

ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS “RH SALON” DI KAWASAN CITRA INDAH CITY BOGOR

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menyelesaikan Program Strata Satu Program Studi Manajemen



Oleh:

RESTY NURACHMI HANDAYANI
NIM: 2016511287

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA
PROGRAM SARJANA PRODI S1 MANAJEMEN
JAKARTA
2020**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugasakhir ini penulispersembahkan untuk kedua orang tua, Bapak AyiNurdinRukmantara dan Ibu, yang tidak pernahberhenti memberikan dukungan dalam segala aspektermasukperhatian, doa dan kasihsayang untuk penulis. Untuk suamitercinta, Adji Tjahyo Deskandono yang selalumemberisemangatluar biasa dan penuh pengertian sehingga penulis dapat sampai pada titik ini.

Tugasakhir ini penulispersembahkan juga kepadaketigakakakapenulis yang sangat penuliscintai, RintoYudha Munawar, RinnoYogha Maulana dan Rio IstizhabNizhar beserta kakak-kakakipar yang selalumembimbing dan mendukung penulis dalam menuntutimu, untuk keluarga besar ayah mertua Bapak Drs.Soeatmadji yang selama ini juga memberidukungan besar terhadap penulis baik dukungan moral maupun mental. Untuk teman-temankelas D7dan F15 STIE IPWIJA yang telah bersama-sama berjuang dari awalperkuliahansampai saat ini.

TERIMAKASIH

SURAT PERNYATAAN

Bersama ini,

Nama : Resty Nurachmi Handayani

NIM : 2016511287

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir rencanabisnis yang Saya ajukan dengan judul “ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS “RH SALON” DI KAWASAN CITRA INDAH CITY BOGOR” ini adalah hasil karya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkangelar pada program sarjana ini ataupun pada program lain. Karya ini adalah milik Saya, karena itu pertanggungjawabannyaberada di pundak Saya, apabila di kemudian hariternyataapernyataaan ini tidak benar, maka Saya bersedia untuk ditinjau dan menerima sanksisebagaimanamestinya.

Bogor, 30 Juli 2020

Resty Nurachmi Handayani

NIM: 2016511287

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA
PROGRAM SARJANA – PRODI MANAJEMEN S1

TANDA PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : RESTY NURACHMI HANDAYANI
NIM : 2016511287
Judul Tugas Akhir : Analisis Pengembangan Bisnis RH Salon di
Kawasan Citra Indah City Bogor

Jakarta, 30 Juli 2020
Dosen Pembimbing,

Dr. Heru Mulyanto, SE., MM

ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS “RH SALON” DI



KAWASAN CITRA INDAH CITY BOGOR

RESTY NURACHMI HANDAYANI

NIM: 2016511287

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada hari Senintanggal 24 Agustus tahun 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai Tugas Akhir Program Sarjana Manajemen – Program Studi Manajemen

1. **Dra. Yuli Triastuti, MM**

Ketua

Ttd

Tanggal:

2. **Muh. Ali Maskuri, SE, MM**

Anggota

Ttd

Tanggal:

3. **Dr. Heru Mulyanto, SE, MM**

Anggota

Ttd

Tanggal:

Menyetujui,

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWJIA
Program Sarjana – Program Studi Manajemen
Ketua Program,

Dr. SusantiWidhiastuti, SE., MM.

Tanggal:

RINGKASAN EKSEKUTIF

RH Salon merupakan sebuah bisnis yang bergerak dibidang jasa/ pelayanan kecantikan yang berlokasi di Perumahan Citra Indah City Ruko Rafflesia Blok AY0030, Singajaya, Jonggol, Bogor. Saat ini RH Salon berada pada posisi bertumbuh, trennya pun cenderung meningkat. Atas dasar itu ditambah dengan tingginya permintaan atas perawatan Spa maka RH Salon berencana untuk melakukan pengembangan bisnis dengan mengadakan peralatan Spa. Sebelum melaksanakan pengembangan tersebut, maka dilakukan studi kelayakan terhadap RH Salon dengan menggunakan metode analisis SKB (Studi Kelayakan Bisnis) terhadap 7 aspek dan analisis SWOT.

Dari analisis SKB yang telah dilakukan maka didapatkan hasil “Layak” pada keseluruhan aspek untuk kemudian dapat disimpulkan bahwa rencana pengembangan layak untuk dilaksanakan dan untuk mendukung realisasinya berdasarkan hasil analisa SWOT dapat digunakan strategi WO yaitu dengan meminimalisir kelemahan (Weakness) dan memanfaatkan peluang (Opportunity) yang tersedia. Namun dengan keadaan luar biasa yang tengah terjadi saat ini yaitu penyebaran virus Corona (Covid 19), maka rencana pengembangan RH Salon terpaksa harus ditunda, bahkan RH Salon harus menutup sementara kegiatan bisnisnya pada awal pandemic berlangsung.

Namun demikian, RH Salon melakukan tindakan antisipasi untuk menekan kerugian akibat pandemic dengan membuat perubahan model bisnis dengan BMC (Business Canvas Model) yang diyakini sebagai upaya paling tepat dalam kondisi kritis saat ini.

Kata Kunci: Analisis SKB, Analisis SWOT, Kerangka bisnis BMC (Business Model Canvas)

EXECUTIVE SUMMARY

RH Salon is a business engaged in beauty services, located in Citra Indah City Housing, Ruko Rafflesia Blok AY0030, Singajaya, Jonggol, Bogor. Currently RH Salon is in a growing position, the trend is also increasing. On that basis coupled with the high demand for Spa treatments, RH Salon plans to expand its business by procuring Spa equipment. Before carrying out this development, a feasibility study was carried out on RH Salon using the SKB (Business Feasibility Study) analysis method on 7 aspects and a SWOT analysis.

From the SKB analysis that has been carried out, the results are "feasible" in all aspects so that it can be concluded that the development plan is feasible to be implemented and to support its realization based on the results of the SWOT analysis, the WO strategy can be used, namely by minimizing weaknesses and taking advantage of opportunities (Oppourtunity). which are available. However, with the extraordinary situation currently happening, namely the spread of the Corona virus (Covid 19), the RH Salon development plan had to be postponed, even RH Salon had to temporarily close its business activities at the beginning of the pandemic.

However, RH Salon is taking anticipatory measures to reduce the losses caused by the pandemic by making changes to the business model with the BMC (Business Canvas Model) which is believed to be the most appropriate effort in today's critical conditions.

Keywords: Business development with SKB and SWOT analysis, BMC business framework (Business Model Convas)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahuwata'ala karena atas seijin Nyalah Tugas Akhir dengan judul, "ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS RH SALON DI KAWASAN CITRA INDAH CITY BOGOR" ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Selain dari pada itu, penyelesaian Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Heru Mulyanto, SE., MM selaku pembimbing yang tidak kenal lelah meluangkan waktu memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dengan sepenuh hati.
2. Dr. Susanti Widhiastuti, SE., MM. Selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen STIE IPWIJA.
3. Dr. Suyanto, SE, MM, M.Ak, CA selaku Ketua STIE IPWIJA
4. Drs. Juniarto Royo Prasetyo, MPM., Ed. D selaku Pembimbing Akademik kelas D7
5. Rekan mahasiswa Program Sarjana Manajemen STIE IPWIJA
6. Kedua orang tua dan suami tercinta yang selalu memberikan dukungan.
7. Dan pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu

Semoga bantuan yang bapak, ibu, dan rekan-rekan berikan dapat mendapat imbalan dari Allah SWT dan penulis juga berharap hasil penelitian yang sederhana ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pelaku bisnis.

Bogor, 30 Juli 2020

Resty Nurachmi Handayani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN ORISINILITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	v
RINGKASAN EKSEKUTIF	vii
EXECUTIVE SUMMARY	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan	10
1.4. Manfaat	10
1.5. Sistematika Penulisan	11
BAB 2	14

TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Kajian Penelitian Sebelumnya.....	14
2.1. Landasan Teori	17
2.2. Kerangka Pemikiran	27
BAB 3	35
METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1. Jenis Penelitian	35
3.2. Metode Penelitian.....	36
3.3. Operasionalisasi.....	36
3.4. Jenis dan Sumber Data	38
3.5. Teknik Pengumpulan Data	39
3.6. Metode Analisis.....	40
BAB 4	45
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	45
4.1. Hasil Analisis	45
4.1.1. Hasil Analisis SKB	46
4.1.2. Hasil Analisis SWOT.....	57
4.2. Pembahasan	69
4.2.1. Analisis Kelayakan Bisnis (SKB).....	69
4.2.2. Analisis SWOT	72

4.2.3. Implementasi Saat Ini	74
BAB 5	80
KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1. Kesimpulan.....	80
5.2. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	85
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	101

DAFTAR TABEL

Table 1 Data Penduduk Cileungsi-Jonggol	6
Table 2 Operasionalisasi Variabel SKB	37
Table 3 Operasionalisasi Variabel SWOT.....	38
Table 4 Jenis dan Sumber Pengumpulan Data	38
Table 5 Metode Analisis SKB	40
Table 6 Tahap Melakukan Analisis SWOT.....	42
Table 7 Metode Analisis SWOT.....	43
Table 8 Hasil Analisis Aspek Pasar dan Pemasaran.....	46
Table 9 Hasil Analisis Aspek Teknis dan Operasi	49
Table 10 Hasil Analisis Aspek Manajemen/ Organisasi	51
Table 11 Hasil Analisis Aspek Keuangan	53
Table 12 Hasil Analisis Aspek Ekonomi/ Sosial.....	54
Table 13 Hasil Analisis Aspek Hukum	55
Table 14 Hasil Analisis Aspek AMDAL.....	56
Table 15 BMC RH Salon.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Konsumen RH Salon Tahun 2019	4
Gambar 2 Pendapatan RH Salon Tahun 2019	4
Gambar 3 Analisis SWOT	22
Gambar 4 Aspek-aspek Penilaian SKB	23
Gambar 5 Tahapan Dalam SKB	26
Gambar 6 Hasil Analisis SWOT.....	58
Gambar 7 Diagram SWOT	59
Gambar 8 Matriks SWOT.....	60
Gambar 9 Gambar Diagram SWOT Saat Covid 19.....	63
Gambar 10 Matriks SWOT Saat Covid 19	64
Gambar 11 Perbedaan Model Bisnis dan Rencana Bisnis.....	66
Gambar 12 Business Model Canvas	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Angket Kuesioner.....	85
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner	86
Lampiran 3 Tabel Hasil Kuesioner dan kelayakan RH Salon	88
Lampiran 4 Data Karyawan.....	91
Lampiran 5 Data Pelanggan RH Salon 2019	92
Lampiran 6 Hasil Wawancara Pelanggan.....	93
Lampiran 7 Daftar Harga RH Salon	95
Lampiran 8 Daftar Produk RH Salon	96
Lampiran 9 Tabel Keuangan	98
Lampiran 10 Struktur Organisasi.....	99
Lampiran 11 Tabel Daftar Rencana Pengadaan Alat Spa	100

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kesempatan bisnis serta bisnis itu sendiri akan selalu dipengaruhi oleh lingkungan. Perusahaan yang tidak berhasil atau tidak mampu menyesuaikan diri dengan lingkungannya akan tersingkir dari kancah persaingan bisnis oleh pengusaha lain yang lebih lincah dalam menyesuaikan dirinya dengan lingkungannya. Oleh karena itu, pengusaha harus selalu menyesuaikan bisnisnya dengan perkembangan lingkungan agar tetap kompetitif dan meraih keuntungan.

