkan nomor urutan mengikuti antrian yang ada apabila dikondisikan Rumah Refleksi berada di posisi ramai. Selanjutnya pihak resepsionis akan bertanya jenis pelayanan jmelihat asa apa yang menjadi pilihan *treatment* refleksi konsumen.
3. Setelah konsumen memilih pilihan jasa yang diinginkan selanjutnya konsumen akan di berikan pinjaman kunci loker berupa karet gelang spiral yang bisa memudahkan konsumen menyimpan kunci loker. Peminjaman kunci loker disini dimaksudkan untuk kemudahan konsumen dalam proses Refleksi, dimana konsumen tidak perlu merasa khawatir atau was-was akan tas atau barang bawaan yang tertinggal ketika menjalani proses refleksi karena konsumen dapat menyimpan segala bentuk barang bawaan di dalam masing-masing loker yang tersedia yang telah diberikan nomor loker. Pada saat konsumen membuka loker pertama kali, konsumen akan langsung melihat tas plastik yang terdiri dari baju mandi dan celana ganti pinjaman di dalamnya dan sandal pengganti



bagi konsumen yang memakai sepatu. Hal ini tersedia agar memudahkan proses refleksi yang berlangsung secara menyeluruh pada setiap anggota tubuh konsumen.

4. Setelah konsumen menyimpan semua barang bawaan di dalam loker yang tersedia dan mengganti celana panjang dengan celana pendek yang tersedia dan sandal yang tersedia selanjutnya masuk ke tahapan proses pencucian kaki dengan rendaman air hangat yang telah diberikan *essence aromatherapy* sambil disertai pijat di bagian punggung sambil menunggu rendaman air hangat meresap ke kaki konsumen sekitar 5-10 menit.

5. Sambil di pijat terapis akan bertanya kepada konsumen mengenai pemutaran DVD yang tersedia, apakah selama proses refleksi berlangsung pihak konsumen ingin diselingi dengan nonton atau tidak karena konsumen yang datang berbeda-beda keinginan.

6. Selanjutnya setelah proses perendaman dengan air hangat dan di bilas, konsumen akan di baring ke dalam ruangan refleksi yang di pilih, karena proses yang di lakukan berbeda antara proses pijat refleksi dan pijat kombinasi. Satu hal yang sama adalah semua proses memiliki wilayah *privacy* bagi setiap konsumen karena dilakukan di ruangan tertutup.

7. Proses refleksi berlangsung sesuai paketan yang dipilih konsumen dan setelah proses berakhir maka pihak terapis menyediakan teh herbal atau air putih untuk menutup rangkaian proses refleksi. Proses pemberian the disini untuk menetralsir otot-otot atau saraf yang tegang agar kembali segar dan relaks setelah melakukan pijat refleksi.

8. Selanjutnya konsumen mengambil barang bawaan dari loker yang tersedia lalu mengembalikan kunci loker kepada pihak kasir sambil melakukan pembayaran. Dan pemberian *stamp* bagi pihak *member*.

9. Dan yang terakhir konsumen meninggalkan tempat refleksi Rumah Refleksi setelah semua rangkaian proses jasa terpenuhi.



Tarif untuk menikmati layanan Rumah Refleksi dapat dilihat pada tabel 5.2 berikut:

Gambar 5.2
Rumah Refleksi
Tarif Pelayanan Jasa Refleksi

	Jenis Terapi Refleksi	waktu Refleksi	Tarif
1	Pijat Refleksi	30 menit	Rp 45.000,-
2	Pijat Refleksi	45 menit	Rp 57.000,-
3	Pijat Kombinasi	30 menit	Rp 70.000,-
4	Pijat Kombinasi	45 menit	Rp 100.000,-
5	Pijat Kombinasi <i>with scrub</i>	30 menit	Rp 100.000,-
6	Pijat Kombinasi <i>with scrub</i>	45 menit	Rp 150.000,-

Sumber: Rumah Refleksi, 2013

Rumah Refleksi beroperasi selama tujuh hari dalam seminggu (Senin-Minggu) dengan jam kerja mulai pukul 10.00-22.00 WIB. Jam kerja dibagi atas dua shift, shift pertama dari pukul 08.00-15.00 WIB, sedangkan shift kedua dari pukul 15.00-22.00 WIB, setiap shiftnya paling sedikit ada lima belas karyawan yang bekerja sebagai tenaga terapis, petugas kebersihan dan keamanan, resepsionis, manajer dan staf. Selain dibagi atas dua shift, ada juga lemburan, dimana karyawan bekerja penuh waktu dari pukul 08.00-22.00 WIB dengan waktu istirahat yang diberikan pada pukul 16.00-17.00 WIB. Jam kerja lembur diterapkan pada hari-hari libur nasional, dimana jumlah tamu yang berdatangan lebih banyak dibandingkan dengan hari biasanya. Pada masa ini seluruh karyawan diberlakukan sistem *long shift*.

B. Bangunan Fisik

Menurut UU No. 28 Tahun 2002, yang dimaksud dengan bangunan gedung adalah wujud fisik hasil pekerjaan konstruksi yang menyatu dengan tempat kedudukannya, sebagian atau seluruhnya berada di atas dan/atau di dalam tanah dan/atau air, yang berfungsi sebagai



tempat manusia melakukan kegiatannya, baik untuk hunian atau tempat tinggal, kegiatan keagamaan, kegiatan usaha, kegiatan sosial, budaya, maupun kegiatan khusus.

Bangunan gedung diselenggarakan berlandaskan asas kemanfaatan, keselamatan, keseimbangan, serta keserasian bangunan gedung dengan lingkungannya.

Bangunan gedung Rumah Refleksi akan direncanakan memiliki luas bangunan $20 \times 30 \text{m}^2$ terdiri dari 2 lantai yang telah didesain agar nyaman dalam penggunaannya, serta tidak mengancam unsur keselamatan konsumen.

Lantai 1 dari *reflexology center* Rumah Refleksi, terdapat satu buah pintu masuk kaca di mana pelanggan dapat akses melalui lobi depan. Terdapat meja resepsionis yang digunakan untuk melakukan booking atau pemesanan jasa refleksi. Terdapat beberapa ruangan yang ada di lantai 1, antara lain:

1. Ruang Penyimpanan Peralatan Terapi Pijat refleksi atau pijat kombinasi. Ruang ini memiliki fungsi sebagai tempat menyimpan peralatan yang dibutuhkan sewaktu terapi seperti baju terapi, handuk, serta celana pendek dalam sebuah lemari penyimpanan agar memudahkan sewaktu pencarian dan tertata rapi. Selain itu terdapat tempat penyimpanan ember untuk merendam kaki, peralatan teh, dan lain-lain
2. Ruang Penyucian kaki. Ruang ini diperuntukkan untuk para pengunjung dalam mengawali kegiatan refleksi, dimana setiap pengunjung dibersihkan dulu kakinya dari debu atau kotoran yang mungkin saja menempel selama perjalanan, sehingga khasiat dari minyak aromatherapy yang diaplikasikan dapat dirasakan manfaatnya secara nyata.
3. Ruang ganti untuk laki-laki dan perempuan (*men and ladies room*). Ruang ini digunakan pelanggan untuk menyimpan barang di loker yang telah disediakan. Selain



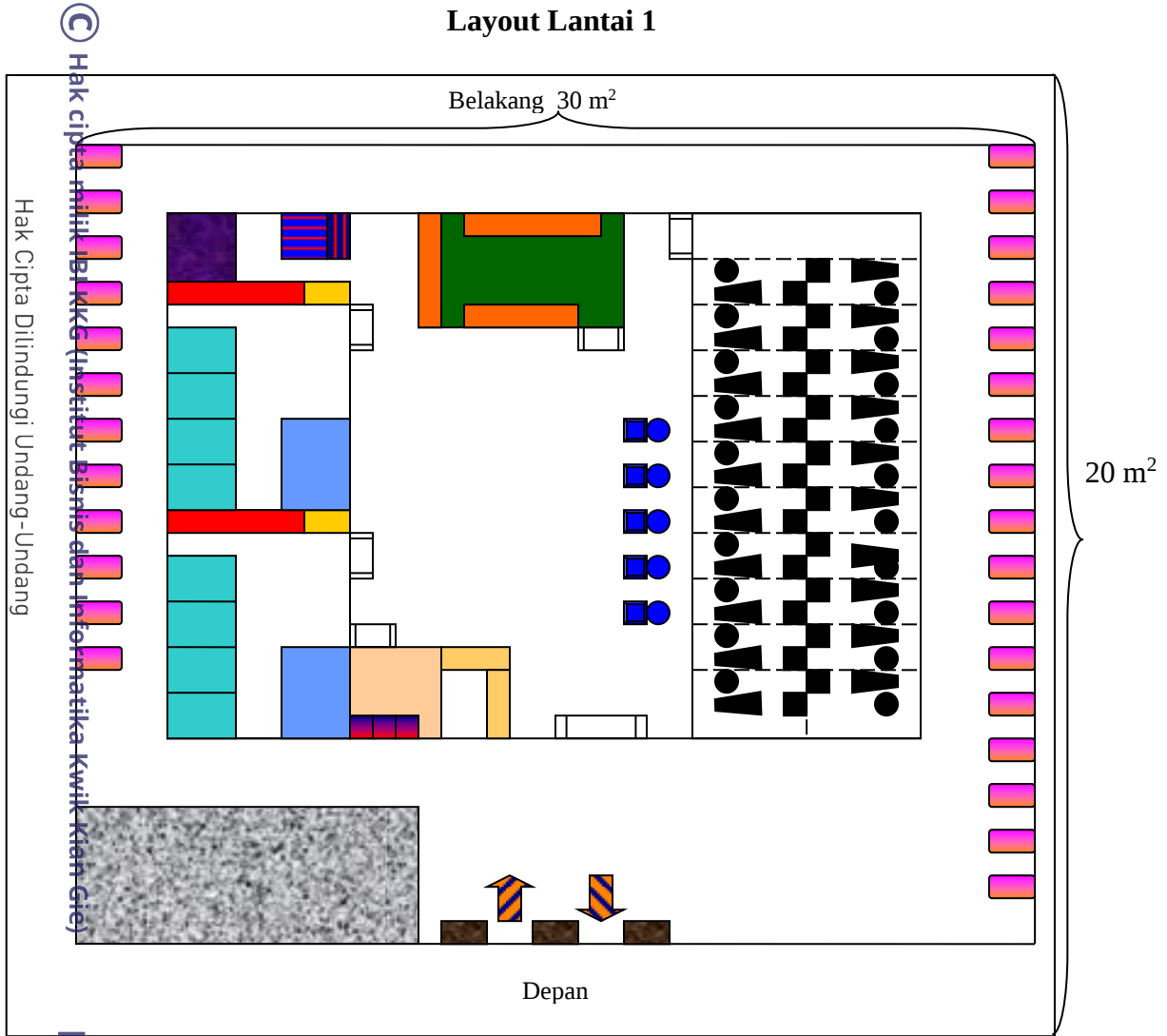
itu, disediakan sebuah Rak sepatu untuk menyimpan sepatu dan menggantinya dengan sandal selama proses terapi.

4. Ruang Pijat Refleksi. Ruang ini merupakan ruang utama bagi peserta terapi bagi yang memilih paket pijat refleksi dari paket yang disediakan oleh Rumah Refleksi. Dalam ruang ini terdiri dari 20 kursi pijat refleksi lengkap dengan tirai penghalang bagi setiap peserta terapi dalam melakukan proses pijat refleksi. Pada area ini bersifat terbuka baik untuk pria maupun wanita yang ingin melakukan refleksi.
5. Ruang Tunggu. Ruang ini disediakan bagi konsumen yang ingin menunggu giliran dalam melakukan terapi. Biasanya terjadi pada *weekend* dimana terjadi sistem booking karena jumlah konsumen yang datang secara bersamaan menunggu nomor antrian sesuai dengan waktu kedatangan. Dalam ruang ini disediakan akses TV, Wifi, dan majalah sebagai pengisi waktu tunggu.
6. Gudang. Ruang ini menyimpan semua perlengkapan *office boy* dan *office girl*.

Penjelasan mengenai denah lantai 1 Rumah Refleksi dapat dilihat pada gambar berikut.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI BKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI BKG.