Semakin maraknya dunia bisnis kecantikan wanita, akhir-akhir ini menimbulkan pengaruh untuk kaum pria. Pria merasa juga memerlukan berbagai perawatan yang dilakukan wanita, dikarenakan tuntutan pekerjaan yang mengharuskan penampilan eksklusif maupun pengaruh-pengaruh budaya asing. Hal ini membuat adanya peluang bisnis baru dalam bidang kecantikan pria yang belum banyak disentuh para investor-investor (Rosalia Goenawan, 2006)

Bisnis salon kecantikan ternyata tatakurut oleh waktu, bahkan kini pasar milenial mulai mendominasi. Tumbuhnya kesadaran soal penampilan dan kemunculan media sosial turut membantu salon kecantikan tetap diminati kalangan muda. Bagi wanita, penampilan cantik seolah sudah menjadi keharusan. Bukan hal aneh bahwa banyak kaum hawa rela menghabiskan waktu berjam-jam di salon

kecantikannya demi menjagapenampilansupayatetapmenawan (HavidVebri, 2010).

Menjamurnyabisniskecantikan saat ini, dipicu oleh permintaan masyarakat akan kebutuhanperawatankecantikan. Pada 5 tahunterakhir, konsumen salon terusberubah, bukanhanya kaumwanita dengan rentanusia 20-45 tahunsaja, namun sekarang sudah meluaskepadaremaja, anak-anak, lansia, bahkankaumlelaki dengan beragam jenis kebutuhanperawatan. Ini menjadi fenomen luar biasa dan menjadi sebuah peluang untuk para pebisnis, pasalnya dahulu salon identic dengan perempuan saja, namun sekarang salon menjadi hal biasa untuk lelaki juga. Dengan demikian pasar sasaranbisnis ini menjadi lebih luas.

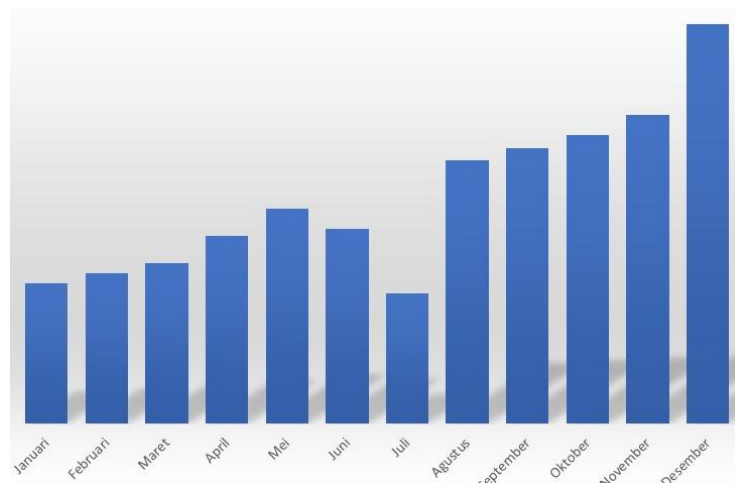
Pertumbuhanindustrikecantikan ini didorong antara lain oleh kontribusitigakategori besar, yaitu tata rias, perawatanrambut, dan perawatankulit. Perkembanganindustriperawatanrambut di Indonesia hinggapertengahan 2017 telah mencapai 117.000 salon dan lebih dari 5.000 barbershop (Eunice Niken, 2018). Sejak tahun 2000an telah masuk berbagai jaringan salon internasional ke Indonesia, yang turutmembawainilai-nilai barumaupunstandartersendiri. Sebut saja jaringan Toni & Guy dari Inggris, One Piece Hair Studio yang digawangi hairstylist dari Jepang, hingga salon-salon Korea dan Singapura (Eva Rianti, 2019)

Saat ini bisniskecantikan di dominasi oleh pebisnismuda. Hal ini karena ide-ide dan inovasi yang dihasilkan lebih diterima dengan baik karena sesuai dengan kebutuhan, maka muncullah salon-salon kecantikanbaru dengan standarklinikkecantikan. Tidak jarang saat ini salon kecantikantradisional yang

telah berdirisebelumnyabermetamorfosa menjadi klinikkecantikan agar bisa tetapbertahan.

RH Salon merupakan salah satu bisnis yang bergerak dibidangjasa/ pelayanankecantikan dengan menawarkan berbagai perawatankecantikan dari ujungrambuthinggaujung kaki dan dengan harga yang relative murah dan terjangkau. RH Salon berlokasi di Perumahan Citra Indah City Ruko Rafflesia Blok AY0030, Singajaya, Jonggol, Bogor. Visi dari RH Salon yaitu menjadi salon kecantikan dengan pelayananterbaik dengan hargatermurah di Bogor Timur. Sedangkan misi untuk mewujudkanvisi tersebut. RH Salon menyediakan perawatankecantikan dengan hargabersaing namun dengan memberikan nilaitambah (added value) didalamnya, yaitu dari fasilitas yang lengkap dan nyaman, tempat yang strategis, layananterbaik dan pelayananpurnajual.

Pemasaran RH Salon dilakukan dengan banner, brosur, daftar harga atau katalog, menerapkan sistem buy 1 get 1 free treatment (SKB) dan media promosi online seperti Facebook, WhatsApp dan Instagram. Hasil dari upaya yang dilakukan adalah jumlahkonsumen yang cenderungbertambahselamatahun 2019 sebagaimanaterlihatpada gambar berikut:

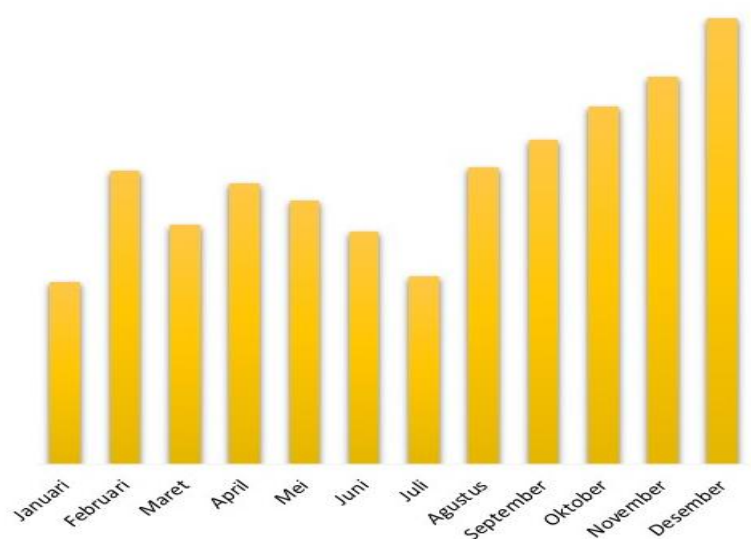


Gambar 1 Konsumen RH Salon Tahun 2019

Sumber: RH Salon, 2020

Jumlah konsumen RH Salon sejalan dengan pendapatannya dimana selamatahun 2019 cenderung meningkat meskipun di bulan tertentu terjadi penurunan. Data pendapatan RH Salon selamatahun 2019 adalah sebagai berikut:

Gambar 2 Pendapatan RH Salon Tahun 2019



Sumber: RH Salon, 2020

Perkembangan konsumen dan pendapatan RH Salon yang cenderung meningkat merupakan indikasi bahwa RH Salon

sedang mengalami pertumbuhan. Bisnis yang sedang tumbuh berpotensi untuk dikembangkan dengan banyak alternative seperti penetrasi pasar, pengembangan produk, pengembangan pasar dan inovasi (Wulandari dan Mulyanto, 2015: 87). Dengan semakin banyaknya pebisnis lain yang tertarik untuk masuk ke dunia bisnis kecantikan membuat persaingan bisnis salon semakin ketat. Hal ini dapat mempersempit pasar RH Salon dan menuntut RH Salon untuk selalu inovatif. Untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dan demi keberlanjutan bisnis maka RH Salon berupaya untuk mengembangkannya sendiri.

Dengan kondisi saat ini, RH Salon memiliki potensi yang baik untuk dapat berkembang menjadi bisnis yang kuat dan sukses. Pertumbuhan jumlah konsumen juga menggambarkan efektifnya strategi pemasaran yang diterapkan oleh RH Salon. Awal tahun sampai pertengahan tahun trend-nya meningkat, kemudian pada Agustus hingga Desember jumlah konsumen pun mengalami peningkatan. Hal ini menguatkan bahwa pengembangan RH Salon lebih memiliki landasan yang kuat.

Potensi rencana pengembangan RH Salon dapat juga dilihat dari lokasi yaitu di Ruko Rafflesia Block AY 0030 Citra Indah, Jonggol yaitu di perumahan dengan lebih dari 50.000 kepala keluarga. RH Salon berada di lokasi yang strategis sehingga mudah dijangkau karena letaknya berada tepat di pinggir jalur utama Citra Indah. Selain itu RH Salon memiliki karyawan yang kompeten dan dibekali pengetahuan kecantikan serta berasal dari daerah sekitar sehingga dapat lebih mudah mengenalkan karakter konsumen.

Cileungsi-Jonggol terletak di Bogor Timur merupakan daerah yang strategis karena letaknya berdekatan di antara kota-kota besar seperti Jakarta, Depok,

Cikarang, Bekasi, Cianjur dan tentu saja Kota Bogor. Jalan Raya Cileungsi-Jonggol kerap digunakan sebagai jalan alternative menuju Bandung, Garut lebih saat musim liburan untuk menghindari kemacetan di tol Padalarang. Taksedikit masyarakat luardaerah yang melakukan investasi dengan membelirumah di daerah Jonggol, khususnya Citra Indah dan hal ini menjadi suatu keuntungan untuk bisnis RH Salon untuk bisa lebih berkembang. Prospek konsumen juga terlihat dari pertumbuhan penduduk sangat pesat yang tentu saja memunculkan tingginya permintaan.

Table 1 Data Penduduk Cileungsi-Jonggol

KETERANGAN	CILEUNGI	JONGGOL
Provinsi	Jawa Barat	Jawa Barat
Kabupaten	Bogor	Bogor
Pemerintahan	Camat	Camat
Luas	73,78	126,86
Jumlah Penduduk	347.414	144.291
Kepadatan	3,567 jiwa/km ²	1,300 jiwa/km ²
Desa/ Kelurahan	12	14

Perkembangan ekonomi daerah tersebut selama rentan 10 tahun terakhir dinilai meningkat dengan baik, hal ini dapat dilihat dari banyaknya pembangunan perumahan elit seperti Citra Land, Citra Indah City, Harvest City, Metland Transyogi dan banyak lagi. Tak hanya residensial namun tempat wisata pun mulai banyak dikembangkan, seperti baru-baru ini Trans Studio Mall, Wisata Air Water Kingdom yang berlokasi persis di sebelah Taman Buah Mekarsari yang telah ada sebelumnya, itu pun baru beberapa tempat wisata umum belum termasuk tempat wisata yang dibuat khusus oleh developer perumahan tertentu. Potensi pengembangan RH Salon lainnya tidak lepas dari

makindikenalnyadaerahCileungsi-Jonggol yang antara lain dengan banyaknyapublic figur yang berasal dari daerahJonggol.

Sebagai langkahawal dalam mengembangkandiri, RH Salon menempuhpengembanganproduk yaitu rencanapengadaan alat-alat kecantikan yang saat ini belumtersedia, yaitu alat spa dan alat ratus. Pilihan ini dipandang perlu mengingat pada era teknologi digital saat ini pebisnisdituntutuntuk dapat ikutbersaing dengan menguasaiteknologi. Pada salon kecantikan pun merasakandampakteknologi, yaitu dengan munculnya alat-alat kecantikanbaru, teknikperawatanterbaru yang diciptakan untuk memaksimalkan hasil perawatan dengan waktu yang relative lebih singkat.