Gambar 5.3
Rumah Refleksi
Layout Lantai 1



Keterangan:

- | | | | |
|--|--------------------------------|--|-------------------------|
| | : Pintu gerbang dan pos satpam | | : Parkir motor |
| | : Parkir mobil | | : Loker dan Rak Sepatu |
| | : Ruang Bilas | | : Toilet |
| | : Tempat Refleksi dan Tirai | | : Tempat Pencucian Kaki |
| | : Ruang dan Lemari Penyimpanan | | : Ruang Tunggu |
| | : Resepsionis | | : Gudang |
| | : Tangga | | : Pintu |

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



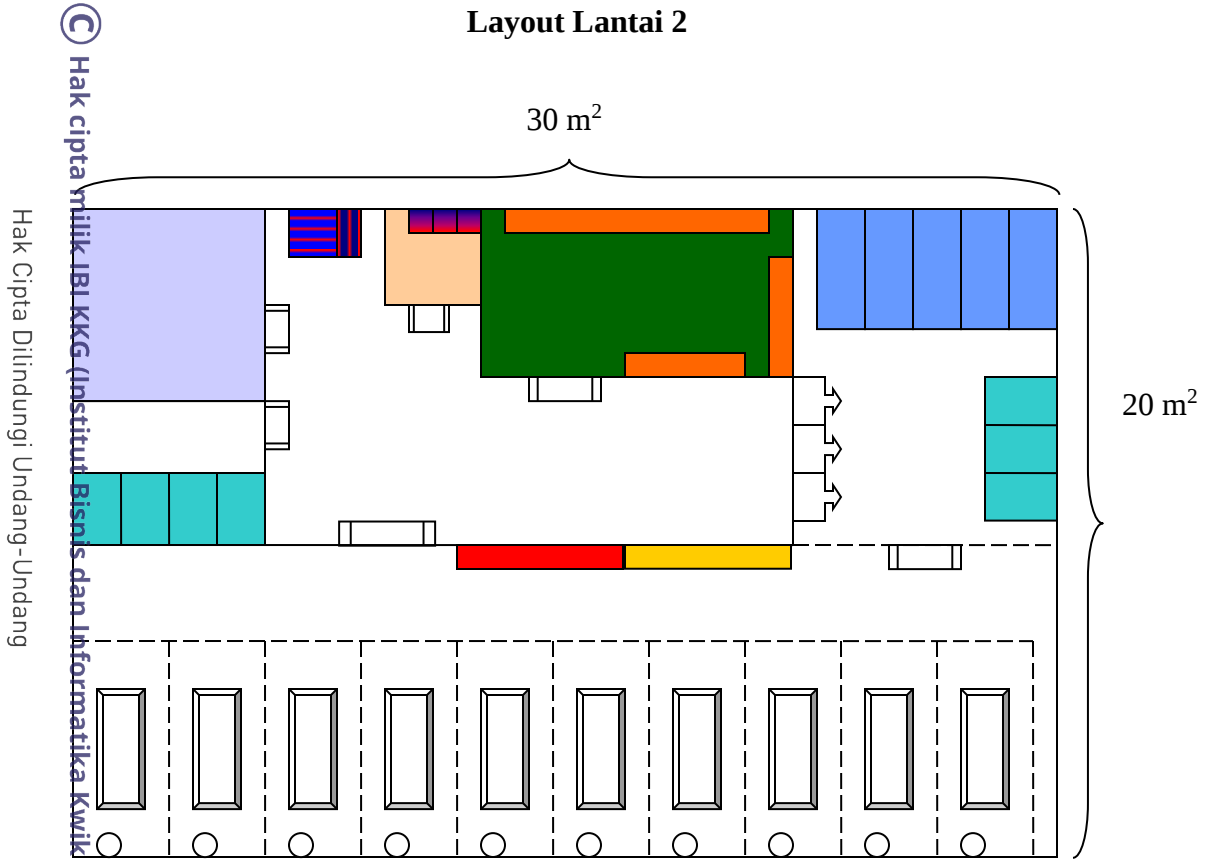
Lantai 2 dari *reflexology center* Rumah Refleksi diperuntukan untuk wanita saja karena jenis refleksi yang dilakukan dijaga privasinya untuk wanita, pelanggan dapat menemui beberapa ruangan, antara lain sebagai berikut:

1. Ruang Refleksi Kombinasi, di mana terdapat 10 Tempat tidur untuk pijat refleksi kombinasi yang menggabungkan pijat Tangan kaki dan seluruh anggota badan dengan media *aromatherapy* dan *scrub*. Ruang ini akan dilengkapi oleh sepasang speaker aktif dan beberapa alat untuk *aromatherapy* dalam bentuk lilin yang dibakar agar ruangan refleksi dapat memberikan kenyamanan bagi peserta terapi akibat aroma yang dihasilkan dan alunan musik klasik.
2. Ruang bilas, digunakan untuk membersihkan sisa terapi yang menempel dibadan bagi peserta terapi yang menginginkan kebersihan dan kenyamanan.
3. Ruang penyimpanan peralatan terapi, dimana ruangan ini terdiri dari beberapa lemari penyimpanan peralatan terapi baik yang dilakukan sebelum terapi, pada saat terapi, maupun setelah terapi agar tertata rapi dan memudahkan dalam pencarian saat proses terapi berlangsung, seperti penyimpanan baju kain untuk refleksi kombinasi, handuk, aneka media *aromatherapy* dan *scrub* yang digunakan dan lain-lain.
4. Kamar Kecil dan ruang tunggu bagi peserta terapi yang belum mendapatkan giliran terapi.
5. Ruang Istirahat karyawan, dimana ruangan ini disediakan demi kesejahteraan karyawan pada saat beristirahat dan mengembalikan tenaga saat kembali kerja.

Penjelasan mengenai denah lantai 2 Rumah Refleksi dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 5.4
Rumah Refleksi
Layout Lantai 2



Keterangan:

- | | | | |
|--|----------------------------------|--|----------------------------|
| | : Meja dan Tempat Tidur Refleksi | | : Ruang Istirahat Karyawan |
| | : Loker dan Rak Sepatu | | : Toilet |
| | : Ruang Bilas | | : Meja Kaca dan Kursi rias |
| | : Ruang dan Lemari Penyimpanan | | : Ruang Tunggu |
| | : Tangga | | : Pintu |

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



C. Nama Pemasok

Pemasok membentuk hubungan penting dalam keseluruhan sistem penghantar nilai perusahaan. Pemasok menyediakan sumber daya yang diperlukan oleh perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasanya.

Pemilihan pemasok, atau biasa juga disebut supplier, dapat digunakan multi kriteria (finansial dan non finansial), dimana terdapat lima kriteria, yaitu:

1. *Quality*. Kriteria ini menilai supplier dari segi kualitas terhadap produk yang dihasilkan oleh supplier. Bagi sebuah perusahaan yang tidak membuat sendiri bahan bakunya dalam artian bahan baku diperoleh dari pihak ketiga (*supplier*), maka kualitas material dari supplier harus menjadi pengawasan yang utama demi menghasilkan produk yang bermutu.
2. *Cost*. Kriteria biaya material yang dipasok oleh supplier merupakan kriteria finansial yang menjadi pertimbangan utama setiap pabrik dalam memilih supplier. Hal yang menjadi dasar pertimbangan pemilik adalah adanya harga yang ditawarkan supplier terkadang disertai dengan diskon atau promosi menarik barang-barang yang dibutuhkan, dimana selisih harga menjadi keuntungan tersendiri.
3. *Delivery*. Kriteria ini menilai supplier dari segi pelayanan pengiriman bahan baku.
4. *Flexibility*. Kriteria ini menilai supplier dari segi kemampuan supplier memenuhi permintaan terhadap perubahan jumlah dan waktu.
5. *Responsiveness*. Kriteria ini menilai supplier dari segi kemampuan supplier dalam merespon masalah maupun permintaan.

Berikut beberapa nama pemasok Rumah Refleksi:



Gambar 5.5
Rumah Refleksi
Daftar Pemasok Peralatan dan Perlengkapan

No.	Nama Pemasok	Alamat	No.Telepon	Kategori Pemasok
1.	Grosir Sipfirma	Jl. Pondok Gede no.184 – Jakarta Timur	(021)-70795643 / 0812-88893868	Aromatherapy Tools and Property
2.	Lotte Mart	Boulevard Barat Kelapa Gading – Jakarta Utara	(021)-4523811	Tools and Property
3.	Modok Elektronik	Jl. Kelapa Gading Boulevard TT2 no.14-16 - Jakarta	(021)-4513127	Computer and electronics
4.	ACE Hardware	Mall Artha Gading	(021)-45864400	Tools and Property
5.	Gramedia	Mall Kelapa Gading lt.II	(021)-4526986	Tools and Property

Sumber: Hasil Observasi

D Rencana Awal Pendirian Usaha

Rencana operasi akan dilakukan dalam beberapa tahap. Tahapan tersebut beserta jadwal pelaksanaan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Survei dan sewa lokasi

Lokasi yang strategis menjadi pertimbangan bagi pemilik dalam mendirikan Rumah Refleksi ini. Lokasi yang diharapkan oleh pemilik yaitu lokasi yang berada ditengah – tengah atau dekat dengan fasilitas publik (sekolah, rumah sakit, dan supermarket) dan perumahan penduduk.

Pemilik telah menetapkan daerah Kelapa Gading sebagai lokasi yang ideal untuk pembangunan Rumah Refleksi meskipun terdapat beberapa pilihan lokasi yang menjanjikan dengan kriteria yang sama dengan keinginan pemilik.



Langkah selanjutnya adalah penyewaan lokasi. Hal ini tidak akan terlepas dari adanya negosiasi atau tawar menawar harga dengan pemilik lokasi. Bukti perjanjian sewa menyewa akan menjadi alat bukti hukum yang sah bagi pemilik untuk menjalankan Rumah Refleksi. Langkah survei dan sewa lokasi ini direncanakan akan berlangsung selama 2 bulan.

2. Renovasi Bangunan

Renovasi bangunan dilakukan setelah tercapainya kesepakatan antara pemilik dengan pemilik tanah. Bangunan akan direnovasi sesuai rancangan yang telah dibuat oleh pemilik, dengan bekerja sama dengan kontraktor yang telah dipilih oleh pemilik. Masa renovasi bangunan ini direncanakan akan berlangsung selama 9 bulan.

3. Pembuatan Dokumen Sehubungan Dengan Usaha

Pembuatan dokumen yang berhubungan dengan usaha sangat diperlukan sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan pemerintah daerah Kota Jakarta. Dokumen yang akan dibuat meliputi:

a. Izin Usaha

Dokumen-dokumen yang diperlukan untuk mendapatkan izin usaha, yaitu :

- 1) Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) Badan Usaha / Perseorangan dari kantor pajak setempat.
- 2) Surat Tanda Daftar Perusahaan (STDP).
- 3) Surat Izin Tempat Usaha (SITU) dari Pemda setempat.
- 4) Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).

b. Izin Lokasi

Dokumen-dokumen yang diperlukan sehubungan dengan izin lokasi, yaitu :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1) Surat Izin Usaha

2) Surat Rekomendasi dari RT/RW

3) Surat Rekomendasi dari Kecamatan

4) KTP

Pembuatan surat-surat perizinan ini direncanakan akan berlangsung selama 3 bulan.

4. Promosi

Promosi dilakukan dengan menggunakan program *Open House* pada setiap awal bulan untuk mengenalkan berbagai macam pelayanan jasa, desain interior, keramahan pelayanan jasa dan Kenyamanan Suasana yang ditawarkan. Informasi tersebut dilakukan melalui sarana *billboard* yang diletakkan di depan bangunan Rumah Refleksi dan melalui pembagian brosur yang dibagikan disekitar Rumah Refleksi berdiri. Promosi pada tahun 2014 ini dilakukan untuk memperkenalkan Rumah Refleksi yang akan beroperasi pada tahun 2015. Proses promosi ini direncanakan berlangsung selama 6 bulan.

5. Pemesanan barang dari pemasok dan penempatannya

Pemesanan barang sudah dapat dilakukan oleh pemilik kepada para pemasok barang yang sudah ditentukan pada bualan 10 atau minimal 3 bulan sebelum kegiatan opening. Langkah pemesanan barang dan penempatannya akan direncanakan berlangsung selama 3 bulan.

6. Penempatan Barang

Penempatan barang sesuai dengan tata letak yang dimiliki pemilik direncanakan 2 bulan sebelum pembukaan dari proses penempatan hingga penambahan interior yang dibutuhkan.

7. Rekrutmen Sumber Daya Manusia

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam rencana operasi ini, pemilik akan melakukan seleksi terhadap Sumber Daya Manusia, baik secara tertulis, praktek dan wawancara. Setelah melakukan seleksi, maka akan dilakukan penempatan dan pelatihan tenaga kerja. Perekrutan Sumber Daya Manusia ini direncanakan akan berlangsung 2 bulan.

8. Opening

Opening sudah ditetapkan pemilik awal tahun 2015 yakni pada 1 Januari 2015.

Berikut jadwal kegiatan rencana operasi Rumah Refleksi yang dapat digambarkan dapat tabel berikut:

Tabel 5.6
Rumah Refleksi
Jadwal Kegiatan Rencana Operasi Tahun 2014 - Januari 2015

Kegiatan	Bulan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1
Survei dan sewa lokasi		X	X											
Renovasi Bangunan				X	X	X	X	X	X	X	X	X		
Pembuatan Dokumen Usaha					X	X	X							
Promosi								X	X	X	X	X	X	
Pemesanan barang											X			
Penempatan barang												X	X	
Rekrutmen SDM												X	X	
Opening														X

Sumber: Rumah Refleksi, 2013

E. Teknologi

Penggunaan teknologi berguna untuk membantu dapat mempermudah pekerjaan, sehingga berjalan lebih efisien. Penggunaan teknologi tidak harus yang baru, namun disesuaikan dengan keperluan dari bidang usaha yang dijalankan.

Beberapa teknologi yang digunakan oleh pemilik dalam berjalannya bisnis *reflexology center* Rumah Refleksi ini, antara lain:

1. Komputer dan internet



Komputer dapat sangat membantu dalam keseharian berlangsungnya operasional perusahaan. Dengan komputer, pemilik dapat mengetahui jumlah pelanggan yang datang setiap harinya. Selain itu, program komputer yang sudah ada mempermudah dalam menginput data, mengecek stok, membuat faktur penjualan, membuat faktur pembelian, update informasi, mengecek *email*, *internet banking*, dan sebagainya. Jaringan internet yang dipasang dipergunakan juga untuk sarana promosi melalui blog pribadi Rumah Refleksi baik untuk menampung pertanyaan konsumen di reflexyhouse.co.cc.

2. Wifi

Pemilik ingin memberikan suatu hal berbeda dari para pesaingnya dalam pelayanan refleksi dengan menyediakan sarana *Wifi* yang dapat diakses dengan mudah, khusus untuk para konsumen / pelanggan Rumah Refleksi.

3. Telepon dan Faximile

Pemilik menyediakan sarana untuk berkomunikasi dan mempermudah hubungan dengan *supplier* dan pelanggan. Baik memfollow up kebutuhan barang maupun promosi yang sedang berlangsung di Rumah Refleksi.

4. Mesin Kasir

Mesin kasir disini memudahkan dalam proses akhir dari rangkaian proses pelayanan jasa yang di berikan Rumah Refleksi terutama pada saat melakukan transaksi pembayaran jasa yang dipilih konsumen.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

BAB VI

RENCANA PEMASARAN



Hak cipta milik IBI Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Tujuan Pemasaran

Tujuan pemasaran yang ditetapkan Tempat Refleksi Rumah Refleksi adalah membangun *brand image* yang kuat sebagai tempat refleksi yang menggunakan media *aromatherapy* sebagai sarana pijat refleksi bagi konsumen di wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara. Untuk mencapai tujuannya, tempat refleksi Rumah Refleksi menyusun perencanaan pemasaran.

Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. (Kotler dan Armstrong, 2008:7).

Rencana Pemasaran adalah instrumen sentral untuk mengarahkan dan mengkoordinasikan usaha pemasaran. Rencana pemasaran beroperasi pada dua tingkat : strategis dan taktis. Rencana pemasaran strategis menjelaskan pasar sasaran dan proposisi nilai yang akan ditawarkan perusahaan, berdasarkan pada analisis peluang pasar terbaik, sedangkan rencana pemasaran taktis menspesifikasikan taktik pemasaran, termasuk fitur produk, promosi, penyediaan barang, penetapan harga, saluran penjualan, dan layanannya. (Kotler dan Keller, 2009:42).



B. Harga (Price)

Menurut M.Fuad (2009:129), harga adalah sejumlah kompensasi (uang maupun barang, kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa.

Harga merupakan suatu hal kritis dan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Jika perusahaan menetapkan harga yang tidak sesuai dengan segmen dan kualitas yang ditawarkan, akan membuat perusahaan mengalami penurunan penjualan sehingga akan mengurangi keuntungan yang diperoleh perusahaan.

Beberapa pendekatan umum yang dapat digunakan dalam penetapan harga menurut M.Fuad (2009:162), yaitu:

1. Penetapan Harga berdasarkan Harga Pokok

Metode penetapan harga yang paling sederhana adalah penetapan harga berdasarkan harga pokok yang dapat digunakan untuk satu jenis produk. Harga pokok untuk tiap jenis produk dapat di hitung melalui pembagian seluruh biaya dengan banyaknya produk yang dihasilkan. Berikut ini merupakan rumus untuk menggambarkan penetapan harga berdasarkan harga pokok:

$$\text{Harga Pokok} = \frac{\text{Total Biaya seluruhnya}}{\text{Total barang yang dihasilkan}}$$

Penetapan harga berdasarkan harga pokok dapat berhasil apabila tingkat penjualan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Akan tetapi penetapan harga yang berdasarkan harga pokok selalu dipilih karena beberapa alasan. Pertama,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dengan mengikatkan harga pada biaya, penjual dapat menyederhanakan penetapan harga. Penjual tidak perlu sering melakukan penyesuaian ketika harga berubah.

Kedua, ketika semua perusahaan dalam suatu industri menggunakan metode penentuan harga yang sama, harga cenderung sama, sehingga persaingan harga menjadi minimal. Ketiga, banyak orang merasa penetapan harga ini lebih adil bagi pembeli atau penjual. Penjual memperoleh pengembalian yang wajar bagi investasi tetapi tidak mengambil keuntungan dari pembeli pada saat permintaan melonjak.

Pendekatan penetapan harga yang berorientasi pada biaya juga dapat dilakukan dengan penetapan harga pada titik impas. Penetapan harga titik impas adalah menetapkan harga pada titik impas atas biaya pembuatan dan pemasaran sebuah produk atau menetapkan harga untuk menghasilkan laba yang diinginkan. Berikut ini adalah rumus yang digunakan dalam penetapan harga titik impas:

$$\text{Titik Impas (unit)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{(\text{Harga} - \text{Total Biaya Variabel})}$$

$$\text{Titik Impas (rupiah)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Margin Kontribusi}}$$

$$\text{Margin Kontribusi} = \frac{(\text{Total Penjualan} - \text{Total Biaya Variabel})}{\text{Total Penjualan}}$$

Penetapan Harga berdasarkan Nilai

Penetapan harga berdasarkan nilai adalah menetapkan harga berdasarkan persepsi pembeli mengenai nilai, bukan pada biaya yang ditanggung penjual. Penetapan harga berdasarkan nilai harus dapat menawarkan kombinasi yang benar-benar tepat antara kualitas dan layanan yang baik namun pada harga yang wajar.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 6.1

Metode Penetapan Harga Berdasarkan Nilai



Sumber : Philip Kotler dan Gary Armstrong Edisi 9 halaman 451

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Penetapan Harga berdasarkan Pesaing

Penetapan harga berdasarkan persaingan adalah menetapkan harga berdasarkan harga yang ditetapkan oleh para pesaing untuk produk yang sama.

Harga yang diajukan oleh perusahaan akan gagal bila berada terlalu tinggi untuk dapat menghasilkan permintaan dan bila terlalu rendah untuk menghasilkan keuntungan. Dalam penetapan harga, perusahaan harus mempertimbangkan sejumlah faktor internal dan eksternal lainnya, termasuk strategi dan bauran pemasaran secara keseluruhan, kondisi pasar dan permintaan, dan strategi serta harga dari para pesaing.

Penetapan harga dari faktor internal perusahaan meliputi:

1. Penetapan harga berdasarkan nilai
2. Penetapan harga berdasarkan nilai yang baik
3. Penetapan harga dengan nilai tambah

Penetapan harga dari faktor eksternal perusahaan meliputi:

1. Sifat pasar dan permintaan
2. Persaingan
3. Faktor-faktor lingkungan lain (ekonomi, reseller, pemerintah)

Penetapan harga yang dilakukan oleh Rumah Refleksi secara internal menggunakan penetapan harga berdasarkan biaya atau berlawanan dengan penetapan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



harga berdasarkan nilai. Hal ini dilakukan dengan menetapkan kualitas kemudian menetapkan biaya yang ditawarkan kepada konsumen.

Penetapan harga yang dilakukan secara eksternal menggunakan penetapan harga berdasarkan persaingan. Rumah Refleksi mengacu pada harga pesaing potensial. Rumah Refleksi menetapkan harga dengan cara membandingkan jumlah harga yang ditawarkan oleh pesaing berdasarkan lamanya waktu paket pelayanan jasa yang diambil oleh konsumen. Dalam hal ini Rumah Refleksi mampu menawarkan harga yang lebih murah dan waktu pelayanan jasa yang lebih lama bila dibandingkan dengan pesaing Ken and Lounge Reflexology. Untuk pesaing utama Rumah Refleksi mampu menawarkan paket pelayanan jasa yang lebih lama bila dibandingkan dengan paket pelayanan jasa yang ditawarkan oleh Spring Refleksi. Berikut adalah perbandingan harga antar *reflexology center*:

Tabel 6.2
Rumah Refleksi

Perbandingan Harga Paket Refleksi (dalam Rupiah)

	Rumah Refleksi	Ken Hermawan Reflexology	Spring Refleksi	Ten Lounge and Reflexology
Paket Refleksi	57.000 per 45 menit	50.000 per 30 menit	50.000 per 30 menit	70.000 per 30 menit
Paket Refleksi Kombinasi	70.000 per 30 menit	60.000 per 30 menit	60.000 per 30 menit	90.000 per 30 menit
Paket Refleksi Kombinasi with scrub	100.000 per 30 menit	100.000 per 30 menit	-	-

Sumber : Rumah Refleksi, 2013

Pada tabel 6.2 dapat kita lihat dasar penetapan harga yang dilakukan oleh Rumah Refleksi mengacu pada harga yang ditetapkan oleh pesaing, dimana Rumah Refleksi mengambil perbandingan rata-rata setiap harga kompetitor.



C. Produk (*Product*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang bisa memuaskan kebutuhan atau keinginan. Mengakup obyek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan ide. (Kotler dan Armstrong, 2004:8).

Tabel 6.3 menunjukkan daftar produk pelayanan jasa yang ditawarkan Tempat Refleksi Rumah Refleksi.

Tabel 6.3
Daftar Produk Pelayanan Jasa Tempat Refleksi Rumah Refleksi
(dalam Rupiah)

Nama Produk Layanan Jasa	Tarif	Waktu
<u>Produk Layanan Jasa Utama</u>		
Paket Refleksi	57.000	per 45 menit
Paket Refleksi Kombinasi	70.000	per 30 menit
Paket Refleksi Kombinasi <i>with scrub</i>	100.000	per 30 menit
<u>Produk Layanan Jasa Tambahan</u>		
Massage	100.000	per 30 menit
Herbal Punch Therapy	125.000	per 30 menit

Sumber : Rumah Refleksi, 2013

D. Distribusi (*Place*)

Saluran distribusi menurut Kotler dan Gary Armstrong (2008:508), adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses yang membuat produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis.

Ada dua jenis tingkat saluran distribusi menurut Kotler dan Gary Armstrong (2008:510), yaitu saluran pemasaran langsung dan saluran pemasaran tidak langsung. Saluran pemasaran



langsung adalah saluran pemasaran yang tidak menggunakan perantara. Saluran pemasaran tidak langsung adalah saluran yang mencakup satu tingkatan perantara atau lebih.

Rumah Refleksi memilih lokasi di wilayah Kelapa Gading, Jakarta utara karena lokasi nya yang sangat strategis berada di jalan utama dan Fasilitas pendukung lain yang berada di sekitar Kelapa Gading menjadi nilai lebih untuk mendukung berdirinya Rumah Refleksi, seperti mal, area perkantoran, *carrefour*, kolam renang, lapangan futsal, dan *food court*.

F. Promosi (*Promotion*)

Promosi (Christopher Lovelock, 2002:14) adalah aktivitas komunikasi dan rancangan insentif untuk membentuk pola pikir konsumen untuk sebuah jasa atau produk secara spesifik sehingga ada pengembangan nilai lebih terhadap proses pelayanan jasa yang dilakukan. proses mengembangkan dan menyebarkan komunikasi yang efektif mengenai suatu tawaran. Komunikasi ini bisa dilakukan dengan cara *advertising*, *direct marketing*, *sales promotion*, dan *public relation*. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam membuat komunikasi terhadap publik adalah pesan yang jelas, konsisten, dan berpengaruh kuat terhadap organisasi dan produk serta merknya.

Bauran Promosi (*promotion mix*) adalah bauran tertentu pemasangan iklan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan alat-alat pemasaran langsung yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan pemasangan iklan dan pemasaran. (Christopher Lovelock, 2002:14).

Promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan.



Tujuan Promosi di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Menyebarakan informasi produk kepada target pasar potensial
2. Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit
3. Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan
4. Untuk menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar
5. Membedakan serta mengunggulkan produk dibanding produk pesaing
6. Membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan.

Rumah Refleksi merencanakan untuk melakukan promosi penjualan dengan cara sebagai berikut:

1. Pengumpulan *Stamp* Rumah Refleksi pada *member card*

Rumah Refleksi memberikan *reward* kepada customer dengan cara mengumpulkan *stamp* pada *membercard* setiap satu kali melakukan refleksi. Disetiap akhir proses refleksi paket apapun di Rumah Refleksi, *customer* berhak mendapatkan satu *stamp* pada *member card* dan tanggal refleksi yang ditulis secara manual oleh kasir. Setiap transaksi mempunyai hak mendapatkan *stamp*, dimana *member card* memiliki 5 kolom yang harus terpenuhi oleh *customer* agar mendapatkan satu kali paket perawatan refleksi gratis di kunjungan selanjutnya.

2. Pemasangan Iklan (*Advertising*)

Pemasangan Iklan adalah setiap bentuk presentasi dan promosi non-personal yang memerlukan biaya tentang gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor yang jelas. (Kotler dan Armstrong, 2004:600).



Pemasangan Iklan (*advertising*) dapat menjangkau massa pembeli yang secara

geografis tersebar dengan biaya per paparan yang rendah, dan pemasangan iklan memungkinkan penjual mengulangi pesan beberapa kali.

Beberapa media iklan yang dipergunakan Rumah Refleksi sebagai salah alat promosi, yaitu :

a. Koran, Majalah dan Iklan Internet

Rumah Refleksi mempergunakan media iklan melalui koran, majalah dan blog yang ada di wilayah tersebut, untuk pemasangan iklan di majalah Rumah Refleksi memilih majalah yang beredar di kawasan Kelapa Gading yaitu InfoGading dan Media Kawasan. Hal ini bertujuan agar masyarakat dapat mengetahui keberadaan Rumah Refleksi serta dapat mengetahui pelayanan jasa dan promo yang ditawarkan. Berikut iklan di media cetak yang akan digunakan oleh Rumah Refleksi seperti tercantum pada Tabel 6.4.

Tabel 6.4

Rumah Refleksi

Informasi dan Pemasangan Iklan di Media Cetak

Nama Media Cetak	Jenis Iklan	Biaya Pemasangan	Contact Person
Info Gading	Iklan <i>Advertorial</i> (iklan yang menjelaskan produk dengan detail)	@ Rp 6.384.000,-	Mega 021-45845885
Media Kawasan	Iklan <i>Advertorial</i> (iklan yang menjelaskan produk dengan detail)	@Rp 2.400.000,-	Adi Wirajaya 021-97798000 0812-88088880

umber: <http://www.nusaadv.com/templ/serojabiru/index.php?nusaadv=5&idb=919&content=5411#>, 2013

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b. Internet (*website*)

Ⓒ Kemajuan teknologi dalam menyampaikan informasi melalui internet merupakan salah satu cara promosi yang efektif, Rumah Refleksi akan membuat jaringan *website* *Refleksihouse.co.cc* yang berisi profil tempat refleksi Rumah refleksi, informasi produk, kontak person, serta promosi untuk mempermudah penyampaian informasi dan komunikasi kepada masyarakat luas.

Website dipilih sebagai salah satu alternatif promosi untuk mengatasi persaingan dengan berbagai rumah makan. Melalui media *online*, konsumen baik dari Jakarta atau luar Jakarta dapat mengetahui keberadaan Rumah Refleksi, pelayanan jasa refleksi yang ditawarkan, serta harga yang berlaku pada saat *happy hour* atau *normal price* . Melihat alasan tersebut maka, Rumah Refleksi akan menggunakan jasa seorang *web designer* dalam pembuatan *website*. Selain itu, Rumah Refleksi juga memasang iklan di www.duniatiki.com, www.pijatonline.com, www.tokobagus.com, dan www.88DB.com. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 6.5 berikut.