Rencanapengembangan RH Salon melalui pengadaan alat spa dan alat ratusdiharapkan dapat menarik beberapa pasar baru yang dulunyabelumdiliki oleh RH Salon dan tentunya akan meningkatkanpenjualan dari RH Salon. Dengan bertambahnya item perawatan di RH Salon maka akan membukapeluang untuk mendatangkankonsumenbaru dan mempertahankankonsumen lama. Dengan demikian RH Salon menjadi pilihankonsumen karena RH salon sebagai penyediaperawatankecantikan yang lengkap.

Dibalikpeluang yang ditawarkan, tidak bisa dihindari adanya kendalayang dihadapi RH Salon dalam pengembanganbisnismelalui penambahanperalatan.Harga alat-alat masih terbilang mahal dan untuk menguasaiteknikpengoperasioandibutuhkan pelatihankhusus.Kebiasaan, polapikir dan kesadaranmasyarakat akan kebutuhanperawatankecantikanmasyarakat di sekitarCileungsi-Jonggol yang masih kurang menjadi

kendala pengembangan bisnis. Pola pikir masyarakat akan mahalnyaperawatandisalon mungkin akan sedikitmenggangguperkembanganbisnis.

Untuk menghadapi berbagai ancaman baik dari internal maupun eksternal, setelahdilakukannya analisis kelayakan bisnis dari RH Salon, maka dapat dilanjutkan dengan melakukan analisis SWOT untuk mengetahui posisi dari keadaan bisnis RH Salon sendiri pada saat ini. Selain itu analisis SWOT juga dapat memberikan informasi tentang strategi yang baik untuk diterapkan pada bisnis ini.

Kendala lain yang dihadapi RH Salon adalah masuknya berbagai jaringan salon internasional ke Indonesia, yang turut membawa nilai-nilai baru maupun standar tersendiri. Sebut saja jaringan Toni & Guy dari Inggris, One Piece Hair Studio yang digawangi hairstylist dari Jepang, hingga salon-salon Korea dan Singapura (Eva Rianti, 2019). Persaingan juga semakin tajam dengan munculnya salon-salon baru yang makin banyak.

Meskipun RH Salon memiliki kemampuan untuk melakukan pengembangan melalui penambahan peralatan dan memiliki peluang yang cukup tinggi, namun ada kelemahan dan ancaman yang mengikuti jalannya bisnis ini. Untuk dapat mengantisipasi ancaman, meminimalkan hambatan dan risiko yang dihadapi RH Salon di Kawasan Citra Indah maka perlu dilakukan analisis mendalam. Hal ini diperlukan untuk memastikan bahwa pengembangan bisnis yang dilakukan oleh RH Salon dapat menguntungkan. Analisis mendalam hanya dapat dilakukan melalui studi kelayakan bisnis yang digunakan untuk memastikan bahwa pengembangan

yang direncanakan oleh RH Salon melalui pengadaan alat SPA dan layak untuk dijalankan.

Analisis harus dilakukan menyeluruh meliputi seluruh aspek (Wahyuningtyas, 2014) yang meliputi aspek pasar-pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis-operasional, aspek manajemen-organisasi, aspek social-ekonomi, aspek hukum, dan aspek dampak lingkungan. Aspek pasar-pemasaran meneliti penguasaan pasar dan kemampuan menentukan strategi pemasaran. Aspek teknis atau produksi adalah menentukan lokasi, *layout* Gedung dan ruangan, serta teknologi yang akan dipakai. Aspek manajemen dan organisasi adalah untuk mengukur kesiapan dan kemampuan sumber daya manusia yang akan menjalankan usaha tersebut dan mencari bentuk organisasi yang sesuai dengan usaha yang akan dijalankan. Aspek keuangan adalah untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dari selisih pendapatan dan besarnya biaya yang dikeluarkan.

Pengujian kelayakan selanjutnya adalah untuk menilai manfaat ekonomi dan social dengan dijalankannya bisnis tersebut bagi masyarakat. Aspek hukum digunakan untuk meneliti kelengkapan, kesempurnaan dan keaslian dari dokumen yang dimiliki mulai dari badan usaha, izin-izin, sampai dokumen lainnya. Aspek dampak lingkungan menilai ada tidaknya hambatan dari lingkungan.

Analisis pengembangan RH Salon memiliki nilai lebih dibandingkan dengan yang pernah ada. Meskipun sama-sama menelaah tentang Salon tetapi studi sebelumnya hanya menelaah dari aspek SWOT (Dewi, 2017); lebih menitikberatkan pada aspek keuangan (Sari dan Hendrayani, 2016). Selain itu studi

ini dilakukan di RH Salon yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Selanjutnya hasil studi dituangkan dalam laporan dengan judul “ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS RH SALON DI KAWASAN CITRA INDAH CITY BOGOR”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan apakah Pengembangan Bisnis RH Salon di Kawasan Citra Indah City Bogor layak dijalankan?

1.3. Tujuan

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kelayakan pengembangan bisnis RH Salon di Kawasan Citra Indah City Bogor.

1.4. Manfaat

Kegiatan pengujian kelayakan bisnis ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para peneliti selanjutnya sebagai landasan dan pertimbangan untuk penelitian dan analisa yang akan dilakukan. Penulis juga berharap dengan adanya penelitian ini para peneliti lain dapat terbantu dan terpacu untuk mengembangkan penelitian yang lebih luas lagi.

Melalui pengujian kelayakan bisnis ini diharapkan pelaku bisnis baik yang baru mau akan memulaibisnis atau yang sedang menjalankan

bisnis dibidang serupa maupun di luar bisnis kecantikan dapat melakukan perencanaan dan antisipasi semaksimal mungkin untuk mengurangi resiko yang mungkin terjadi serta dapat merancang strategi pemasaran yang lebih matang.

Dengan pengujian kelayakan bisnis ini pula, diharapkan menjadi sebuah pertimbangan pihak manajemen salon dalam membuat kebijakan dan dalam mengambil keputusan khususnya dalam proses pengembangan bisnis.

1.5. Sistematika Penulisan

Bab 1 berisi tentang latar belakang yang menjelaskan tentang isu-isu yang tengah terjadi secara umum tentang salon kecantikan, serta dengan mengutip beberapa pernyataan dari peneliti lain. Pada bagian ini juga mengulas tentang penelitian yang akan dilakukan secara umum. Penjelasan beberapa fenomena yang tengah terjadi saat ini serta menjelaskan sikap optimisme penulis tentang bisnis yang akan diteliti. Tak hanya itu, penulis juga menjelaskan sikap pesimisme akan bisnis yang tentunya selaluberkaitan yang di akhiri dengan proposisi. Dalam bab ini Penulis juga merumuskan masalah yang akan diteliti kemudian tujuan akan penelitian dan manfaat apa yang akan didapatkan dari penelitian ini.

Bab 2 berisi tentang penjelasan beberapa penelitian sebelumnya dengan menjabarkan persamaan dan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Dalam bab ini juga menjelaskan tentang teori dari para ahli tentang bisnis maupun tentang Studi Kelayakan Bisnis yang menjadi kerangka pemikiran penelitian ini seperti didalamnya teori-teori,

penelitianterdahululentang SKB, mengaitkan dengan kondisibisnis yang diteliti saat ini dan mengajukandugaanoptimis.

Bab 3 menjelaskantentangjenis penelitian yang dilakukan yaitu metodekualitatif-deskriptif. Dalam bab ini juga dijelaskanmengapapenulis menggunakan metode tersebut dan terdapatpenjelasantentang variable apa yang akan dinilai atau di analisis. Penjelasan dilakukan dengan memaparkandarimana sumber data diperoleh serta alat apa saja yang digunakan dalam penelitian ini. Penjelasan bagaimana penelitian ini dilakukan juga terdapat pada bab 3 ini.

Bab 4 berisi tentangpenjabaran hasil analisis yang telah dilakukan yaitu hasil analisis SKB terhadap 7 aspekkelayakan, dimana setiap aspekdijelaskan dengan rinci dalam bab ini begitu juga dengan hasil analisis SWOT yaitu tentang penentuan faktorstrategis yang ada pada RH Salon, hal ini bertujuan untuk mengetahui posisi bisnis RH Salon saat ini untuk selanjutnya dapat menentukanstrategi yang paling tepat untuk dijalankan. Dalam bab ini juga dibahastentang hasil yang diperoleh dari analisis tersebut yaitu 7 aspek yang dianalisis memiliki kelayakan dan strategi yang tepat untuk mendukungnya yaitu strategi WO (Weakness/ Oppourtunity) dengan melakukan upaya untuk minimalisirkelemahan dan memanfaatkanpeluang yang tersedia dengan baik. Namun dnegankeadaan yang luar biasa ini, implementasi tidak dapat dilakukan karena dikhawatirkanjustrumerugikan RH Salon, maka RH Salon melakukan pivot bisnis dengan BMC.

Bab 5 berisi tentangkesimpulan dan saran, dimana meskipun hasil yang didapat dari analisis SKB dan analisis SWOT memiliki hasil positif yaitu dengan

mendukung pelaksanaan pengembangan bisnis melalui pengadaan peralatan Spa, namun dengan keadaan saat ini yang tidak memungkinkan, maka RH Salon harus menunda rencana pengembangan ini. Untuk saat ini RH Salon diarahkan untuk menjalankan bisnis alternative dari BMC yang telah dibuat sebagai upaya antisipasi krisis bisnis.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Penelitian Sebelumnya

MasnabilaNurdieniaWahyuningtyas (2014) melakukan StudiKelayakanBisnis Salon dan Spa House of Khadijah (PT. Sharika Solusi Internasional)yang bergerak di bidangobat dan kosmetik herbal untuk melakukan pengembanganusaha. PT. Sharika Solusi Internasional bekerja sama dengan pihakperorangan melakukan pengembanganusaha dengan mendirikan House of Khadijah yang bergerak di bidangkecantikan berupa salon dan spa.Pengolahan data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis secara kualitatif adalah menganalisiskelayakanusaha Salon dan Spa House of Khadijah dilihat dari aspekmanajemenusaha atau non-finansial seperti aspek pasar dan pemasaran, aspekmanajemen, aspekteknik, aspekekonomisosial dan aspek hukum.

Metodeanalisis secara kuantitatif dilakukan dengan cara menghitungkelayakanusaha ini dari aspekkeuangan dengan menghitung Payback Periode, Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), dan Net Benefit/Cost. Alat bantu yang digunakan dalam penelitian ini adalah Microsoft Excel.Dari alat ukuraspekkeuangan di atas didapatkanbahwapengembalian yang dilihat dari payback periode berada dalam kondisi tidak baik yang mana usaha ini tidak layak untuk dijalankan karena jangkawaktu yang lebih dari umurinvestasi yang telah ditentukan yaitu lebih dari 4 tahun. Serupa dengan PP, NPV dan Net b/c tidak mendukung usaha ini karena Nilai negatif yang dihasilkan NPV tidak

sesuai dengan syarat yang mana nilai NPV harus positif, sementara pada usaha ini NPV yang didapatkan sebesar Rp (88.586.046). Begitu juga nilai Net b/c yang kurang dari 1 yaitu -1.4 kali sehingga tidak memenuhi syarat layak yang semestinya lebih dari 1. IRR yang merupakan alat mengukur tingkat pengembalian juga berada dalam kondisi yang tidak baik, karena hasil perhitungan menunjukkan pengembalian investasi kurang dari discount rate yang telah ditentukan sebesar 6%.