Tabel 6.5

Rumah Refleksi

Website Quotation

Spesifikasi <i>Website</i>	a. Konsep minimalis dengan dominasi warna merah dan putih. b. Terdiri dari 7 halaman: <i>Home, About Us, Our Menu, News, Gallery, Contact Us, Location.</i> c. <i>Flash base</i> website design (bergerak) d. Tidak menggunakan PHP e. ukuran= 303 x 340 pixel f. <i>Webhosting</i> space 200 MB g. <i>Free domain</i>
Biaya	a. Tarif perbulan Rp 1.000.000/bulan atau 3 bulan pertama Rp 2.500.000/bulan b. <i>Product Update</i> akan memakan biaya Rp 503.000 tergantung <i>product update</i> seberapa banyak
Waktu Pengerjaan	± 1 bulan

Sumber : <http://www.nusaadv.com/templ/serojabiru/desc.php?&idb=15341>,2013

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Contact Person: Adi Wirajaya

Sumbermas Advertising

Email: Adi_Wirajaya@yahoo.co.id

WWW.SUMBERMAS.NET

Alamat: JL. Kelapa Nias 4 Blok PA13 No.1, Kelapa Gading

Jakarta-Utara 14240.

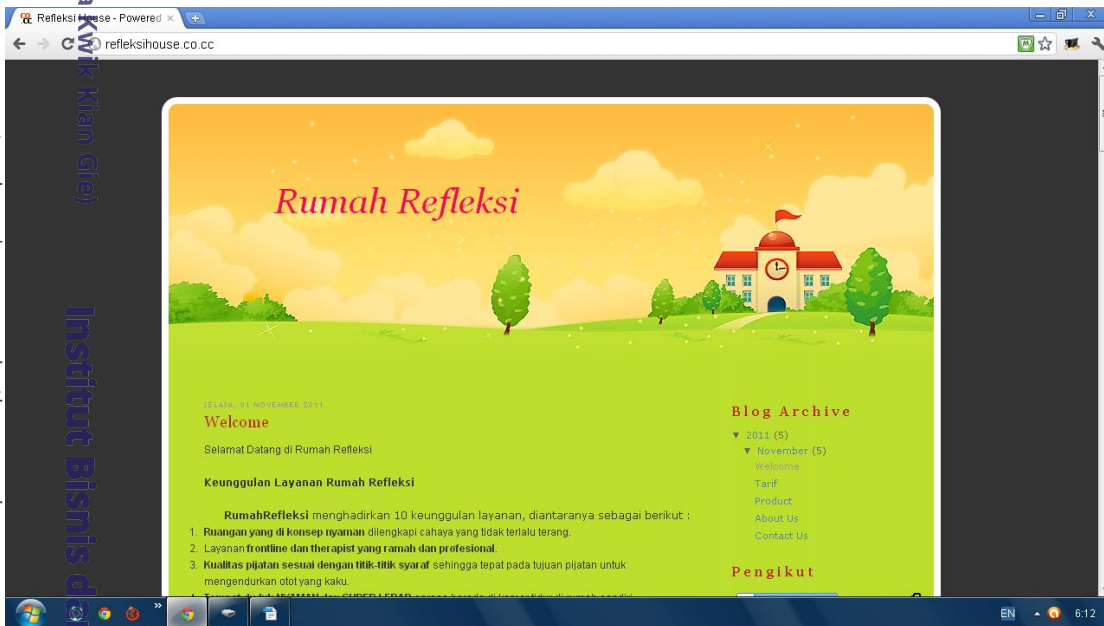
Jakarta

email : adi_wirajaya@yahoo.co.id

Telepon : 021-9999.8800 - 021-9779.8000 - 0812.880.88.880

Berikut tampilan website (blog) Rumah Refleksi pada Gambar 6.6:

Gambar 6.6
Rumah Refleksi
Contoh Website (Blog)



Sumber: Refleksihouse.co.cc



c. Brosur, Pamflet, dan Banner



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Promosi jenis ini dinilai sangat efektif, namun memerlukan biaya yang tidak sedikit. Dengan membagikan brosur, memasang pamflet serta banner dapat membantu promosi tempat refleksi Rumah Refleksi di wilayah kelapa gading.

Untuk kegiatan promosi mengenalkan pelayanan jasa refleksi dengan menggunakan media *aromatherapy* kepada masyarakat salah satunya melalui media cetak. Media cetak yang dibuat yaitu poster dan brosur. Poster akan ditempelkan di sekitar daerah Boulevard Kelapa Gading. Sedangkan brosur yang dicetak akan disebarakan ke berbagai penjuru. Mulai dari jalanan, mall, rumah makan, perguruan tinggi atau sekolah-sekolah, area perkantoran di dalam dan luar ruko, kompleks perumahan sekitar dan menyelimkan brosur di koran dan majalah melalui agen-agen koran dan majalah.

Tabel 6.7

Rumah Refleksi

Informasi Percetakan Poster dan Brosur

Media Cetak	Spesifikasi	Harga	Keterangan
Brosur	Ukuran A5, bahan: <i>Art Paper</i> 120 gram, 1 sisi, banyak 5.000pc	Rp 1.060.000,-	<i>Full Color Finishing UV Varnish</i>
Poster	Ukuran A3, bahan: <i>Art Carton</i> 200 gram, 1 sisi, banyak 150pc	Rp 790.000,-	<i>Full Color Finishing UV Varnish</i>

Sumber : JnJ Advertising 2013

Contact Person:

JnJ Advertising

Jl. Lindeteves, Jakarta 11460

Tel. 021-70738287



Bentuk promosi yang dilakukan ini berguna untuk memperkenalkan Rumah Refleksi

kepada target pasar potensial. Target potensial Rumah Refleksi adalah semua kalangan yang memiliki tingkat rutinitas tinggi sehingga memungkinkan terserangnya rasa letih baik fisik maupun secara pikiran, seperti para Pekerja Kantor, para Wirausaha, para Mahasiswa atau Mahasiswi, dan Ibu Rumah Tangga di area Kelapa Gading dan Sunter. Berikut tampilan Brosur yang akan direalisasikan yang ditampilkan pada **Gambar 6.8**.

Gambar 6.8
Rumah Refleksi
Brosur



3. Pemasaran Langsung

Pemasaran Langsung adalah hubungan-hubungan langsung dengan masing-masing pelanggan yang dibidik secara seksama dengan tujuan baik untuk



memperoleh tanggapan segera, maupun untuk membina hubungan dengan pelanggan yang langgeng. (Kotler dan Armstrong, 2008:601).

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Sarana promosi langsung yang digunakan yaitu *Mouth to Mouth*.

Promosi dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*) termasuk dalam cara promosi yang sangat efektif dan efisien, karena tidak membutuhkan biaya dalam pelaksanaannya. Promosi jenis ini kebanyakan ditunjukkan oleh konsumen kepada rekan terdekat serta relasi nya.

Tempat Refleksi Rumah Refleksi menjalin hubungan yang baik dengan para konsumen dengan memberikan pelayanan jasa terbaik serta memberikan rasa relaks kepada konsumen, sehingga konsumen merasa terpuaskan dan menjadi loyal sehingga menjadi pelanggan tetap dan membawa keuntungan bagi Rumah Refleksi selaku tempat refleksi.

Promosi dengan cara seperti ini sangat efisien dibandingkan dengan cara lainnya. Dimana media ini tidak perlu mengeluarkan biaya sedikitpun. Tetapi kelemahannya penyampaiannya biasanya hanya terbatas pada teman dan kerabat dekat. Jika hal tersebut sudah dilakukan, secara otomatis promosi akan berjalan dengan sendirinya dan tinggal menunggu respon dari para konsumen.

4 Hubungan dengan masyarakat

Hubungan Masyarakat adalah membangun hubungan baik dengan berbagai publik perusahaan dengan sejumlah cara supaya memperoleh publisitas yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



menguntungkan, membangun citra perusahaan yang bagus, dan menangani atau meluruskan rumor, cerita, serta *event* yang tidak menguntungkan.

Tempat Refleksi Rumah Refleksi melakukan promosi dengan cara memberikan dukungan dalam bentuk *sponsorship*, dengan harapan masyarakat semakin mengenal *brand* Rumah Refleksi.

1. Sumberdaya Manusia (*People*)

Unsur penting untuk setiap penyediaan layanan adalah penggunaan staf dan orang-orang yang sesuai. Merekrut staf yang tepat dan melatih mereka secara baik dalam penyampaian layanan adalah penting jika organisasi menginginkan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Konsumen membuat penilaian dan memberikan persepsi pelayanan berdasarkan interaksi para karyawan. Staf harus memiliki kemampuan interpersonal yang tepat, aptitude dan pengetahuan layanan untuk memberikan layanan yang konsumen bayarkan. (Lovelock:14)

Tempat Refleksi Rumah Refleksi mempergunakan Sumberdaya Manusia yang terlatih, sehingga dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumennya. Sebelum mereka terjun ke dalam pekerjaan mereka, mereka mengalami proses *Training* secara khusus yang diawasi pihak operasional agar disaat mereka terjun betul-betul sesuai dengan hasil akhir yang diharapkan Rumah Refleksi dan Konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



G. Proses (*Process*)

C Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Proses mengacu pada sistem yang digunakan untuk membantu suatu organisasi dalam memberikan layanan. Layanan yang efisien menumbuhkan loyalitas konsumen dan kepercayaan pada perusahaan. (Lovelock:14)

Proses pelayanan pada Tempat Refleksi Rumah Refleksi sangat efisien, sehingga memberikan rasa puas kepada para konsumen sehingga menciptakan loyalitas yang tinggi.

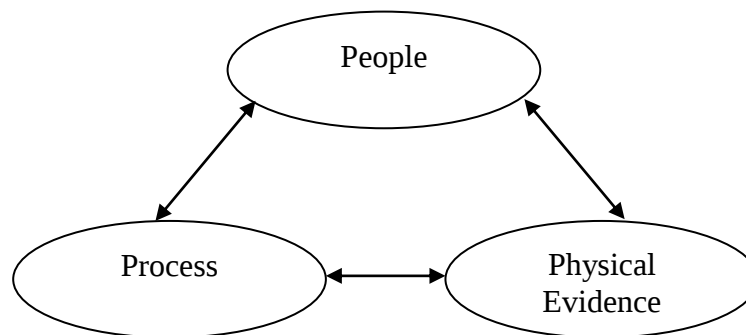
H. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti Fisik adalah elemen dari bauran layanan yang memungkinkan konsumen membuat penilaian pada organisasi. Bukti fisik merupakan unsur terpenting dari bauran layanan, konsumen akan membuat persepsi berdasarkan penglihatan mereka dari penyediaan layanan yang akan berdampak pada rencana organisasi. (Lovelock:15)

Gambar 6.9

Rumah Refleksi

Skema Layanan Bauran Pemasaran





Layanan bauran pemasaran melibatkan produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), bukti fisik (*physical evidence*), proses (*process*) dan orang (*people*). Untuk pengelolaan jasa tertentu yang lebih rumit maka produk dapat distandarisasi, untuk standarisasi layanan jauh lebih sulit karena ada banyak faktor input lebih yaitu orang, bukti fisik dan proses untuk mengelola suatu produk.

I. Ramalan Produk

Di zaman sekarang, dimana kemajuan teknologi sudah semakin maju, serta masyarakat yang semakin sibuk, setiap pelaku kegiatan baik bisnis maupun nonbisnis menuntut untuk selalu memiliki stamina dan performa yang optimal. Alternatif pilihan yang dapat dipilih yaitu pergi ke tempat refleksi yang penempatannya strategis dan tidak membutuhkan waktu yang lama untuk sampai ke tempat. Banyaknya teknik pijat refleksi yang ditawarkan oleh berbagai tempat refleksi di Jakarta membuat semakin beragamnya variasi yang dapat dipilih oleh masyarakat. Pelayanan jasa yang ditawarkan Rumah Refleksi adalah teknik pemijatan menggunakan media *aromatherapy* dari berbagai macam jenis aroma yang khasiat dan efek yang ditimbulkannya berbeda antara satu jenis aroma maupun aroma lainnya. Rata-rata tempat refleksi di Jakarta menawarkan pelayanan jasa menggunakan berbagai jenis media terapi refleksi, bila terdapat pelayanan jasa menggunakan media *aromatherapy* juga hanya beberapa tempat saja yang tidak bervariasi jenis *aromatherapy* yang di aplikasikan. Melihat efek yang dihasilkan dari *aromatherapy* itu sendiri memiliki efek yang positif bagi penggunanya, maka pengaplikasian media ini dijadikan alternatif relaksasi bagi masyarakat yang pecinta pelayanan jasa refleksi maupun masyarakat pada umumnya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Forecast Penjualan adalah perkiraan atau proyeksi secara teknis permintaan

konsumen potensial untuk suatu waktu tertentu dengan berbagai asumsi. Dalam hal ini hasil dari suatu *forecast* lebih merupakan pernyataan atau penilaian yang dikuantifisir terhadap kondisi masa depan mengenai penjualan sebagai proyeksi teknis dari permintaan konsumen potensial untuk jangka waktu tertentu. Meskipun demikian hasil perkiraan yang diperoleh mungkin saja tidak sama dengan rencana.(M.Fuad 2001:23).

Ramalan penjualan dapat dibuat berdasarkan penjualan jasa tempat refleksi yang sudah ada sebelumnya. Menurut *survey*, pengunjung tempat refleksi di wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara untuk setiap hari sekitar 150 - 250 pengunjung.

Tabel 6.10
Proyeksi Penjualan Jasa Pijat Refleksi Rumah Refleksi
Periode 2014 - 2018

Tahun	Penjualan	
2014 ¹⁾	Rp	1.028.736.000
2015 ²⁾	Rp	1.206.234.000
2016 ³⁾	Rp	1.594.062.000
2017 ⁴⁾	Rp	2.079.360.000
2018 ⁵⁾	Rp	2.611.170.000
Total	Rp	8.519.562.000

Sumber : 1) Lampiran 7 ; 2) Lampiran 8 ; 3) Lampiran 9 ;
4) Lampiran 10 ; 5) Lampiran 11

J. Pengendalian

Rumah Refleksi adalah perusahaan perseorangan, yang dikelola dan diawasi oleh satu orang. Rumah Refleksi dikelola dan diawasi oleh seorang manajer. Para stafnya bertugas untuk membantu menjalankan bisnisnya.