Diah Permata Sari dan Iin Hendrayani (2016) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis layak atau tidaknya pendirian usaha Salon Laurence di Pendopo Kota Muara Enim ini dari aspek pasar dan pemasaran, teknis dan teknologi dan aspek keuangan. Sumber data yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah data primer dan sekunder, metode yang digunakan adalah studi kepustakaan yaitu pengumpulan data dengan mempelajari masalah-masalah yang berhubungan dengan objek yang akan diteliti melalui internet dan buku-buku pedoman. Hasil analisis menunjukkan bahwa pendirian bisnis Salon Laurence di Pendopo Kota Muara Enim untuk didirikan. Hal ini terlihat dari hasil analisis aspek keuangan selama 3 tahun NPV 12% sebesar 349.436.671, IRR 16,66%, $PI >$ yaitu 4,50, dan payback period (PP) selama 7,3 bulan.

Eunice Niken (2018) dalam studinya terhadap Salon Iwan dilakukan dengan menggunakan metode penelitian studi kasus deskriptif secara kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, serta studi literatur. Terdapat keterkaitan antara penelitian yang dilakukan terhadap Salon Iwan dengan penelitian yang saat ini dilakukan terhadap RH Salon,

pasalnya lingkungan internal secara signifikan mempengaruhi kualitas keluaran produk dan pelayanan, sedangkan kepuasan pelanggan akan menjadi jaminan akan keberlangsungan suatu bisnis. Hal itu menjadi salah satu point penting dalam penelitian ini, yang membedakan adalah RH Salon telah memiliki alat untuk mengetahui kepuasan pelanggan yaitu berupa questioner yang diisi oleh pelanggan saat pembayaran dilakukan atau setelah melakukan perawatan, sehingga lebih mudah untuk perusahaan dalam melakukan evaluasi kinerja dan perbaikan fasilitas pelayanan dengan cepat.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ratna Sari Dewi (2017) terhadap The Guh Wijaya Negara yaitu sebuah bisnis salon kecantikan, berfokus kepada kelayakan pengembangan bisnis salon tersebut. Dari penelitian tersebut disimpulkan bahwa high risk high return yaitu semakin tinggi harapan pengembalian (laba) semakin tinggi pula kemungkinan risiko yang akan dihadapi. Rencana pengembangan yang akan dilakukan oleh salon tersebut tentunya bertujuan untuk peningkatan laba namun, tidak boleh diabaikan tentang risiko besar yang mengikuti rencana besar tersebut. Oleh karena itu Ratna dengan mengacu pada hasil data penelitian yang telah dilakukan, menyarankan beberapa strategi yang dianggap sesuai untuk mengantisipasi risiko yang mungkin muncul dan diharapkan dapat meminimalisir efek yang dihasilkan dari risiko tersebut. Keterkaitan kembali muncul, dimana peneliti di atas membahas tentang upaya antisipasi dengan berbasis analisis SWOT yang kemudian didapatkan hasil kelayakan pengembangan atas bisnis tersebut sama halnya dengan kegiatan yang saat ini tengah dilakukan yaitu pengujian kelayakan suatu bisnis

untuk dikembangkan, namun yang berbeda yaitu penelitian ini dilakukan lebih cenderung untuk mengetahui kelayakan pengembangan bisnis dengan menganalisis data dan informasi 1 tahun terakhir kemudian meneliti ketepatan penerapan strategi yang saat ini dijalankan baik dari strategi pemasaran, manajemen SDM dan lain hal. Dan pada akhirnya mencari strategi yang tepat untuk menghadapi risiko yang mungkin terjadi.

2.1. Landasan Teori

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu landasan teori ini juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian. Terdapat perbedaan mendasar antara peran landasan teori dalam penelitian kuantitatif dengan penelitian kualitatif. Dalam penelitian kuantitatif, penelitian berangkat dari teori menuju data, dan berakhir pada penerimaan atau penolakan terhadap teori yang digunakan; sedangkan dalam penelitian kualitatif peneliti bertolak dari data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjelasan, dan berakhir dengan suatu "teori".

Sale (2002) menyatakan bahwa penggunaan metode dipengaruhi oleh dan mewakili paradigma yang merefleksikan sudut pandang atas realitas. Lebih lanjut, Kasinath (2013) mengemukakan ada tiga alasan untuk menggunakan metode kualitatif, yaitu (a) pandangan peneliti terhadap fenomena di dunia (a

researcher's view of the world), (b) jenis pertanyaan penelitian (nature of the research question), dan (c) alasan praktis berhubungan dengan sifat metode kualitatif (practical reasons associated with the nature of qualitative methods).

Sementara itu, menurut McCusker, K., & Gunaydin, S. (2015), pemilihan penggunaan metode kualitatif dalam hal tujuan penelitiannya adalah untuk memahami bagaimana suatu komunitas atau individu-individu dalam menerima isu tertentu. Dalam hal ini, sangat penting bagi peneliti yang menggunakan metode kualitatif untuk memastikan kualitas dari proses penelitian, sebab peneliti tersebut akan menginterpretasi data yang telah dikumpulkannya.

Metode kualitatif membantu ketersediaan deskripsi yang kaya atas fenomena. Kualitatif mendorong pemahaman atas substansi dari suatu peristiwa. Dengan demikian, penelitian kualitatif tidak hanya untuk memenuhi keinginan peneliti untuk mendapat gambaran/penjelasan, tetapi juga membantu untuk mendapatkan penjelasan yang lebih dalam (Sofaer, 1999). Dengan demikian, dalam penelitian kualitatif, peneliti perlu membekali dirinya dengan pengetahuan yang memadai terkait permasalahan yang akan ditelitinya.

Creswell (2007, p. 45-47) menyebutkan beberapa karakteristik penelitian kualitatif yang baik, antara lain:

1. Peneliti menggunakan prosedur mendapatkan data yang tepat.
2. Peneliti membatasi penelitian di dalam asumsi dan karakteristik dari pendekatan kualitatif.
3. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitiannya.
4. Peneliti memulai penelitian dengan satu fokus.

5. Penelitian berisi metode yang rinci, pendekatan yang tepat dalam pengumpulan data, analisis data, dan penulisan laporan.
6. Peneliti menganalisis data menggunakan pemisahan analisis dalam beberapa level.
7. Peneliti menulis secara persuasif, sehingga pembaca dapat merasakan pengalaman.

Penelitian kualitatif dimulai dengan ide yang dinyatakan dengan pertanyaan penelitian (research questions). Pertanyaan penelitian tersebut yang nantinya akan menentukan metode pengumpulan data dan bagaimana menganalisisnya. Metode kualitatif bersifat dinamis, artinya selaluterbuka untuk adanya perubahan, penambahan, dan penggantian selama proses analisisnya (Srivastava, A. & Thomson, S.B., 2009).

Sebagaimana diketahui dalam penelitian kualitatif peneliti itu sendiri merupakan instrumen utamanya. Karena itu, kualitas penelitian kualitatif sangat tergantung pada kualitas diri peneliti, termasuk pengalamannya melakukan penelitian merupakan sesuatu yang sangat berharga. Semakin banyak pengalaman seseorang dalam melakukan penelitian, semakin peka memahami gejala atau fenomena yang diteliti. Namun demikian, sebagai manusia, seorang peneliti sulit terhindar dari bias atau subjektivitas. Karena itu, tugas peneliti mengurangi semaksimal mungkin bias yang terjadi agar diperoleh kebenaran utuh. Pada titik ini para penganut kaum positivisme ragu tentang tingkat keilmiah-an penelitian kualitatif. Malah ada yang secara ekstrim menganggap penelitian kualitatif tidak ilmiah.

Sebagaimana dikenal, dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan survei. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur. Atau, peneliti menggunakan wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu, peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Melalui berbagai perspektif atau pandangan diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran. Karena itu, triangulasi tahap ini dilakukan jika data atau informasi yang diperoleh dari subjek atau informan peneliti diragukan kebenarannya. Dengan demikian, jika data itu sudah jelas, misalnya berupa teks atau naskah/transkrip film, novel dan sejenisnya, triangulasi tidak perlu dilakukan. Namun demikian, triangulasi aspek lainnya tetap dilakukan”.

Studi kelayakan bisnis adalah penelitian tentang dapat tidaknya suatu bisnis dilaksanakan dengan berhasil, analisis kelayakan dilakukan untuk melihat apakah suatu bisnis dapat memberikan manfaat atas investasi yang akan ditanamkan (Husnandkk, 2000).

Menurut Umar (1999), studi kelayakan bisnis adalah suatu penelitian tentang layak atau tidaknya suatu investasi dilaksanakan. Hasil kelayakan merupakan perkiraan suatu bisnis menghasilkan keuntungan yang layak bila telah dioperasikan. Perkiraan keberhasilan mungkin dapat ditafsirkan berbeda-beda sesuai dengan pihak yang menjalankan tujuan bisnis.

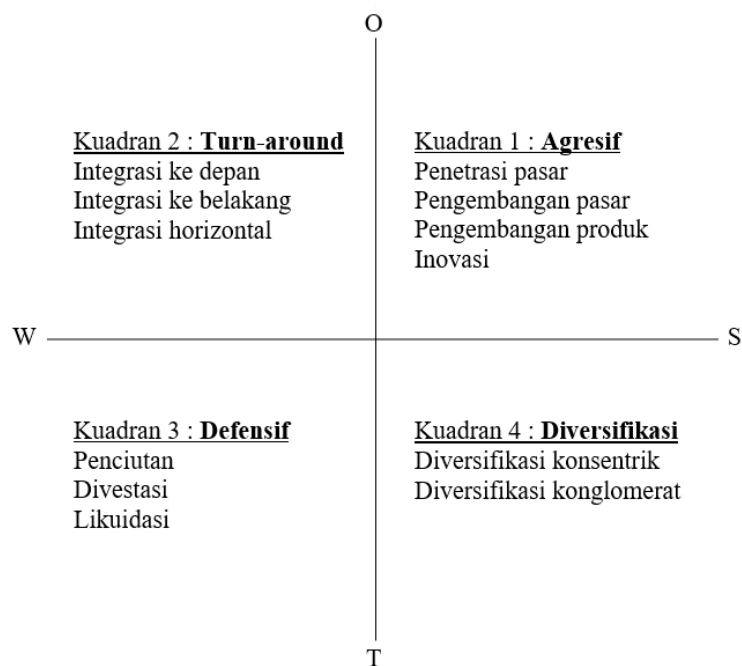
Studi Kelayakan Bisnis merupakan studi atau pengkajian apakah suatu usulan proyek/gagasan usaha apabila dilaksanakan dapat berjalan dan berkembang sesuai dengan tujuannya atau tidak (Sutrisno, 1982:75). Studi kelayakan bisnis adalah penelitian yang menyangkut berbagai aspek baik itu dari sosial ekonomi serta budaya, aspek pasar serta pemasaran, aspek teknis serta teknologi sampai dengan aspek manajemen serta keuangannya, aspek hukum dan aspek dampak lingkungan, yang hasilnya digunakan untuk mengambil sebuah keputusan bisnis. Studi kelayakan bisnis/usaha juga dapat diartikan suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang dijalankan dalam rangka layak atau tidaknya usaha tersebut. Studi Kelayakan Bisnis merupakan suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan atau usaha yang akan dijalankan, untuk menentukan layak atau tidaknya suatu bisnis dijalankan (Kasmir dan Jakfar, 2003).

Analisa dilakukan secara sungguh-sungguh dari data dan informasi, selanjutnya diukur, dihitung dan dianalisis dengan menggunakan metode tertentu. Dengan itu didapatkan suatu kelayakan, apakah usaha yang dijalankan dapat memberikan manfaat besar dibandingkan biaya. Dari segi bisnis, apakah usaha yang dijalankan memberikan manfaat baik finansial maupun non finansial.

Pengujian kelayakan tersebut tidak terlepas dari analisis SWOT yang dilakukan sebelumnya. Freddy Rangkuti dalam bukunya mengutip, konsep dasar pendekatan SWOT ini, tampaknya sederhana sekali, yaitu sebagaimana dikemukakan oleh Sun Tzu (Sun Tzu: 1992), bahwa, “apabila kita telah mengenal kekuatan dan kelemahan diri sendiri dan mengetahui kekuatan dan

kelemahan lawan, sudah dapat dipastikan bahwa kita akan memenangkan pertempuran”. Dalam perkembangannya saat ini, analisis SWOT tidak hanya dipakai untuk menyusun strategi di medan pertempuran, melainkan banyak diterapkan dalam penyusunan perencanaan strategi bisnis (*Strategic Business Planning*) yang bertujuan untuk menyusun strategi-strategi jangka Panjang sehingga arah dan tujuan perusahaan dapat dicapai dengan jelas dan dapat segera diambil keputusan, berikut semua perubahannya dalam menghadapi pesaing.

Gambar 3 Analisis SWOT

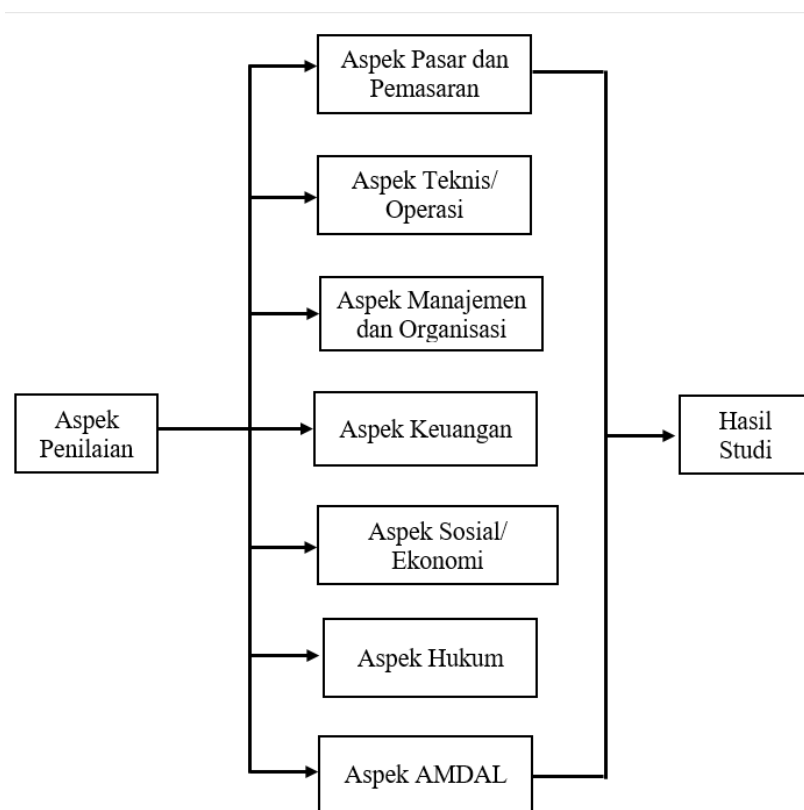


Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *Strength* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan

Threats yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weaknesses*).

Aspek-aspek SKB yang harus di dahului bergantung dari kesiapan penilai dan kelengkapan data. Tentu saja dalam hal ini dengan pertimbangan prioritas. Secara umum, prioritas aspek-aspek yang perlu dilakukan studi kelayakan sebagai berikut:

Gambar 4 Aspek-aspek Penilaian SKB



1. Aspek pasar dan pemasaran

Untuk menilai apakah perusahaan yang akan melakukan investasi ditinjau dari segi pasar dan pemasaran memiliki peluang pasar yang diinginkan atau tidak.

2. Aspek teknis/ operasi

Dalam aspek ini yang diteliti adalah mengenai lokasi usaha, baik kantor pusat, cabang, pabrik atau gedung. Kemudian penentuan layout gedung, mesin dan peralatan serta layout ruang sampai kepada usaha perluasan selanjutnya. Penelitian mengenai lokasi meliputi berbagai pertimbangan, apakah harus dekat dengan pasar, dekat dengan bahan baku, dengan tenaga kerja, dengan pemerintahan, Lembaga keuangan, pelabuhan atau pertimbangan lainnya. Kemudian mengenai penggunaan teknologi apakah padat karya atau padat modal. Artinya jika menggunakan padat karya maka akan memberikan kesempatan kerja, namun jika padat modal justru sebaliknya.

3. Aspek manajemen/ organisasi

Yang dinilai dalam aspek ini adalah para pengelola usaha dan struktur organisasi yang ada. Proyek yang dijalankan akan berhasil apabila dijalankan oleh orang-orang yang profesional, mulai dari merencanakan, melaksanakan sampai dengan mengendalikannya apabila terjadi penyimpangan. Demikian pula dengan struktur organisasi yang dipilih harus sesuai dengan bentuk dan tujuan usahanya.

4. Aspek keuangan

Penelitian dalam aspek ini dilakukan untuk menelaibiaya-biaya apa saja yang akan dikeluarkan. Kemudian juga menelitiseberapa besar pendapatan yang akan diterima jika proyekjadidijalankan. Penelitian ini meliputi seberapa lama investasi yang ditanamkan akan kembali. Kemudian dari mana saja sumber pembiayaanbisnis tersebut dan bagaimana tingkatsukubunga yang berlaku, sehingga apabiladdihitung dengan formula penilaianinvestasi sangat menguntungkan, metodepenelitian yang akan dilakukan nantinya dengan *Payback Periode*, *Net Present Value*, *Internal Rate of Return*, *Profitability Index*, *Break Even Point*, serta dengan rasio-rasiokeuangan lainnya.

5. Aspek ekonomi social

Penelitian dalam aspek ekonomi adalah untuk melihatseberapa besar pengaruh yang ditimbulkan jika proyekdijalnlkan. Pengaruh ini terutama terhadap ekonomi secara luas serta dampaksosialnya terhadap masyarakat secara keseluruhan. Dampakekonomitertentu,peningkatanpendapatanmasyarakat baik yang kerja dipabrik atau masyarakatdiluarpabrik. Demikian pula dengan dampak social yang ada seperti tersedianyasarana dan prasarana seperti jalan, jembatan, penerangan, telepon, air, tempat kesehatan, pendidikan, saranaolahraga dan saranaibadah.

6. Aspek hukum

Dalam aspek ini yang akan dibahas adalah masalah kelengkapan dan keabsahan dokumen perusahaan, mulai dari bentuk badan

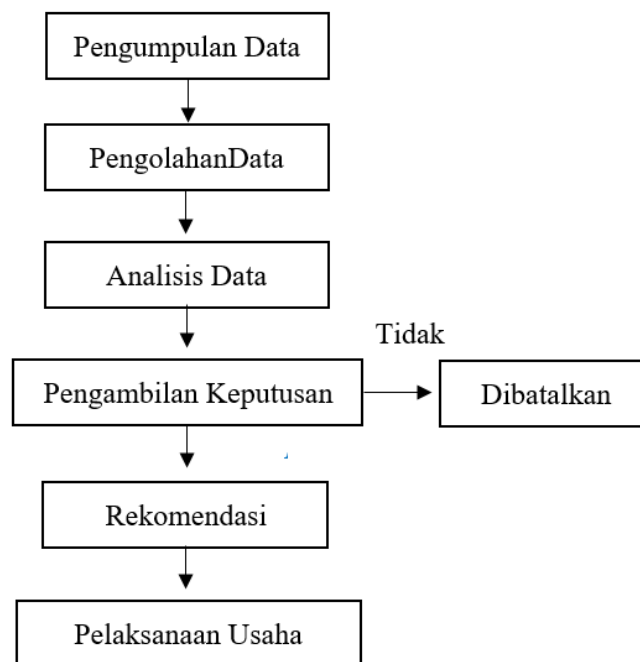
usaha sampai izin-izin yang dimiliki. Kelengkapan dan keabsahan dokumen sangat penting, karena hal ini merupakan dasar hukum yang harus dipegang apabila di kemudian hari timbul masalah. Kelengkapan dan keabsahan dokumen dapat diperoleh dari pihak-pihak yang menerbitkan atau mengeluarkan dokument tersebut. Perizinan yang dimiliki badan usaha baik mikro atau makro beragam, tergantung dari jenis usaha yang dijalankan dan kebutuhannya.

7. Aspek dampak lingkungan

Merupakan analisis yang paling dibutuhkan pada saat ini, karena setiap proyek yang dijalankan akan sangat besar dampaknya terhadap lingkungan sekitarnya, baik terhadap darat, air dan udara, yang pada akhirnya akan berdampak terhadap kehidupan manusia, binatang dan tumbuhan yang ada di sekitarnya.

Tahapan studi kelayakan bisnis dapat dilihat seperti gambar di bawah ini:

Gambar 5 Tahapan Dalam SKB



Hasil studikelayakanbisnis merupakan sebuah kumpulandokumentasilengkap dalam bentuk tertulis yang mampu memperlihatkan bagaimana sebuah rencanabisnis memiliki nilai-nilaipositif dari berbagai aspek yang diteliti. Jika laporanstudikelayakanbisnis dapat menunjukkanbanyaknilaipositif dalam sebuah rencanabisnis, maka proyekbisnis tersebut dapat disebut sebagai sebuah proyekbisnis yang layak dan mampu untuk dieksekusi. Jika ternyata hasil dalam laporanstudikelayakanbisnismenunjukkanjumlahnilai-nilainegatif sama atau justru lebih tinggi dari nilai-nilaipositif, maka proyekbisnis tersebut lebih baik ditunda atau justru dibatalkan.

2.2. Kerangka Pemikiran

Pengembanganbisnis dapat dilakukan jika memang layak dijalankan dalam arti bisnis tersebut menguntungkan atau justru mengalami kerugian. Untuk

mengetahui hal tersebut perlu dilakukan studi dengan pengujian data. Analisis aspek kelayakan akan menjadi landasan dalam membuat keputusan layak atau tidaknya bisnis RH Salon untuk dikembangkan. Aspek-aspek yang akan dianalisis adalah sebagai berikut:

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Jika bisnis memiliki pasar, dan mengetahui seberapa besar pasar yang ada, kemudian terdapat pasar potensial dan mengetahui persaingan yang ada, termasuk besarnya *market share* yang akan direbut dan *market share* pesaing. Dengan lokasi berdirinya RH Salon ini, telah menunjukkan bahwa pasar yang dimiliki oleh RH Salon sangat luas, dan potensial. Letak strategis juga merupakan keuntungan karena mudah dijangkau dan mudah teridentifikasi. Hal ini juga menunjukkan bahwa RH Salon layak untuk dikembangkan di Citra Indah City.