Pengendalian dalam operasional Rumah Refleksi dilakukan dengan berbagai cara yaitu:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Wawancara Konsumen

Wawancara konsumen adalah proses tanya jawab yang dilakukan Rumah Refleksi terhadap konsumen atas pelayanan, *media aromatherapy*, serta meminta saran dan kritik dari konsumen yang dapat menjadi masukan bagi Rumah Refleksi.

2. Feedback

Feedback adalah penilaian yang dilakukan oleh konsumen atas Rumah Refleksi baik dari pelayanan, *media aromatherapy*, tenaga terapis, kebersihan ruangan, dan lain-lain. Kertas *feedback* akan diletakkan di setiap meja, sehingga konsumen dapat langsung mengisi *feedback* tersebut ketika sedang menunggu tempat refleksi yang dipersiapkan atau sebelum meninggalkan tempat refleksi setelah melakukan proses terapi pijat refleksi.

3. Evaluasi Karyawan

Evaluasi karyawan dilakukan setiap 1 minggu, pada hari Senin, sebelum memulai kegiatan operasional Rumah Refleksi. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas karyawan, memotivasi para karyawan untuk bekerja lebih giat lagi serta memperbaiki kekurangan agar berbagai kekurangan tidak terulang lagi di kemudian hari.

4. Pelatihan (*training*)

Pelatihan dilakukan bila ada hal-hal penting seperti menyangkut masalah operasional, misalnya peningkatan kualitas pelayanan tenaga terapis, peningkatan pemasaran, atau perubahan sistem yang akan dilakukan oleh Rumah Refleksi. Disamping itu juga dilakukan evaluasi pelaksanaan kegiatan operasional sebelumnya dalam beberapa bulan dan menyusun rencana kerja dan program promosi ke depan.

5. Pengamatan Terhadap *Trend*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Mengetahui *trend* dan kebutuhan para konsumennya, sehingga dapat memenuhi

kebutuhan para konsumennya.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



BAB VII

RENCANA ORGANISASI

© Hak cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Struktur Organisasi adalah susunan dan hubungan yang mendefinisikan bagian per bagian dalam perusahaan dan menyangkut pembagian kerja, serta menunjukkan hubungan fungsi dan aktivitas hingga batas yang ditentukan. (Histrich, 2008:267).

A. Bentuk Kepemilikan Usaha

Berdasarkan bentuk badan usaha, Rumah Refleksi termasuk Perusahaan perseorangan. Pendirian perusahaan menggunakan 100% modal sendiri dan menggunakan keuntungan transaksi sebagai tambahan modal. Perusahaan perseorangan adalah usaha yang dikelola dan diawasi oleh satu orang. Dimana keuntungan dan semua risiko dalam kegiatan perusahaan ditanggung oleh orang tersebut. (M.Fuad, 2009:65).

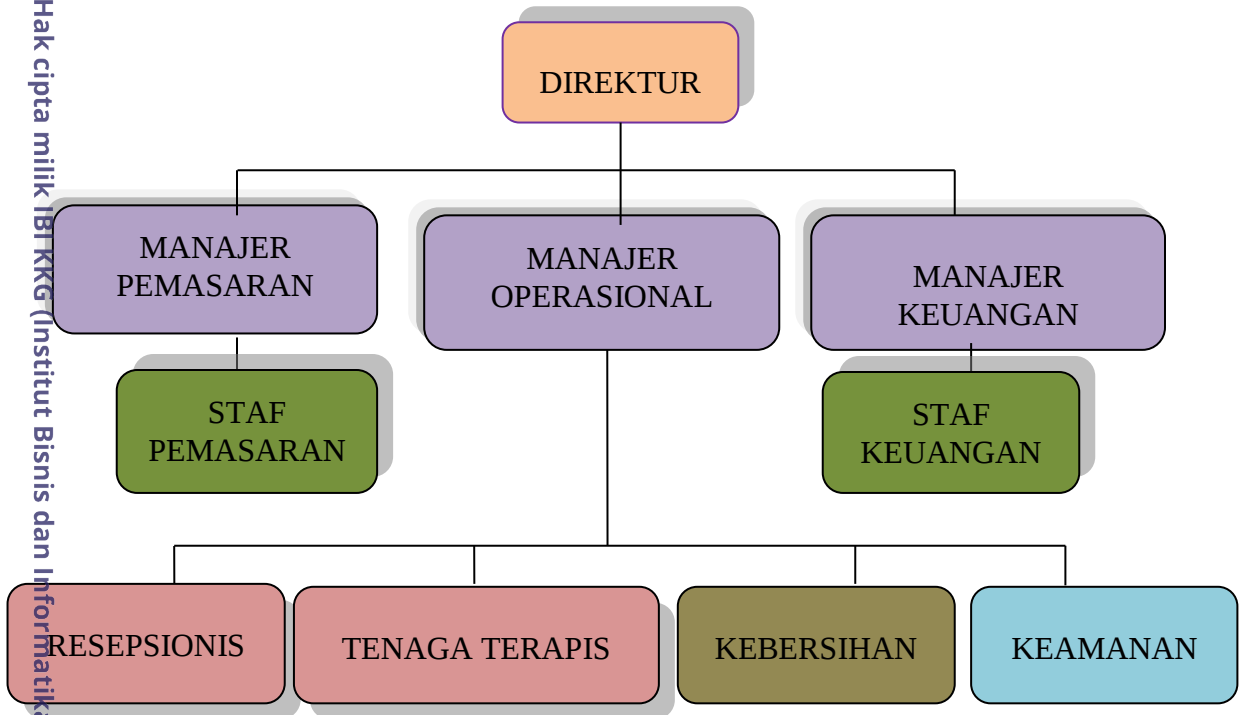
B. Struktur Organisasi

Setiap perusahaan memiliki struktur organisasi. Struktur organisasi yang baik akan mempermudah dalam koordinasi, komunikasi, pelaksanaan dan pengendalian seluruh kegiatan dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Struktur organisasi yang diaplikasikan dalam Rumah Refleksi termasuk kategori Struktur Organisasi Garis. Dimana dalam struktur organisasi garis menunjukkan pembagian tugas dan wewenang yang jelas dalam kegiatan suatu organisasi, serta menunjukkan fungsi dan tanggung jawab masing-masing karyawan. struktur organisasi juga menunjukkan spesialisasi spesialisasi pekerjaan, saluran perintah dan penyampaian laporan. **Gambar 7.1** merupakan struktur organisasi pada tempat refleksi Rumah Refleksi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Gambar 7.1
Struktur Organisasi
Pada Tempat Refleksi Rumah Refleksi



Sumber: Rumah Refleksi, 2013

C. Latar Belakang Karyawan (Kualifikasi Jabatan)

Berikut ini merupakan kualifikasi pekerjaan di Rumah Refleksi:

1. Manajer

Persyaratan untuk menjadi manajer adalah:

- Berijazah Minimal Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran, Keuangan, atau Kewirausahaan.
- Pria atau wanita berusia 24-35 tahun.
- Manajer Pemasaran memiliki pengalaman minimal 2 tahun diutamakan di bidang Pemasaran (Marketing)



- d. Manajer Operasional mengerti dan mengetahui pasti proses kegiatan refleksi secara berurutan dan memiliki wawasan seputar dunia refleksi dan berpengalaman dalam dunia refleksi minimal 2 tahun.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- e. Menguasai program *Microsoft Office*, Internet, dan lain-lain.
- f. Cekatan, Teliti dan inisiatif.
- g. Mengerti dan mampu mengaplikasikan dalam penyusunan laporan keuangan, administrasi, pemasaran, manajemen strategik, dan manajemen SDM.
- h. Dapat bekerja dalam tim.
- i. Pekerja keras.

2. Staf Administrasi & Keuangan

- a. Berijazah Minimal D3 Program Studi Ilmu Ekonomi Jurusan Akuntansi/Manajemen Keuangan.
- b. Pria atau wanita berusia 22-28 tahun.
- c. Memahami laporan dan analisis keuangan, sistem dan prosedur akuntansi dan keuangan.
- d. Menguasai program *Microsoft Office* dan program akuntansi.
- e. Teliti dan pekerja keras.
- f. Mampu bekerja dalam tim.

Staf Pemasaran

- a. Berijazah Minimal D3 Program Studi Ilmu Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran, Keuangan, atau Kewirausahaan.
- b. Pria atau wanita berusia 22-28 tahun.
- c. Mampu menggarap pasar yang menjadi target potensial bagi Rumah Refleksi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

d. Mampu melahirkan ide promosi yang menarik untuk peningkatan *income* Rumah

C Refleksi.

- d. Menguasai program *Microsoft Office*, program *design web* , dan mampu menggunakan internet.
- e. Teliti dan pekerja keras.
- f. Mampu bekerja dalam tim.

4 Resepsionis (*Cashier*)

- a. Berijazah Minimal SMA atau sederajat.
- b. Usia 20-25 tahun.
- c. Pengalaman kerja minimal 2 tahun.
- d. Jujur, rajin, inisiatif, teliti dalam pekerjaan.
- e. Mampu berkomunikasi dengan baik.

5 Tenaga Terapis

- a. Berijazah Minimal SMA atau sederajat.
- b. Pria atau Wanita berusia 20-25 tahun.
- c. Memiliki *skill* dan mampu mengaplikasikan teknik pemijatan yang benar.
- d. Pengalaman kerja minimal 2 tahun.
- e. Jujur, rajin, inisiatif, teliti dalam pekerjaan.
- f. Mampu berkomunikasi dengan baik
- g. Bertanggung jawab pada pekerjaan.
- h. Berpenampilan Menarik dan Bersih.

6 Kebersihan

- a. Berijazah Minimal SMA atau sederajat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b. Pria atau wanita berusia 23-30 tahun.

C c. Jujur, rajin, inisiatif, teliti dan tanggung jawab dalam pekerjaan.

d. Mampu berkomunikasi dengan baik.

e. Mampu melakukan *control* ketersediaan dan penempatan *asset* sesuai dengan penempatannya.

7. Keamanan

a. Minimal berijazah SMA atau sederajat.

b. Pria berusia 20 - 45 tahun.

c. Memiliki pengalaman minimal 1 tahun di bidangnya.

d. Mampu berkomunikasi dengan baik.

e. Jujur, pekerja keras, memiliki motivasi yang tinggi.

f. Bertanggung jawab dalam pekerjaan.

g. Mampu menjaga situasi kondusif dalam kegiatan operasional

D. Uraian Tanggung Jawab dan Wewenang Karyawan

Uraian tugas dan tanggung jawab di Rumah Refleksi adalah sebagai berikut:

Owner

Wewenang dan tanggung jawab *Owner*, adalah :

a. Memimpin dan mengkoordinasikan kegiatan tempat refleksi Rumah Refleksi.

b. Mengawasi semua prosedur operasi kerja Rumah Refleksi melalui manajer operasional.

c. Melakukan rapat dengan para manajer dan staf mengenai kegiatan rumah makan dan rencana bisnis untuk waktu mendatang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- d. Memberikan pelatihan-pelatihan guna meningkatkan kinerja kerja para karyawannya sehingga menjadi Sumberdaya Manusia yang berkualitas.
- e. Menjalin hubungan yang baik dengan para karyawannya.
- f. Mencari informasi peluang pasar dan melakukan pengamatan terhadap pesaing serta menilai produk dipasaran.
- g. Mengawasi kinerja kerja tenaga terapis, petugas kebersihan dan petugas keamanan dalam menjalankan tugas-tugasnya.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

2. Manajer

- a. Bertanggung jawab untuk mengawasi dan mengontrol setiap pekerjaan dan setiap divisi.
- b. Memberikan pengetahuan manajerial kepada karyawan.
- c. Memberikan konsep utama kepada seluruh karyawan Rumah Refleksi.
- d. Mengawasi dan mengatur jalannya pelayanan Rumah Refleksi, operasional usaha, keuangan perusahaan dan seluruh hal yang berkaitan dengan Rumah Refleksi.
- e. Menciptakan ide dan konsep-konsep yang mendukung tempat refleksi.
- f. Memberikan motivasi, masukan, dan nasehat kepada seluruh karyawan Rumah Refleksi.
- g. Menyelesaikan masalah yang terjadi di tempat refleksi.

3. Staf Administrasi & Keuangan

- a. Bertugas membantu manajer administrasi keuangan dalam mengontrol keuangan perusahaan.
- b. Membuat laporan keuangan perusahaan setiap bulannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- c. Mempertanggungjawabkan laporan keuangan perusahaan setiap bulan kepada manajer.



Hak cipta milik IBI IKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

- d. Membantu mengawasi pelaksanaan *stock opname* tiap bulannya.
- e. Menjalankan fungsi anggaran perusahaan.
- f. Melakukan penggajian karyawan tiap bulannya.

Staf Pemasaran

- a. Bertugas membantu manajer pemasaran dalam kegiatan promosi dan peningkatan *sales*.
- b. Membuat program menarik setiap beberapa bulan sekali untuk promosi Rumah Refleksi.
- c. Mempertanggungjawabkan program promosi baik cetak maupun elektronik setiap bulan kepada manajer.
- d. Membantu menampung, menyaring, dan mengaplikasikan setiap ide – ide baru tiap bulannya yang berasal dari kotak saran konsumen
- e. Mampu menjelaskan setiap program yang berlangsung kepada setiap karyawan secara detail.

5. Resepsionis (*cashier*)

- a. Bertugas menerima pembayaran yang akan dibayar oleh *customer*.
- b. Melaporkan setiap hari ke staf administrasi keuangan.
- c. Menyetorkan pendapatan yang diterima setiap hari ke bank.
- d. Membuat *bill* apabila diminta oleh *customer*.
- e. Meng-*input* data pesanan *customer*.
- f. Mengkoordinasikan pesanan ke tenaga terapis yang tersedia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



g. Mencatat waktu pada saat memulai dan berakhirnya kegiatan refleksi.

C h. Bertanggung jawab atas segala bentuk penerimaan dan pengeluaran..

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
h. Tenaga Terapis

- a. Bertugas saat mendapatkan nota dari resepsionis sesuai dengan paket jasa yang dikehendaki *customer*.
- b. Bertanggung jawab atas segala aktivitas yang dilakukan di ruang refleksi.
- c. Bertugas menjaga kualitas dan teknik pemijatan maupun media yang digunakan.
- d. Memastikan proses kegiatan refleksi berjalan secara berurutan sesuai dengan prosedur.
- e. Bertanggung jawab terhadap pemakaian alat – alat refleksi pada saat kegiatan refleksi dan meletakkannya kembali di tempatnya agar memudahkan pencarian.
- f. Menyediakan teh pada saat berakhirnya proses refleksi dan memastikan semua proses telah berakhir dengan baik.

h. Kebersihan

- a. Menjaga kebersihan dan kerapian setiap ruangan baik lantai 1 atau lantai 2
- b. Memastikan ketersediaan kebutuhan customer di area public.
- c. Bertanggung jawab terhadap pemeliharaan asset Rumah Refleksi yang tersedia di ruang penyimpanan.
- d. Membersihkan dan meletakkan kembali peralatan refleksi setelah proses kegiatan refleksi di tempatnya.
- e. Memeriksa secara rutin pewangi setiap ruangan dan berbagai macam kebutuhan konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



8. Keamanan

- C** a. Memberikan kartu tanda parkir khusus untuk tamu Rumah Refleksi.
b. Bertanggung jawab terhadap penciptaan situasi yang kondusif dan memberikan rasa nyaman.
c. Mampu mengendalikan situasi bila terjadi hal yang tidak diinginkan secara rasional bukan emosional.
d. Bertanggung jawab terhadap ketersediaan *asset* Rumah Refleksi.
e. Memberikan ucapan terima kasih ketika *customer* hendak meninggalkan tempat refleksi.

E. Proses Rekrutmen

Proses rekrutmen yang dilakukan oleh Pondok Rumah Refleksi sebelum melakukan proses operasional dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

- Membuat iklan di koran dan internet
- Melakukan seleksi para calon pelamar
- Melakukan pemanggilan para calon karyawan
- Mengadakan wawancara dengan para calon karyawan
- Memilih karyawan yang dibutuhkan sesuai dengan kriteria masing-masing

F. Balas Jasa

Sebagai upaya meningkatkan produktivitas dan memelihara semangat kerja yang tinggi, Rumah Refleksi akan memberikan balas jasa. Balas jasa yang diberikan kepada karyawan berupa gaji setiap bulan ditambah bonus seperti Tunjangan Hari Raya (THR).

Berdasarkan Portal Resmi Provinsi DKI Jakarta , Balas jasa para karyawan disesuaikan dengan aturan Upah Minimum Provinsi (UMP) untuk DKI Jakarta yang



berlaku tahun 2012 sebesar Rp 2.216.243,68,00 per bulan, yang telah di patok rata menjadi Rp 2.200.000,00 (<http://www.jakarta.go.id/web/news/2012/11/jokowi-tetapkan-undang-dki-2013-rp-22-juta>)

maka Rumah Refleksi menetapkan balas jasa pada setiap Sumberdaya Manusia di Rumah Refleksi sebesar:

1. Direktur	: Rp 3.500.000,-/bulan.
2. Manajer Pemasaran dan Keuangan	: Rp 2.200.000,-/bulan.
3. Manajer Operasional	: Rp 2.500.000,-/bulan.
4. Staf Pemasaran dan Keuangan	: Rp 1.800.000,-/bulan.
5. Resepsionis	: Rp 1.500.000,-/bulan
6. Tenaga terapis	: Rp 1.250.000,-/bulan.
7. Kebersihan	: Rp 1.100.000,-/bulan
8. Keamanan	: Rp 1.100.000,-/bulan

Gaji karyawan diatas sudah termasuk tunjangan makan dan transportasi. Bonus berupa Tunjangan Hari Raya (THR) akan diberikan 1 kali lipat dari gaji sebelumnya. Penjelasan lebih lanjut dapat dilihat pada tabel Balas Jasa (Tabel 7.2) dan tabel Tunjangan Hari Raya per tahun (Tabel 7.3).

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 7.2

Tabel Balas Jasa Rumah Refleksi

Karyawan Tempat Refleksi

(dalam Rupiah)

No.	Jabatan	Jumlah	Gaji per bulan	Jumlah Gaji per tahun
1.	Direktur	1 orang	3.500.000,-	42.000.000,-
2.	Manajer Pemasaran dan Keuangan	2 orang	2.200.000,-	52.800.000,-
3.	Manajer Operasional	1 orang	2.500.000,-	30.000.000,-
4.	Staf Keuangan dan Pemasaran	2 orang	1.800.000,-	43.200.000,-
5.	Resepsionis (<i>cashier</i>)	2 orang	1.600.000,-	38.400.000,-
6.	Tenaga Terapis	10 orang	1.300.000,-	156.000.000,-
7.	Kebersihan	2 orang	1.100.000,-	26.400.000,-
8.	Keamanan	2 orang	1.100.000,-	26.400.000,-
	Total	22 orang	15.100.000,-	415.200.000,-

Sumber : Rumah Refleksi, 2013

Tabel 7.3

Rumah Refleksi

Tabel Tunjangan Hari Raya (THR) per Tahun

(dalam Rupiah)

No.	Jabatan	Jumlah	THR per orang	Jumlah THR per tahun
1.	Direktur	1 orang	3.500.000,-	3.500.000,-
2.	Manajer Pemasaran dan Keuangan	2 orang	2.200.000,-	4.400.000,-
3.	Manajer Operasional	1 orang	2.500.000,-	2.500.000,-
4.	Staf Keuangan dan Pemasaran	2 orang	1.800.000,-	3.600.000,-
5.	Resepsionis (<i>cashier</i>)	2 orang	1.600.000,-	3.200.000,-
6.	Tenaga Terapis	10 orang	1.300.000,-	13.000.000,-
7.	Kebersihan	2 orang	1.100.000,-	2.200.000,-
8.	Keamanan	2 orang	1.100.000,-	2.200.000,-
	Total	22 orang	15.100.000,-	34.600.000,-

Sumber : Rumah Refleksi, 2013

BAB VIII

PENILAIAN RISIKO



A. Evaluasi Kelemahan dari Bisnis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Setiap bisnis pasti memiliki kelemahannya masing-masing. Kelemahan dari bisnis tersebut harus dievaluasi agar kelemahan tersebut dapat diminimalisasi oleh perusahaan. Tempat refleksi Rumah Refleksi sebagai bisnis yang bergerak di bidang penyedia jasa tempat refleksi dengan media *aromatherapy* juga tidak luput dari kelemahan-kelemahan yang ada. Beberapa kelemahan dari tempat refleksi Rumah Refleksi adalah :

1. Kurangnya pasokan media *aromatherapy*

Media yang digunakan oleh tempat refleksi Rumah Refleksi adalah berbagai jenis *aromatherapy* dengan pilihan wewangian yang dipercaya memberikan efek yang positif bagi penggunaannya setelah mengaplikasikannya dibarengi dengan teknik pemijatan di titik-titik saraf tegang konsumen. Terdapatnya beberapa favorit wewangian pada beberapa jenis *aromatherapy* menyebabkan kurang tersedianya pasokan yang lebih saat terjadi jumlah permintaan tinggi.

2. Ketersediaan tenaga terapis

Jumlah tenaga terapis yang ada adalah faktor utama lancarnya kegiatan bisnis dalam Rumah Refleksi. Tenaga terapis yang ada dirasakan perlu memiliki konsistensi dalam hal teknik pemijatan dan energi yang disalurkan ke konsumen, Sehingga khasiat yang dirasakan konsumen memiliki interpretasi positif. Menyadari hal itu, Rumah Refleksi merasakan perlunya pembagian konsumen yang adil bagi setiap tenaga terapis sesuai fungsinya masing-masing, sehingga ada waktu yang cukup bagi tenaga terapis mengisi kembali tenaganya untuk refleksi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI KKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.



3. Munculnya banyak kompetitor

3. Kompetitor akan banyak bermunculan apabila mereka melihat bisnis pijat refleksi merupakan kesempatan dan peluang yang positif di daerah Kelapa Gading, Jakarta Utara. Hal ini harus dapat menjadi salah satu perhatian yang cukup penting bagi Rumah Refleksi.

4. Belum memiliki pelanggan tetap, karena *brand* tempat refleksi Rumah Refleksi yang tergolong masih baru dan belum dikenal oleh banyak orang.

5. Berkembangnya berbagai teknik pijatan

Mengingat pelayanan jasa yang ditawarkan di Rumah Refleksi hanya beberapa varian teknik pijatan (*massage*) membuat pemilik perlu memikirkan antisipasi dari munculnya berbagai teknik pijatan lain yang tidak terdapat di Rumah Refleksi. Variasi jasa yang ditawarkan merupakan daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk mencoba jasa yang ditawarkan.

6. Banyaknya tempat pijat refleksi di kawasan Kelapa Gading, Jakarta Utara yang menawarkan jasa pijat refleksi yang sejenis dengan yang ditawarkan tempat pijat refleksi Rumah Refleksi.

B. Rencana Pengendalian Risiko

Dalam menghadapi segala macam risiko bisnis, perusahaan terlebih dahulu mengindikasikan risiko-risiko yang potensial bagi perusahaan, kemudian diadakan sebuah diskusi mengenai apa yang mungkin terjadi bila risiko-risiko yang dihadapi menjadi kenyataan, terakhir perusahaan mendiskusikan strategi yang akan digunakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



untuk mencegah, memperkecil, atau merespons ketika risiko-risiko tersebut muncul, yang biasa disebut Rencana Kontingensi. (Hisrich, 2008:286).

Setelah mengevaluasi kelemahan-kelemahan bisnis, maka Rumah Refleksi juga harus mampu mempersiapkan suatu perencanaan yang matang dalam menghadapi kelemahan tersebut. Rencana kontingensi yang akan dilakukan Rumah Refleksi adalah sebagai berikut:

Mengingat Rumah Refleksi menggunakan media *aromatherphy* dalam teknik pemijatan, dimana dalam penerapannya tidak semua jenis *aromatheraphy* disukai oleh konsumen hanya beberapa jenis yang menjadi favorit pilihan konsumen seperti: Camomile, Lavender, Tea Tree, dan Jasmine. Beberapa jenis aroma ini terkadang menjadi favorit karena familiar di benak konsumen hal ini memunculkan kurangnya persediaan aroma saat terjadi peningkatan jumlah konsumen yang datang. Untuk mengatasi hal ini, pemilik memilih *supplier* tetap untuk memasok secara rutin varian *aromatheraphy*.

Dimana pengendalian persediaan perlu di lakukan agar posisi *aromatheraphy* berada di posisi *safety stock*, Dalam artikel berikut metode (*Period Order Quantity*) POQ digunakan karena merupakan metode dalam sistem pengendalian persediaan bahan baku yang bertujuan menghemat total biaya persediaan/*Total Inventory Cost* (TIC) dengan menentukan frekuensi pemesanan dan kuantitas pemesanan bahan baku secara ekonomis . Dimana pengendalian bahan baku di asumsikan 20-30% dari jumlah Q (*Quantity*), sehingga jumlah POQ dapat di kendalikan secara maksimal.

Jumlah POQ Rumah Refleksi adalah sebagai berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI KKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.

$$25\% \times Q_0 = 20\% \times 40 \text{ pcs} \\ = 10 \text{ pcs}$$

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Kondisi 10 pcs disini menjelaskan bahwa pada saat kondisi stok *aromatheraphy* berada mendekati angka 10 pcs Rumah Refleksi harus melakukan order kembali persediaan stok kembali agar kondisi stok berada di posisi aman (*safety stock*) bagi kegiatan operasional Rumah Refleksi

2. Tenaga terapis memiliki peran yang sangat penting dalam pelayanan jasa yang ditawarkan ke konsumen, oleh karena itu Rumah Refleksi akan berusaha untuk memperhatikan stamina setiap tenaga terapis yang ada agar tetap memberikan pelayanan yang optimal ke konsumen. Salah satu caranya dengan membagi pelayanan jasa konsumen secara adil dan merata sesuai dengan fungsinya masing-masing.

Adanya penerapan sistem shift disini di harapkan mampu meningkatkan kualitas pekerja yang ada, dimana pihak Rumah Refleksi melakukan pembagian yang adil konsumen yang datang untuk melakukan pijat refleksi. Selain itu Rumah Refleksi selaku perusahaan tidak melakukan pembatasan jumlah *insentif* atau uang tips yang di terima oleh terapis dari konsumen. Jumlah uang tips yang di terima oleh pekerja di harapkan mampu meningkan motivasi kinerja yang lebih.

3. Untuk menghadapi kompetitor, Rumah Refleksi akan terus melakukan *review* dan inovasi seperti pelayanan jasa agar konsumen tetap loyal terhadap Rumah Refleksi. Pelayanan jasa yang telah dilakukan selama ini dinilai setiap beberapa periode sekali melalui kotak kritik dan saran yang ditampung dari konsumen, apakah telah sesuai dengan harapan, melebihi atau bahkan belum sesuai dengan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

harapan. Inovasi jasa yang dapat dikembangkan yaitu penerapan beberapa teknik pemijatan baru sebagai variasi pilihan jasa di Rumah Refleksi bagi konsumen.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Melakukan perluasan jaringan pemasaran, sehingga tempat refleksi Rumah Refleksi tidak hanya dipasarkan di wilayah Kelapa Gading saja, tetapi di seluruh wilayah Jakarta utara dan sekitarnya.
5. Adanya perkembangan usaha pijat refleksi, memungkinkan munculnya berbagai variasi jasa yang ditawarkan dalam teknik pemijatan. Rumah Refleksi sebagai pelaku bisnis pun dituntut lebih peka dan fleksible untuk mempelajari berbagai teknik yang ada sebagai penambahan ilmu bagi tenaga terapis yang kemudian disalurkan sebagai wujud pelayanan jasa.
6. Melakukan inovasi aneka penawaran jasa yang di tawarkan, dengan mempelajari aneka teknik pijat refleksi yang belum pernah diterapkan di Rumah Refleksi sebelumnya sehingga jasa yang di tawarkan tidak cenderung monoton bagi konsumen.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



BAB IX

PERENCANAAN KEUANGAN

Tujuan menganalisis aspek keuangan adalah untuk menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan, dengan membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan, seperti ketersediaan dana, biaya modal, kemampuan proyek bisnis untuk membayar kembali dana tersebut dalam waktu yang telah ditentukan dan menilai apakah proyek bisnis akan dapat berkembang.