2. Aspek Teknis/ Operasi

Dalam aspek teknis yaitu analisis mengenai lokasi dari bisnis yang berdiri, kemudian kapasitas produksi atau pelayanan, kemudian pemilihan alat-alat teknologi juga tak kalah penting, karena secara keseluruhan aspek operasi ini akan dinilai bekerja secara efisien atau tidak, karena pada akhirnya efisiensi adalah yang akan menentukan salah satu faktor besar kecilnya laba yang akan diperoleh perusahaan. Selain itu dalam aspek ini juga bertujuan agar menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan sekarang dan di masa yang akan datang. RH Salon berada di lokasi yang cukup strategis karena berlokasi di rukoperniagaan perumahan padat penduduk, maka dapat dikatakan layak

dalam aspek teknis sedangkan teknologi yang digunakan pada RH Salon sudah disesuaikan dengan kebutuhan dan kemajuan zaman. Sehingga alat yang digunakan terbilang modern meskipun harganya tidak terlalu mahal. Maka dalam aspek teknologi RH Salon pun dapat dikatakan layak karena pendapatan lebih besar dari modal yang dikeluarkan sehingga laba yang dihasilkan lebih besar.

3. Aspek Manajemen/ Organisasi

Meskipun suatu bisnis dinyatakan layak untuk dilaksanakan namun, tanpa didukung dengan manajemen dan organisasi yang baik, bukan tidak mungkin akan mengalami kegagalan. Baik menyangkut SDM maupun menyangkut rencana perusahaan secara keseluruhan haruslah disusun sesuai dengan tujuan perusahaan. Pengelolaan SDM dinilai cukup penting karena RH Salon bergerak dibidang jasa pelayanan, maka kualitas pelayanan akan sangat dipengaruhi oleh kualitas karyawannya. RH Salon memiliki 5 orang karyawan yang seluruhnya telah mendapat pelatihan khusus sesuai dengan kebutuhan dan posisi dari karyawan tersebut dan secara rutin diberikan pembekalan mengenai SOP Salon, dengan demikian maka RH Salon dikatakan layak untuk dikembangkan

4. Aspek Keuangan

Dengan dibuatnya aliran kas perusahaan, kemudian dinilai kelayakan investasi tersebut melalui kriteria kelayakan investasi. Tujuannya adalah untuk menilai apakah investasi ini layak atau tidak untuk dijalankan terlebih untuk dikembangkan dilihat dari aspek keuangan. Alat ukur untuk

menentukan kelayakan suatu usaha berdasarkan kriteria investasi dapat dilakukan melalui pendekatan *Payback Period (PP)*, *Average Rate of Return (ARR)*, *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, *Profitability Index (PI)* dan *Break Even Point (BEP)*. Dalam aspek ini RH Salon akan memfokuskan analisis pada NPV-nya. Dengan berjalannya salon tersebut selama 2 tahun maka dapat diketahui kelayakan dari RH Salon untuk kemudian dikembangkan.

5. Aspek Ekonomi Sosial

Dalam aspek ekonomi sosial yang perlu ditelaah apakah jika usaha dijalankan akan memberimanfaat secara ekonomi dan sosial kepada berbagai pihak atau sebaliknya. Oleh karena itu, aspek ekonomi dan sosial ini perlu dipertimbangkan, karena dampak yang akan ditimbulkan nantinya sangat luas apabila salah dalam melakukan penilaian. Diharapkan dengan berdirinya RH Salon secara ekonomi dan sosial lebih banyak memberikan manfaat diandingkan kerugiannya. Misalnya saja, RH salon merekrut karyawan yang tinggal atau merupakan penduduk di daerah Jonggol sehingga secara tidak langsung dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar dan meningkatkan nilai sosial penduduk setempat. Sehingga RH Salon dapat dinyatakan layak menjadi bisnis yang akan perlu dikembangkan.

6. Aspek Hukum

Jika bisnis dalam kondisi legal atau memiliki perizinan dalam bentuk tersurat, maka bisnis tersebut dapat dikatakan layak karena dari segi hukum,

bisnis tersebut telah memiliki legalitas yang kuat dan memiliki perlindungan hukum yang sah. Dokumen yang perlu di analisis adalah berupa surat perizinan usaha dari Lembaga atau masyarakat sekitar yang memiliki wewenang mengeluarkan surat tersebut. RH Salon saat ini telah mendapatkan izin dari lingkungan sekitar usaha dan pemerintah setempat. Maka dalam aspek ini, RH Salon dikatakan layak untuk dikembangkan.

7. Aspek Dampak Lingkungan

Aspek ini banyak dikenal dengan istilah AMDAL, AMDAL atau Analisa Mengenai Dampak Lingkungan ini menjadi salah satu aspek SKB karena menjadi hal yang cukup penting untuk dianalisis. Sebelum menjalankan bisnis atau akan mengembangkan bisnis perlu diketahui dampak yang bakal timbul, baik dampak searang maupun mendatang. Selain itu studi ini dilakukan untuk mencari jalan keluar untuk mengatasi dampak tersebut. Dalam aspek ini RH Salon berada di tengah pemukiman, maka dampak yang ditimbulkan sangat kecil, karena developer perumahan memiliki pengelolaan lingkungan yang cukup baik dan terstruktur, misalnya mengenai limbah dan sebagainya. Dengan demikian bisnis RH Salon layak untuk dikembangkan karena dalam aspek AMDAL RH Salon memenuhi standar keamanan lingkungan dan tidak menimbulkan dampak negative terhadap lingkungan sekitar.

Analisis SKB diatas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kelayakan terhadap aspek-aspek yang dianalisis. Setelah hasil analisis SKB didapat, proses

tidak berhentisampaidisitusaja, namun dilanjutkan ke tahapberikutnya yaitu analisis SWOT. Analisis SWOT dilakukan dengan menentukanfaktor-faktorstrategis apa saja yang layak untuk di analisis dan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap RH Salon. Analisis SWOT ini bertujuan untuk menentukan posisi bisnis saat ini yang dimiliki RH Salon (Positioning) dan juga untuk menentukanstrategi yang paling tepat untuk mendukung rencanapengembanganbisnis RH Salon.

Faktor-faktor dalam analisis SWOT ada empat yaitu:

1. S – Strength (Kekuatan)

Kenali dan pahamikekuatanterbesar dalam bisnis yang sedangdijalankan. Proses pengenalan dan pemahaman ini akan menghasilkan sejumlah bahantemuan yang diharapkanberpengaruhpositif bagi kesuksesanperusahaan.Bagaimana cara mengenali dan memahamikekuatan tersebut? Anda bisa menyusun daftar sejumlah pertanyaan untuk mengidentifikasinya. Contoh-contoh pertanyaannya adalah:

- Apa sihkelebihanbisnis/perusahaan Anda?
- Apa yang membuat bisnis/perusahaan Anda lebih baik dari yang lain?
- Apa sihkeunikanbisnis/perusahaan Anda?
- Faktor apa saja yang telah berhasilmeningkatkan angka penjualanselama ini?
- Apa responspositifkonsumen Anda selama ini?

2. W – Weakness (Kelemahan)

Setiap model bisnis pasti memiliki kelemahan. Meskipun sempurna, celah-celah yang berpotensi menimbulkan kesalahan/kerugian selalu ada. Analisis mengidentifikasi kelemahan bisnis/perusahaan dapat dicari hasilnya dengan mengajukan sejumlah pertanyaan:

- Apa yang wajib ditingkatkan dalam bisnis/perusahaan Anda?
- Menurut Anda, apa saja yang harus dihindari selama menjalankan bisnis/perusahaan ini?
- Apa saja faktor penyebab kerugian penjualan?
- Apa saja yang dilihat konsumen sebagai kelemahan?
- Tindakan atau pencapaian apa saja yang telah dilakukan kompetitor sehingga nampak lebih baik dari bisnis/perusahaan Anda?

3. O – Opportunities (Peluang)

Sebagai pemilik dan pengelola bisnis, segala macam peluang mesti dapat dipantau dan diambil demi perkembangan di masa mendatang. Pembacaan peluang-peluang itu dapat dianalisis melalui sejumlah pertanyaan:

- Apa yang sedang berkembang sebagai tren bisnis dan relevan dengan perusahaan Anda?
- Peluang jenis apa yang selama ini Anda lihat sebagai peluang bisnis?

4. T- Threats (Ancaman)

Semua jenis bisnis selalu menghadapi beragam ancaman yang jika dibiarkan begitu saja akan menumbangkan perusahaan. Oleh karena itu, berbagai jenis ancaman itu wajib dianalisis melalui sejumlah pertanyaan:

- Kendala dan masalah apa saja yang sedang dihadapi perusahaan?
- Apa saja solusi yang telah dilakukan demi menuntaskan setiap kendala dan masalah itu?
- Apakah ada faktor kebijakan dari pemerintah atau konteks lokal yang mempengaruhi timbulnya ancaman itu?
- Apakah ada kondisi atau konteks eksternal yang berpengaruh hingga menyebabkan ancaman tersebut?

Empat elemen di atas dikategorikan dalam dua kategori utama yaitu faktor internal dan faktor eksternal yaitu:

A. Faktor Internal: Strength dan Weakness

B. Faktor Eksternal: Opportunities dan Threats

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif yang lebih menekankan pada pengamatan fenomena dan lebih meneliti ke substansi makna dari fenomena tersebut. Triangulasi metode ini dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Sebagaimana dikenal, dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan survei. Analisis dan ketajaman penelitian kualitatif sangat terpengaruh pada kekuatan kata dan kalimat yang digunakan. Oleh karena itu, Basri (2014) menyimpulkan bahwa fokus dari penelitian kualitatif adalah pada prosesnya dan pemaknaan hasilnya. Perhatian penelitian kualitatif lebih tertuju pada elemen manusia, objek, dan institusi, serta hubungan atau interaksi di antara elemen-elemen tersebut, dalam upaya memahami suatu peristiwa, perilaku, atau fenomena (Mohamed, Abdul Majid & Ahmad, 2010).

Pendekatan kualitatif ini bertujuan agar penulis dapat mengetahui tingkat kualitas pelayanan dan sekaligus mengetahui perkembangan permintaan pasar. Adapun cara yang telah dijalankan yaitu dengan pengisian lembar questioner yang dilakukan oleh konsumen RH Salon saat melakukan pembayaran di kasir atau setelah selesai melakukan perawatan, wawancara langsung dengan konsumen dan melakukan survey terhadap lapangan.

3.2. Metode Penelitian

Metodologi Penelitian adalah ilmu tentang metode, dan bila manadirangkai menjadi metodologi penelitian, maknanya adalah ilmu tentang metode yang dapat dipergunakan dalam melakukan kegiatan penelitian. Metodologi Penelitian juga dapat diartikan sebagai ilmu untuk mengungkapkan dan menerangkan gejala-gejala alam dan gejala-gejala sosial dalam kehidupan manusia, dengan mempergunakan prosedur kerja yang sistematis, terartur, tertib dan dapat dipergunakan secara ilmiah (Nawawi, 1994 :8).

Metode penelitian menurut Sugiyono (2015) adalah cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif terhadap RH Salon dan untuk menguji bagaimana kelayakan bisnis tersebut. Tujuan dari penelitian deskriptif ialah untuk mendeskripsikan atau menggambarkan hasil penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada berupa data-data yang diperoleh dari surveilapangan.