Perencanaan keuangan sangat dibutuhkan dalam mendirikan sebuah usaha. Salah satu fungsi membuat perencanaan keuangan adalah agar perusahaan dapat mengambil kebijakan dengan tepat dalam masalah keuangan, selain itu merupakan aspek penting dari operasi dan sumber penghasilan perusahaan karena memberikan petunjuk yang mengarahkan, mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan perusahaan untuk mencapai tujuan. Perencanaan keuangan yang akan disusun meliputi proforma kebutuhan dana, laporan keuangan dan analisis kelayakan usaha.

A. Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana Rumah Refleksi sebesar Rp 1.500.000.000,00, di mana kebutuhan dana tersebut digunakan untuk biaya renovasi gedung, pembelian peralatan dan perlengkapan Rumah Refleksi, serta kebutuhan cadangan kas pada bulan pertama operasional perusahaan.

Kebutuhan cadangan kas yang dianggarkan oleh perusahaan dialokasikan untuk biaya utilitas dan persediaan kas kecil di perusahaan.



Penjelasan mengenai kebutuhan dana yang telah dianggarkan oleh Rumah Refleksi

dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9.1
Rumah Refleksi
Proyeksi Kebutuhan Dana Awal

Keterangan	Jumlah (Rp)	Total (Rp)
Renovasi Gedung:		
Biaya Pembuatan Dokumen	25.000.000	
Biaya Renovasi Gedung	48.000.000	
Total Biaya Pembangunan Gedung		73.000.000
Biaya DP Pembelian Tanah dan Bangunan:		
Pembelian tanah dan bangunan		824.000.000
Biaya Pembelian Peralatan:		
Peralatan Refleksi ¹⁾	374.536.000	
Peralatan Kantor ²⁾	26.000.000	
Peralatan Ruang Ganti ³⁾	39.350.000	
Total Pembelian Peralatan		439.886.000
Biaya Pembelian Perlengkapan:		
Perlengkapan Refleksi ⁴⁾	9.250.000	
Perlengkapan Kantor ⁵⁾	4.170.000	
Perlengkapan Ruang Ganti ⁶⁾	730.000	
Total Pembelian Perlengkapan		14.150.000
Cadangan Kas:		
Cadangan Kas		149.624.000
TOTAL KEBUTUHAN DANA		1.500.000.000

Sumber: 1) = Lampiran 1; 2) = Lampiran 2; 3) = Lampiran 3; 4) = Lampiran 4;
5) = Lampiran 5; 6) = Lampiran 6

B. Proyeksi Pendapatan

Pendapatan dari jasa penyediaan fasilitas refleksi berasal dari penjumlahan antara pendapatan Refleksi dari *member* dan *non-member* (kunjungan).

Estimasi yang digunakan untuk menentukan jumlah *member* yang di dapatkan berasal dari data *history* pesaing potensial. Dalam wawancara yang dilakukan dengan pihak internal



pesaing, didapatkan jumlah *member* yang datang pada awal operasional perusahaan sebanyak 250 orang. Rumah Refleksi sebagai perusahaan baru menargetkan jumlah *member* yang bergabung sebesar 50% dari pesaing potensial. Jumlah ini akan bertahan selama 3 bulan operasional perusahaan. Jumlah *member* tersebut diperkirakan akan mengalami kenaikan sebesar 100% pada bulan April dan Mei karena promosi yang telah dilakukan dengan berbagai media yang telah ditentukan. Setelah itu, diperkirakan terjadi kenaikan jumlah *member* sebesar 5-10% pada bulan berikutnya. Hal ini terjadi karena beberapa konsumen dari kalangan pelajar dan mahasiswa akan memasuki libur semester.

Dasar penetapan harga *member* sebesar Rp 342.000,- disini berdasarkan *benefit plus* yang ditawarkan oleh Rumah Refleksi meliputi Paket pelayanan jasa dengan system bebas pilih oleh Konsumen Rumah Refleksi, akses yang tanpa disertai pembatasan frekuensi kunjungan selama satu bulan, dan pemberian *Free Product* setiap bulannya. Berikut ditampilkan Proyeksi Pendapatan Rumah Refleksi Tahun 2014.

Tabel 9.2
Rumah Refleksi
Proyeksi Pendapatan Tahun 2014

Bulan	Member				Non-Member	
	Bulanan (Rp)	Jumlah Member	Pendapatan (Rp)	Kunjungan (Rp)	Jumlah Kunjungan	Pendapatan (Rp)
Januari	342.000	125	42.750.000	57.000	50	2.850.000
Februari	342.000	125	42.750.000	57.000	50	2.850.000
Maret	342.000	125	42.750.000	57.000	50	2.850.000
April	342.000	250	85.500.000	57.000	50	2.850.000
Mei	342.000	250	85.500.000	57.000	50	2.850.000
Juni	342.000	275	94.050.000	57.000	50	2.850.000
Juli	342.000	275	94.050.000	57.000	50	2.850.000
Agustus	342.000	275	94.050.000	57.000	50	2.850.000
September	342.000	302	103.284.000	57.000	50	2.850.000
Oktober	342.000	302	103.284.000	57.000	50	2.850.000
Nopember	342.000	302	103.284.000	57.000	50	2.850.000
Desember	342.000	302	103.284.000	57.000	50	2.850.000
TOTAL			994.536.000			34.200.000

Sumber: Lampiran 7



Pada Tabel 6.2 kita dapat melihat pertumbuhan jumlah member setiap periode nya di karena Rumah Refleksi memberikan keistimewaan sebagai wujud balas jasa atas loyalitas konsumen memilih Rumah Refleksi sebagai sarana tempat refleksi, sedangkan pada kolom jumlah Non-member jumlah yang terlihat cenderung stabil atau tetap dikarenakan factor konsumen yang datang hanya ingin mencoba pelayanan jasa refleksi dalam jumlah frekuensi yang minimalis. Jumlah member 125 orang mengacu pada asumsi yang di dapatkan dari jumlah member pesaing Rumah refleksi. Kondisi ini bertahan selama 3 bulan pertama dikarenakan proses aksi reaksi terhadap adanya sarana promosi yang dilakukan setiap bulan nya yang mengalami peningkatan.

Tabel 9.3
Rumah Refleksi
Tabel Proyeksi Pendapatan
Tahun 2015

Bulan	Member			Non-Member		
	Bulanan (Rp)	Jumlah Member	Pendapatan (Rp)	Kunjungan (Rp)	Jumlah Kunjungan	Pendapatan (Rp)
Januari	342.000	250	85.500.000	57.000	25	1.425.000
Februari	342.000	250	85.500.000	57.000	25	1.425.000
Maret	342.000	250	85.500.000	57.000	25	1.425.000
April	342.000	275	94.050.000	57.000	25	1.425.000
Mei	342.000	275	94.050.000	57.000	25	1.425.000
Juni	342.000	275	94.050.000	57.000	25	1.425.000
Juli	342.000	302	103.284.000	57.000	25	1.425.000
Agustus	342.000	302	103.284.000	57.000	25	1.425.000
September	342.000	302	103.284.000	57.000	25	1.425.000
Oktober	342.000	332	113.544.000	57.000	25	1.425.000
November	342.000	332	113.544.000	57.000	25	1.425.000
Desember	342.000	332	113.544.000	57.000	25	1.425.000
TOTAL			1.189.134.000			17.100.000

Sumber: Lampiran 8

Pada Tabel 9.3 Jumlah member dapat dilihat mengalami peningkatan yang stabil antara 5%-10% yang menjadikan adanya peningkatan kualitas dan mutu pelayanan jasa sebagai wujud



balas jasa loyalitas konsumen memilih Rumah Refleksi sebagai salah satu tempat refleksi.

Pada jumlah Non-Member pada tahun 2015 mengalami penurunan sebesar 50%, hal ini di karena sebagian dari non-member mulai berpikir beralih ke member dikarenakan merasakan adanya pelayanan jasa yang maksimal dari Rumah Refleksi bila dibandingkan dengan periode tahun 2014.

Tabel 9.4
Rumah Refleksi
Tabel Proyeksi Pendapatan
Tahun 2016

Bulan	Member			Non-Member		
	Bulanan (Rp)	Jumlah Member	Pendapatan (Rp)	Kunjungan (Rp)	Jumlah Kunjungan	Pendapatan (Rp)
Januari	342.000	332	113.544.000	57.000	25	1.425.000
Februari	342.000	332	113.544.000	57.000	25	1.425.000
Maret	342.000	332	113.544.000	57.000	25	1.425.000
April	342.000	365	124.830.000	57.000	25	1.425.000
Mei	342.000	365	124.830.000	57.000	25	1.425.000
Juni	342.000	365	124.830.000	57.000	25	1.425.000
Juli	342.000	400	136.800.000	57.000	25	1.425.000
Agustus	342.000	400	136.800.000	57.000	25	1.425.000
September	342.000	400	136.800.000	57.000	25	1.425.000
Oktober	342.000	440	150.480.000	57.000	25	1.425.000
November	342.000	440	150.480.000	57.000	25	1.425.000
Desember	342.000	440	150.480.000	57.000	25	1.425.000
TOTAL			1.576.962.000			17.100.000

Sumber: Lampiran 9

Pada tabel 9.4 Jumlah member dapat dilihat mengalami peningkatan yang stabil antara 5%-10% yang menjadikan adanya peningkatan kualitas dan mutu pelayanan jasa sebagai wujud

balas jasa loyalitas konsumen memilih Rumah Refleksi sebagai salah satu tempat refleksi.

Pada jumlah Non-Member berada dalam posisi stabil jumlahnya setiap bulan selama tahun 2016. Hal ini di karena sebagian dari non-member mulai berpikir beralih ke member dikarenakan merasakan adanya pelayanan jasa yang maksimal dari Rumah Refleksi.



Pada tabel 9.4 pula dapat dilihat adanya peningkatan penjualan dari tahun ke tahun yang menunjukkan usaha Rumah Refleksi cenderung meningkat dari tahun-tahun sebelumnya

sebesar Rp 387.828.000,-.

Tabel 9.5
Rumah Refleksi
Tabel Proyeksi Pendapatan
Tahun 2017

Bulan	Member			Non-Member		
	Bulanan (Rp)	Jumlah Member	Pendapatan (Rp)	Kunjungan (Rp)	Jumlah Kunjungan	Pendapatan (Rp)
Januari	342.000	440	150.480.000	57.000	25	1.425.000
Februari	342.000	440	150.480.000	57.000	25	1.425.000
Maret	342.000	440	150.480.000	57.000	25	1.425.000
April	342.000	480	164.160.000	57.000	25	1.425.000
Mei	342.000	480	164.160.000	57.000	25	1.425.000
Juni	342.000	480	164.160.000	57.000	25	1.425.000
Juli	342.000	520	177.840.000	57.000	25	1.425.000
Agustus	342.000	520	177.840.000	57.000	25	1.425.000
September	342.000	520	177.840.000	57.000	25	1.425.000
Oktober	342.000	570	194.940.000	57.000	25	1.425.000
November	342.000	570	194.940.000	57.000	25	1.425.000
Desember	342.000	570	194.940.000	57.000	25	1.425.000
TOTAL			2.062.260.000			17.100.000

Sumber : Lampiran 10

Pada tabel 9.5 Jumlah member dapat dilihat mengalami peningkatan yang stabil antara 5%-10% yang menjadikan adanya peningkatan kualitas dan mutu pelayanan jasa sebagai wujud balas jasa loyalitas konsumen memilih Rumah Refleksi sebagai salah satu tempat refleksi.

Pada jumlah Non-Member berada dalam posisi stabil jumlahnya setiap bulan selama tahun 2017. Hal ini di karena sebagaian dari non-member mulai berpikir beralih ke member dikarenakan merasakan adanya pelayanan jasa yang maksimal dari Rumah Refleksi. Pada akhir periode tahun 2017 dapat kita lihat bahwa jumlah pendapatan dari proses pelayanan jasa meningkat sebesar Rp 485.298.000,- bila di bandingkan tahun sebelumnya tahun 2016.



Tabel 9.6
Rumah Refleksi
Tabel Proyeksi Pendapatan
Tahun 2018

Bulan	Member				Non-Member	
	Bulanan (Rp)	Jumlah Member	Pendapatan (Rp)	Kunjungan (Rp)	Jumlah Kunjungan	Pendapatan (Rp)
Januari	342.000	570	194.940.000	57.000	25	1.425.000
Februari	342.000	570	194.940.000	57.000	25	1.425.000
Maret	342.000	570	194.940.000	57.000	25	1.425.000
April	342.000	625	213.750.000	57.000	25	1.425.000
Mei	342.000	625	213.750.000	57.000	25	1.425.000
Juni	342.000	625	213.750.000	57.000	25	1.425.000
Juli	342.000	650	222.300.000	57.000	25	1.425.000
Agustus	342.000	650	222.300.000	57.000	25	1.425.000
September	342.000	650	222.300.000	57.000	25	1.425.000
Oktober	342.000	700	239.400.000	57.000	25	1.425.000
November	342.000	700	239.400.000	57.000	25	1.425.000
Desember	342.000	700	239.400.000	57.000	25	1.425.000
TOTAL			2.611.170.000			17.100.000

Sumber: Lampiran 11

Pada tabel 9.6 Jumlah member dapat dilihat mengalami peningkatan yang stabil antara 5%-10% yang menjadikan adanya peningkatan kualitas dan mutu pelayanan jasa sebagai wujud balas jasa loyalitas konsumen memilih Rumah Refleksi sebagai salah satu tempat refleksi.