3.3. Operasionalisasi

Menurut Gugiyono (2015) variable didefinisikan sebagai atribut seseorang atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau obyek satu dengan obyek yang lain. Agar variable dapat diukur maka variable harus dijelaskan ke dalam konsep operasional variable, untuk itu variable harus dijelaskan parameter atau indikator-indikatornya. Seperti dibawah ini:

Table 2 Operasionalisasi Variabel SKB

Studi Kelayakan Bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan atau usaha yang akan dijalankan, untuk menentukan layak atau tidaknya suatu bisnis dijalankan (Kasmir dan Jakfar, 2003)		
Aspek SKB	Indikator	Sumber
Aspek Pasar dan Pemasaran	Peluang Pasar Segmentasi pasar Persaingan dan strategi bersaing: - Masa hidup produk (PLC) - Pangsa pasar	Observasi Observasi Kuesioner Kuesioner
Aspek Teknis dan Operasi	Jenis produk Lokasi Peralatan Operasional produksi	Kuesioner Kuesioner Kuesioner
Aspek Manajemen dan Organisasi	Kepemilikan Struktur organisasi Pemeliharaan SDM Tenaga kerja/ karyawan	Observasi Observasi Wawancara Wawancara
Aspek Keuangan	Net Present Value (NPV) - Layak: NPV positif - Tidak layak: NPV negatif	Rasio
Aspek Sosial/ Ekonomi	Peningkatan ekonomi rumah tangga Membuka kesempatan kerja Tersedianya ragam produk dan pelayanan	Observasi Observasi Kuesioner
Aspek Hukum	Ijin Usaha	Observasi
Aspek AMDAL	Keselamatan kerja bagi karyawan Keamanan dan kenyamanan masyarakat sekitar Pembuangan limbah dan lain-lain	Wawancara Wawancara Observasi

Perencanaan strategis pada titik tertentu dan harus menilai kekuatan serta kelemahannya. Analisis SWOT memberikan informasi yang bermanfaat untuk mencocokkan sumber daya dan kemampuan dengan lingkungan kompetitif di mana organisasi beroperasi. Model ini dapat digunakan sebagai alat untuk merancang dan memilih strategi dan dapat diaplikasikan dalam situasi pengambilan keputusan, asalkan tujuan yang diinginkan sudah didefinisikan dengan jelas. Adapun parameter variabelnya yaitu sebagai berikut:

Table 3 Operasionalisasi Variabel SWOT

Rangkuti (1997) yang menyatakan bahwa Pengertian SWOT adalah proses identifikasi berbagai faktor yang dilakukan secara sistematis agar bisa merumuskan strategi organisasi dengan tepat. Analisis dilakukan berdasarkan logika yang bisa mengoptimalkan kekuatan atau Strengths serta peluang atau Opportunities.		
Faktor Strategis		Sumber
Internal	Strength	Observasi
	Weakness	Observasi
Eksternal	Opportunity	Observasi
	Treat	Observasi

3.4. Jenis dan Sumber Data

Menurut Arikunto (1998:144), sumber data adalah subjek dari mana suatu data dapat diperoleh. Pengertian data primer menurut Umi Narimawati (2008:98) dalam bukunya “Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi” bahwa: “Data primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data.

Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs Web, internet dan seterusnya (Uma Sekaran, 2011).

Table 4 Jenis dan Sumber Pengumpulan Data

No	Jenis Data	Sumber Data	Kategori Data
1	Jumlah penduduk di Jonggol	https://id.wikipedia.org/wiki/Jonggol,_Bogor	Sekunder

2	Data penjualan RH Salon	Manager RH Salon	Primer
3	Profil Perusahaan RH Salon	Pemilik RH Salon	Sekunder
4	Data pendapatan RH Salon	Pemilik RH Salon	Primer
5	Tanggapan konsumen mengenai pelayanan RH Salon	Konsumen RH Salon	Primer
6	Tanggapan atau jawaban konsumen mengenai kualitas produk, harga, tempat dan promosi.	Konsumen RH Salon	Primer

3.5. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Riduwan, 2004: 104). Penelitian pada RH Salon ini dilakukan dengan pengamatan langsung ke lapangan serta mendengarkan dan mencatat segala sesuatu yang berhubungan dengan studi kelayakan bisnis di RH Salon.

2. Wawancara

Menurut Lexy, Wawancara merupakan percakapan dengan tujuan tertentu. Yang mana percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak atau lebih, yaitu pewawancara (yang mengajukan pertanyaan) dan diwawancarai (yang memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaannya). Proses dari wawancara sendiri yaitu melakukan tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dan responden dengan atau tanpa bantuan panduan wawancara. Pada penelitian ini penulis selaku pemilik dari RH Salon memiliki informasi secara menyeluruh mengenai RH Salon namun dalam operasionalnya penulis

juga melakukan wawancara terhadap manager dan karyawan untuk melengkapi informasi.

3. Kuisisioner/ angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberisepangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2005:162).

Pada penelitian ini penulis membuat angket yang diberikan kepada setiap konsumen salon yang sudah melakukan perawatan di RH Salon. Untuk kemudian dikumpulkan dan di analisis.

3.6. Metode Analisis

Analisis kualitatif triangulasi yang akan dilakukan terhadap aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis. Analisis dilakukan secara bertahap yaitu mulai dari aspek pertama yang dinilai kelayakannya. Setelah aspek pertama layak barulah dilanjutkan ke aspek berikutnya, sebaliknya jika aspek pertama tidak layak maka analisis dihentikan. Hal ini dilakukan secara berulang sampai pada tahap berikutnya. Kelayakan pengembangan bisnis diterima jika seluruh aspek studi dikatakan layak. Aspek, kriteria dan kelayakan didasarkan pada table berikut:

Table 5 Metode Analisis SKB

Aspek	Ukuran	Kelayakan
Aspek Pasar dan Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> • Peluang pasar • Segmentasi Pasar • Persaingan 	Dikatakan layak apabila bisnis memiliki peluang pasar yang cukup baik, memiliki pasar sasaran

	<p>strategi bersaing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Masa hidup produk (PLC) • Pangsa pasar 	<p>dengan melakukan segmentasi pasar, memiliki produk yang diminati konsumen, memiliki strategi dalam menghadapi pesaing yang efektif. Memiliki pengendalian dengan selalu melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan.</p>
Aspek Teknis dan Operasi	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis produk • Lokasi • Peralatan • Operasional produksi 	<p>Dinyatakan layak apabila memiliki produk dengan jenis yang sesuai dan memiliki spesialisasi produk. Kemudian berada di lokasi yang cukup strategis dan mudah dijangkau. Peralatan yang digunakan memenuhi spesifikasi kebutuhan, memiliki SOP dalam setiap pelayanan yang dilakukan, Memiliki pengelolaan pada logistik termasuk bahan baku. Dikatakan layak jika memiliki karyawan yang memiliki kompetensi dan kemampuan yang mumpuni dalam melakukan pelayanan, pengelolaan SDM yang terstruktur dengan baik.</p>
Aspek Manajemen/ Organisasi	<ul style="list-style-type: none"> • Struktur organisasi • Kepemilikan • Pemeliharaan SDM • Tenaga kerja/ karyawan 	<p>Dinyatakan layak apabila bisnis dikelola oleh manajemen yang secara struktur dijelaskan dengan baik mengenai wewenang dan tanggung jawabnya, terdapat karyawan yang menunjang jalannya bisnis.</p>
Aspek Keuangan	Net Present Value (NPV)	<p>Dinyatakan layak apabila nilai NPV positif dan jika nilai NPV negative maka bisnis tidak layak.</p>
Aspek Ekonomi/ Sosial	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan ekonomi rumah tangga • Membuka kesempatan kerja • Tersedianya ragam produk dan pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat 	<p>Dinyatakan layak apabila bisnis memberikan dampak positif lebih banyak dari pada dampak negative terhadap masyarakat, baik dalam segi ekonomi maupun social.</p>
Aspek Hukum	<ul style="list-style-type: none"> • Perizinan 	<p>Dikatakan layak apabila bisnis yang dijalankan tentu saja tidak melanggar hukum yang ada di perundang-undangan RI, bisnis layak jika telah memiliki ijin usaha baik</p>

		dari lingkungan sekitar ataupun pemerintah an setempat.
Aspek AMDAL	<ul style="list-style-type: none"> • Keselamatan kerja bagi karyawan • Keamanan dan kenyamanan masyarakat sekitar • Pembuangan limbah dan lain-lain 	Dinyatakan layak apabila karyawan terjamin atas kenyamanan kerja dan keselamatan kerja, begitupun dengan masyarakat tidak merasa terganggu dengan adanya bisnis tersebut. Bisnis layak apabila memiliki pengelolaan limbah pembuangan, baik limbah kimia maupun limbah rumah tangga.

Sedangkan analisis SWOT memiliki beberapa tahapan seperti tampak pada table 6 berikut ini.

Table 6 Tahap Melakukan Analisis SWOT

Tindakan	Keterangan
1. Membentuk Tim	Tim terdiri dari owner dan para karyawan yang akan melakukan analisis, hal ini bertujuan agar perspektif yang akan muncul dari beberapa kepala akan mendukung keberhasilan analisis.
2. Melakukan Analisa	Mengumpulkan seluruh tim dan melakukan analisis bersama dengan mencatat setiap ide atau pendapat yang muncul, untuk selanjutnya disampaikan kembali kepada seluruh tim pada akhir pertemuan.
3. Mengorganisasikan Ide	Ide yang sudah dicatat tadi lalu diorganisir, dikelompokkan berdasarkan ide yang serupa.
4. Menentukan Ide	Menentukan ide yang akan dipakai dengan melakukan sistem demokrasi atau pemungutan suara. Masing-masing ide harus dipilih berdasarkan analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Saat melakukan analisis SWOT atau pada tahap kedua, perlu diperhatikan setiap faktor yang dianalisa, analisis yang dilakukan oleh beberapa orang tentunya akan muncul kendala, maka dibuatlah urujukannya, untuk dapat mempermudah

proses Analisa dapat digunakan pertanyaan-pertanyaan seperti tampak pada table dibawah ini.

Table 7 Metode Analisis SWOT

Analisis SWOT			
Strength	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses bisnis apa yang berhasil? 2. Aset apa yang Anda miliki di tim Anda, seperti pengetahuan, pendidikan, jaringan, keterampilan, dan reputasi? 3. Aset fisik apa yang Anda miliki, seperti pelanggan, peralatan, teknologi, pendanaan, dan paten produk? 4. Apa keunggulan kompetitif yang Anda miliki dibandingkan pesaing Anda? 	Weakness	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adakah hal-hal yang Anda perlukan untuk membuat bisnis menjadi lebih kompetitif? 2. Proses bisnis apa yang perlu diperbaiki? 3. Apakah ada aset berwujud yang dibutuhkan perusahaan Anda, seperti pendanaan atau peralatan? 4. Apakah ada celah di tim Anda? 5. Apakah jabatan Anda ideal untuk menunjang kesuksesan Anda?
Opportunity	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah market bisnis Anda berkembang dan apakah ada tren yang akan mendorong orang untuk membeli lebih banyak dari apa yang Anda jual? 2. Adakah acara atau event yang dapat dimanfaatkan perusahaan Anda dalam menumbuhkan pengembangan bisnis? 3. Apakah ada perubahan peraturan yang akan mempengaruhi perusahaan Anda secara positif? 4. Jika bisnis Anda terus berkembang, apakah itu berarti pelanggan membutuhkan produk Anda? 	Treat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah Anda memiliki pesaing potensial yang dapat memasuki pasar Anda? 2. Apakah pemasok akan selalu dapat memasok bahan baku yang Anda butuhkan dengan harga yang cocok? 3. Bisakah perkembangan di masa depan dalam teknologi mengubah cara Anda melakukan bisnis? 4. Apakah perilaku konsumen berubah dengan cara yang dapat berdampak negatif bagi bisnis Anda? 5. Adakah tren pasar yang bisa menjadi ancaman?