Pada jumlah Non-Member berada dalam posisi stabil jumlahnya setiap bulan selama tahun 2018. Hal ini di karena sebagian dari non-member mulai berpikir beralih ke member dikarenakan merasakan adanya pelayanan jasa yang maksimal dari Rumah Refleksi.

Pada akhir periode tahun 2018 dapat kita lihat bahwa jumlah pendapatan dari proses pelayanan jasa meningkat sebesar Rp 548.910.000,- bila di bandingkan tahun sebelumnya tahun 2017. Pada akhirnya kita dapat menyimpulkan *Forecasting* (Peramalan) penjualan selama lima tahun pertama (periode 2014 – 2018) dari Rumah Refleksi dari tahun ke tahun sebagai berikut:



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Tabel 9.7
Proyeksi Penjualan
Tempat Refleksi Rumah Refleksi
Periode 2014

Bulan		Penjualan	Total Penjualan
Januari	31	Rp 1.470.967	Rp 45.600.000
Februari	28	Rp 1.628.571	Rp 45.600.000
Maret	31	Rp 1.470.967	Rp 45.600.000
April	30	Rp 2.945.000	Rp 88.350.000
Mei	31	Rp 2.850.000	Rp 88.350.000
Juni	30	Rp 3.230.000	Rp 96.900.000
Juli	31	Rp 3.125.806	Rp 96.900.000
Agustus	31	Rp 3.125.806	Rp 96.900.000
September	30	Rp 3.537.800	Rp 106.134.000
Oktober	31	Rp 3.423.677	Rp 106.134.000
November	30	Rp 3.537.800	Rp 106.134.000
Desember	31	Rp 3.423.677	Rp 106.134.000
Total		Rp	1.028.736.000

Sumber : Lampiran 7

Proyeksi penjualan tempat refleksi Rumah Refleksi di tahun 2014-2018 mengalami kenaikan setiap tahunnya.

Tabel 9.8
Proyeksi Penjualan Tempat Refleksi Rumah Refleksi
Periode 2014 - 2018

Tahun	Penjualan
2014 ¹⁾	Rp 1.028.736.000
2015 ²⁾	Rp 1.206.234.000
2016 ³⁾	Rp 1.594.062.000
2017 ⁴⁾	Rp 2.079.360.000
2018 ⁵⁾	Rp 2.628.270.000
Total	Rp 8.536.662.000

Sumber : 1) Lampiran 7 ; 2) Lampiran 8 ; 3) Lampiran 9 ;4)Lampiran 10 ;5) Lampiran 11



C. Biaya Pemasaran

Pemasaran yang dilakukan oleh pihak Rumah Refleksi melalui media cetak berupa bosur, banner dan spanduk. Pemasaran pada tahun awal operasional diasumsikan akan memerlukan biaya yang cukup besar guna menarik minat pasar. selain itu, tahun pertama merupakan tahun perkenalan di mana manajemen Rumah Refleksi harus membangun *brand image* dan *awareness*. Tahun kedua operasional, pemasaran akan sedikit menurun, namun Biaya pemasaran seperti iklan di koran, majalah, internet, brosur, pamflet, banner dan poster meningkat stabil 10% setiap tahunnya. Sedangkan website hanya biaya pembuatan di awal saja, Biaya setiap tahunnya hanya untuk biaya domain. Penjelasan mengenai biaya pemasaran tahunn Rumah Refleksi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9.9
Rumah Refleksi
Proyeksi Biaya Pemasaran
Tahun 2014 – 2018 (dalam Rupiah)

Keterangan	2014	2015	2016	2017	2018
Majalah InfoGading ¹⁾	6.384.000	9.576.000	12.768.000	19.152.000	22.340.000
Majalah Media Kawasan ¹⁾	2.400.000	3.600.000	4.800.000	7.200.000	8.400.000
Internet ¹⁾	3.960.000	5.940.000	7.920.000	11.880.000	13.860.000
Website ¹⁾	2.500.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Papan Nama ²⁾	1.000.000	-	-	-	-
Brosur	500.000	550.000	605.000	665.500	732.050
Souvenir ²⁾					
Banner & Spanduk ²⁾	1.250.000	1.375.000	1.512.500	1.663.750	1.830.125
Total	17.994.000	23.041.000	29.605.500	42.561.250	49.162.175

Sumber: 1) Lampiran 12 ; 2) Lampiran 13

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBLKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBLKKG.



D. Biaya Administrasi dan Umum

1. Balas Jasa Karyawan

Balas jasa yang diberikan karyawan akan meningkat sebesar 10% tiap tahunnya. Hal ini berdasarkan pada asumsi kenaikan tingkat inflasi di Indonesia. Proyeksi balas jasa kepada karyawan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9.10
Rumah Refleksi
Tabel Proyeksi Balas Jasa Karyawan
Tahun 2014 – 2018 (dalam Rupiah)

No.	Jabatan	Jumlah	Balas Jasa / Tahun (1)	THR (2)	TOTAL (1) + (2) = (3)
1	Direktur	1	42.000.000	3.500.000	45.500.000
2	Manajer Pemasaran	1	26.400.000	2.200.000	28.600.000
3	Manajer Keuangan	1	26.400.000	2.200.000	28.600.000
4	Manajer Operasional	1	30.000.000	2.500.000	32.500.000
5	Staf Keuangan dan Pemasaran	2	43.200.000	3.600.000	46.800.000
6	Resepsionis dan Kasir	2	38.400.000	3.200.000	41.600.000
7	Tenaga Terapis	10	156.000.000	13.000.000	169.000.000
8	Kebersihan	2	26.400.000	2.200.000	28.600.000
9	Keamanan	2	26.400.000	2.200.000	28.600.000
TOTAL			415.200.000	34.600.000	449.800.000

Sumber :1) Tabel 7.2; 2) Tabel 7.3

2. Pembelian Tanah dan Bangunan

Biaya pembelian tanah dan bangunan yang dibutuhkan Rumah Refleksi diasumsikan sebesar Rp 824.000.000,-. Luas tempat usaha yang akan dibeli adalah sebesar 600m².



3. Renovasi Gedung

Biaya renovasi gedung yang dianggarkan sebesar Rp 48.000.000,00. Renovasi yang dilakukan meliputi pemasangan dan instalansi peralatan, merancang desain yang telah dibuat, dan pembuatan lapangan parkir.

4. Pembuatan dokumen legalitas

Pembuatan dokumen ini dibuat untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan yang berhubungan dengan aspek yuridis. Biaya yang dianggarkan sebesar Rp 25.000.000,00.

5. Penyusutan Peralatan

Peralatan mempunyai umur ekonomis yang diasumsikan selama 10 tahun. Depresiasi dihitung dengan menggunakan metode garis lurus. Penjelasan mengenai penyusutan peralatan per tahun dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9.11
Tabel Perhitungan Penyusutan Peralatan
Rumah Refleksi
Tahun 2014 – 2018 (dalam Rupiah)

Tahun	Umur Ekonomis	Harga Perolehan	Biaya Penyusutan / Tahun	Akumulasi Penyusutan	Nilai Buku
2014	5	439.886.000	87.977.200	87.977.200	351.908.800
2015	5	-	87.977.200	175.954.400	263.931.600
2016	5	-	87.977.200	263.931.600	175.954.400
2017	5	-	87.977.200	351.908.800	87.977.200
2018	5	-	87.977.200	439.886.000	-

Sumber : Tabel 4.2

6. Utilitas

a. Listrik

Berdasarkan penetapan tarif baru listrik yang ditetapkan oleh PLN tahun 2013, Rumah Refleksi dalam penetapan dasar tarif listrik termasuk ke dalam Golongan Bisnis



B1 di karenakan jumlah pemakaian listrik per periodenya membutuhkan kurang lebih sebesar 5000 – 6000 Kwh / bulannya.

Biaya listrik diperkirakan akan mengalami kenaikan sebesar 10% tiap tahunnya.

Berikut perkiraan biaya listrik yang akan dikeluarkan:

Tabel 9.12
Tabel Proyeksi Biaya Listrik
Rumah Refleksi

Tahun 2014 – 2018 (dalam Rupiah / Kwh)

Tahun	Biaya Listrik / Bulan	Biaya Listrik / Tahun
2014	5.000.000	60.000.000
2015	5.500.000	66.000.000
2016	6.050.000	72.600.000
2017	6.655.000	79.860.000
2018	7.320.500	87.846.000

Sumber : Lampiran 14

b. Air

Berdasarkan peraturan Gubernur DKI Jakarta mengenai penetapan tarif penggunaan air dalam lingkup wilayah DKI Jakarta, diketahui bahwa dasar penetapan tarif oleh setiap pelanggan PDAM DKI Jakarta di kelompokkan menjadi 7 kelompok pelanggan sebagai berikut:

Tabel 9.13
Susunan Tarif Air Minum Perusahaan Daerah Air Minum

No.	Kelompok Pelanggan	Blok Pemakaian dan Tarif Air Minum per m ³		
		0 - 10 m ³ Rp	11 - 20 m ³ Rp	> 20 m ³ Rp
1.	Kelompok I	1.050,00	1.050,00	1.050,00
2.	Kelompok II	1.050,00	1.050,00	1.575,00
3.	Kelompok III A	3.550,00	5.000,00	5.500,00
4.	Kelompok III B	4.900,00	6.000,00	7.450,00
5.	Kelompok IV A	6.825,00	8.150,00	9.800,00
6.	Kelompok IV B	12.550,00	12.550,00	12.550,00
7.	Kelompok V / Khusus	14.650,00	14.650,00	14.650,00

Sesuai dengan Peraturan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 11 Tahun 2007 Tanggal 15 Januari 2007,

<http://www.pamjaya.co.id/Informasi-Tarif.html>



Dasar perhitungan biaya air Rumah Refleksi mengacu kepada Tabel 9.13 sebagai acuan biaya, dimana berdasarkan jumlah air yang digunakan Rumah Refleksi termasuk ke dalam kelompok III A dengan frekuensi penggunaan air 11-20 M³. Pada kelompok IIIA biaya yang dibutuhkan sebesar Rp 5.000.000,- / bulannya. Biaya yang dikeluarkan Rumah Refleksi untuk biaya air diperkirakan akan mengalami kenaikan sebesar 10% tiap tahunnya. Berikut perkiraan biaya air yang akan dikeluarkan oleh Rumah Refleksi:

Tabel 9.14
Tabel Proyeksi Biaya PAM
Rumah Refleksi
Tahun 2014 – 2018 (dalam Rupiah / M³)

Tahun	Biaya PAM / Bulan	Biaya PAM / Tahun
2014	5.000.000	60.000.000
2015	5.500.000	66.000.000
2016	6.050.000	72.600.000
2017	6.655.000	79.860.000
2018	7.320.500	87.846.000

Sumber : <http://www.pamjaya.co.id/Informasi-Tarif.html>

c. Telepon

Rumah Refleksi hanya mempergunakan 1 *line* telepon dan faksimili untuk mempermudah komunikasi dengan *customer* dan *supplier*. Biaya telepon dan faksimili diasumsikan tetap, sebesar Rp 500.000,- dan naik 10% untuk setiap tahunnya.

Tabel 9.15
Tabel Proyeksi Biaya Telepon dan Faksimili
Rumah Refleksi
Tahun 2014 – 2018 (dalam Rupiah)

Tahun	Biaya Telepon / Bulan	Biaya Telepon / Tahun
2014	500.000	6.000.000
2015	550.000	6.600.000
2016	605.000	7.260.000
2017	665.500	7.986.000
2018	732.050	8.784.600

Sumber : <http://www.telkom.co.id/produk-layanan/personal/telepon-fixed-line/telkom-lokal.html>



d. Internet

Biaya koneksi internet setiap bulannya sebesar Rp 350.000,- dimana jangkauan internet untuk Rumah Refleksi menggunakan *line speedy* sebagai jaringan koneksinya. Untuk tahun pertama biaya yang dibutuhkan sebesar Rp 350.000,- dan naik 10% setiap tahun dihitung dari tahun sebelumnya dikarenakan inflasi.

Tabel 9.16
Proyeksi Biaya Internet Rumah Refleksi
Tahun 2014 - 2018
(dalam Rupiah)

Tahun	Biaya Internet/bulan	Total Biaya Internet
2014	350.000	4.200.000
2015	385.000	4.620.000
2016	423.500	5.082.000
2017	465.850	5.590.200
2018	512.435	6.149.220

Sumber: <http://www.elangajib.com/2012/09/tarif-harga-paket-speedy-terbaru.html>

F. Proforma Laba/Rugi (*Income Statement*)

Menurut Agnes Sawir (2001:4), laporan laba-rugi merupakan laporan mengenai pendapatan, biaya-biaya, dan laba perusahaan selama periode tertentu. Bila neraca menunjukkan gambar bisnis pada satu waktu tertentu, maka laporan laba rugi dapat disamakan seperti gambar yang bergerak yang memperlihatkan apa yang telah terjadi selama satu periode waktu. Laporan laba rugi merupakan alat yang hebat untuk menilai bisnis. Laporan laba rugi hanya menggunakan saldo perkiraan pendapatan dan biaya. Data pada bagian pendapatan akan dijabarkan mengenai jumlah pendapatan yang diterima pada 5 tahun pertama tahun operasional perusahaan. Dimana terdapat pendapatan dari penyediaan fasilitas *therapy, spa* di dalam Rumah Refleksi. Data pada bagian biaya yang akan dikeluarkan Rumah



Refleksi terdiri dari sewa bangunan, renovasi gedung, penyusutan peralatan, gaji karyawan, biaya listrik, PAM, biaya telepon, dan biaya pemasaran. Data yang didapat dari hasil pengurangan antara pendapatan dan biaya yang dikeluarkan, kemudian akan dikurangkan dengan pajak pada akhir pembukuan. Laba bersih yang didapat setelah pengurangan pajak tiap tahunnya sebesar Tahun 2014 Rp120.217.440 ; Tahun 2015 Rp 271.039.615; Tahun 2016 Rp533.644.387,5; Tahun 2017 Rp860.235.317,5; dan pada Tahun 2018 Rp1.255.579.731. Data mengenai pendapatan dan pengeluaran tiap tahun dari operasional Rumah Refleksi dapat dilihat pada tabel berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.