BAB 4

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Analisis

Sebelum rencana pengembangan yang akan dilakukan RH Salon dengan menambah peralatan dan mesin salon yang bertujuan meningkatkan penjualan, harus dilakukan analisis SKB dan analisis SWOT terlebih dahulu. Analisis SKB atau Studi kelayakan bisnis ini menjadi sarana untuk mengetahui dan melakukan kajian mendetail dari berbagai aspek baik kuantitatif dan kualitatif atas bisnis yang dijalankan. Dalam studi kelayakan kita memperhatikan semua aspek agar dapat melihat apakah usaha tersebut layak atau tidak untuk dijalankan. Suatu usaha dapat dikatakan layak jika mendatangkan manfaat atau pengembalian yang lebih daripada dampak negatif yang akan diterima oleh semua pihak (stake holder).

Dari hasil analisis tersebut baru akan diketahui sejauh mana kelayakan bisnis dan ketepatan penerapan strategi RH Salon. RH Salon merupakan salon kecantikan yang telah berdiri kurang lebih 3 tahun dan saat ini sedang mengalami tren pertumbuhan. Tingginya permintaan yang muncul membuat RH Salon selalu melakukan berbagai inovasi dan evaluasi untuk dapat terus berkembang, salah satunya permintaan yang tinggi terhadap perawatan spa dan rias dimana untuk memenuhinya RH Salon perlu menambah peralatan dan mesin. Yang saat ini menjadi dilema adalah kelayakan bagi bisnis RH Salon

sebelum melakukan pengembangan. Dengan demikian maka dilakukan analisa sebagai berikut.

4.1.1. Hasil AnalisisSKB

Setelah menentukan aspek-aspek apa saja yang akan dianalisis, analisis kelayakan bisnis baru dapat dilaksanakan. Dari 7 aspek dengan masing-masing ukurannya, maka diperoleh hasil seperti dibawah ini.

Table 8 Hasil Analisis Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek	Ukuran	Hasil Analisis
<i>Pasar dan Pemasaran</i>	Peluang Pasar	Peluang sangat tinggi, dari 40.000 warga di Citra Indah 25% diantaranya merupakan pasar sasaran RH Salon
	Segmentasi Pasar	Wanita usia 20-45 tahun
	Persaingan dan strategibersaing: <ul style="list-style-type: none"> • Masa hidup produk (PLC) • Pangsa pasar 	Saat ini RH salon berada di tahap Kedewasaan (Maturity) dimana produk yang tersedia sudah ada di posisi tetap Nilai Indeks Pangsa Pasar RH Salon yaitu sebesar 66,3%,

Dalam analisa pada aspek pasar dan pemasaran, hal pertama yang dilakukan adalah mengidentifikasi peluang pasar dengan cara mengevaluasi prospek, feedback pelanggan dan kondisi pasar. Dari observasi yang telah dilakukan dengan mengevaluasi produk, diketahui bahwa beberapa produk perawatan mengalami perkembangan yang positif namun ada pula yang justru sebaliknya. Tentu saja hal ini akan menjadi acuan dalam menerapkan strategi di masa mendatang. Meskipun permintaan tinggi dan sudah mengikuti tren yang sedang berlangsung namun tidak sepenuhnya memberikan keuntungan. Ada produk atau strategi promosi yang tidak layak untuk diterapkan. Hal ini dapat terjadi karena biaya operasional lebih tinggi dari pada harga jual. Kemudian dari peninjauan langsung terhadap feedback pelanggan didapatkan bahwa ada nilai tambah yang didapat oleh pelanggan dari produk RH Salon yang tidak dimiliki oleh salon lain.

Kemudian RH Salon melakukan perbaikan dalam segi teknis maupun operasional dengan melakukan evaluasi internal dan melakukan perbandingan sistem kerja yang ada di RH Salon dengan salon pesaing. Dengan konsistensi RH Salon terhadap pelanggan maka akan mempertahankan pasar yang ada dan bahkan membuka peluang pasar yang baru. Dan yang terakhir adalah observasi yang dilakukan mengenai kondisi pasar saat ini, diketahui pasar yang dimiliki RH Salon cukup besar dapat dilihat dari data Citra Indah City yaitu terdapat 45 Cluster yang telah dihuni oleh 40.000 warga. Dapat di asumsikan 1 keluarga memiliki 4 orang anggota yang berarti terdapat

10.000 KK yang memiliki 10.000 iburumahtangga yang merupakan pasar potensial untuk RH Salon.

Segmen pasar yang dipilih oleh RH Salon yaitu pelangganwanitakisaranusia 20-45 tahun, meskipun RH Salon memiliki pelanggantetapdiluarkelompokusia tersebut, namun segmen yang telah dipilih memiliki konsistensi tinggi dalam pembelian dan potensinyacukup besar, hal ini dapat dilihat dari data penjualandimana pelanggandidominasi oleh kelompokusia 20-45 tahunsebesar 75%. Sisanya atau 25% penjualan merupakan konsumenwanitausiadibawah dan diatas 20-45 tahun.

RH Salon memiliki Product Life Cycle untuk beberapa produk temporary misalnya sajaprodukpelayananmusiman atau produk mengikuti tren yang sedangberlangsung. Dalam tahapan PLC diambil contoh produkperawatanTanam Bulu Mata, tahap yang pertama yaitu Perkenalan (Introduction) RH Salon melakukan peluncuranproduk tersebut dengan harga tinggi dengan promosi yang agresif yang bertujuan agar pelangganmengenalprodukbaru tersebut. Kemudian tahap selanjutnya adalah Pertumbuhan (Growth) dalam kondisi ini produkperawatan tersebut mengalamipeningkatanpenjualan dan perolehanlaba yang cepat. Promosi yang dilakukan tidak terlaluagresif dan pesaingmulaimasuk di pasar yang sama sehingga persaingancukupketat. Tahap yang ketiga yaitu Kedewasaan (Maturity) dalam tahap ini penjualan masih meningkat namun persainganmakinmeluas sehingga RH Salon perlu melakukan promosi dengan strategipemasaran yang baru untuk menghadapipersaingan. Dan yang terakhir adalah tahapKemunduran

(Decline) seiringberjalannyawaktu produk mulaimengalamikejenuhan maka, penjualanmulaimenurun dan RH Salon harus bergegas melakukan pembaruanproduk dan tidak menghentikaninvestasi terhadap produk tersebut namun RH Salon belummasuk dalam tahap ini. Saat ini RH salon berada di tahapKedewasaan (Maturity) dimana produk yang tersedia sudah ada di posisi tetap namun untuk menghindari kejenuhansebelummasuktahapkeempat maka RH Salon harus melakukan inovasipembaharuanproduk dengan mempertahankanpelanggan lama dan menarikpelangganbaru dengan promosi yang akurat.

Dari wawancara yang dilakukan terhadap masyarakat yang tinggal di Citra Indah yang berjumlah 20 responden dengan 3 pertanyaan, maka didapatnilaiIndeksPangsa Pasar yaitu sebesar 66,3%, nilai tersebut merupakan besarnya pangsa pasar yang dimiliki RH Salon untuk saat ini.

Selanjutnya adalah analisa terhadap aspek teknis dan operasional. Analisisdifokuskan pada alurproduksi yang kondusif dan ketersediaanproduk dan peralatan juga lokasi yang dimiliki RH Salon sendiri. Hasil analisa dapat dilihat pada table dibawah ini.

Table 9 Hasil AnalisisAspek Teknis dan Operasi

Aspek	Ukuran	Hasil Analisis
<i>Teknis dan Operasi</i>	Jenis produk	Produk dan jasaperawatankecantikan
	Lokasi	Citra Indah City, Jalan

		Citra Indah Utama Ruko Rafflesia Blok AY 00/30, Singajaya, Jonggol, Bogor 16830
	Peralatan	Alat dan mesin kecantikan sebagai penunjang perawatan
	Operasional produksi	Memiliki alur penerimaan, penanganan dan antisipasi terhadap pelanggan yang tertulis

RH Salon menyediakan berbagai produk perawatan kecantikan mulai dari perawatan rambut, wajah dan tubuh. Kualitas produk yang ada di RH Salon memiliki kualitas premium sehingga itu menjadi salah satu keunggulan dari salon pesaing. Produk yang bervariasi dan lengkap, dengan harga yang relative terjangkau serta didukung oleh fasilitas yang nyaman dan exclusive dapat menciptakan kepuasan pelanggan atas produk dan pelayanan dari RH Salon.

RH Salon berlokasi di rukoperniagaan di hunian elite milik residensial developer besar yaitu Ciputra Group tepatnya di Jalan Citra Indah Utama Ruko Rafflesia Block AY 00/30, Jonggol, Bogor. Lokasi strategis ini sangat menguntungkan untuk RH Salon, karena mudah di jangkau dan akses yang sering digunakan serta mudah dilihat oleh pengunjung.

Peralatan yang digunakan oleh RH Salon merupakan mesin atau alat yang dibeli dari dalam dan luar negeri, meskipun begitu harganya relative murah. Selain alat dan mesin yang diperoleh dari tempat pelatihan kecantikan yang berada di Tangerang, RH Salon membeli alat, mesin dan bahan salon sebagian dari toko

kecantikan melalui pemesanan online dan sebagian dari online shop (Shopee dan Tokopedia). Peralatan yang digunakan juga dirawat secara rutin agar terjaga kebersihan dan sebagai upaya pemeliharaan. Dengan melakukan sterilisasi peralatan baik sebelum maupun sesudah digunakan.

Alur produksi yang berjalan di RH Salon mulai dari penerimaan, penanganan hingga pelanggan melakukan pembayaran sudah disesuaikan dengan SOP yang dibuat oleh Owner RH Salon. Karyawan RH Salon dilatih untuk mengetahui bagaimana cara menangani pelanggan dengan berbagai karakter dan cara mengarahkan pelanggan tersebut untuk melakukan pembelian produk yang sesuai dengan kebutuhan.

Analisis yang ketiga yaitu dilakukan terhadap aspek manajemen/ organisasi. Meskipun RH Salon merupakan bisnis start-up namun RH Salon memiliki sistem manajemen yang terstruktur dengan baik. Berikut table hasil analisisnya.

Table 10 Hasil Analisis Aspek Manajemen/ Organisasi

Aspek	Ukuran	Hasil Analisis
Manajemen/ Organisasi	Struktur organisasi	Terdapat struktur organisasi dan wewenang yang jelas
	Kepemilikan	RH Salon adalah bisnis pribadi milik Resty Nurachmi Hanayani
	Pemeliharaan SDM	Terdapat evaluasi rutin, pelatihan karyawan dan sistem

		reward dan punishment
	Tenaga kerja/ karyawan	RH Salon memiliki 7 karyawan, 2 diantaranya merupakan karyawan tetap

RH Salon didirikan langsung oleh Resty Nurachmi Handayani sebagai pemilik tunggal pada akhir 2017. Pemilik memiliki wewenang tertinggi dalam pengambilan keputusan dan merumuskan strategi. Dalam menjalankan bisnis RH Salon pemilik didukung oleh 2 orang staff yang dipercaya bertugas untuk mencatat setiap kegiatan yang berlangsung misalnya operasional produksi, serta membuat laporan keuangan juga bertanggung jawab atas member yang lain.

Setiap bulan pemilik melakukan evaluasi terhadap kinerja karyawan dengan menerapkan sistem saran, rewards dan punishment. Demi meningkatkan dan menjaga kualitas pelayanan RH Salon juga rutin mengadakan pelatihan dan seminar yang dilakukan khusus untuk karyawan RH Salon baik dilakukan langsung oleh pemilik atau dengan mengundang narasumber untuk melakukan pelatihan terhadap karyawan RH Salon.

Setiap pembagiangajibulanan, karyawan akan dipanggil satu per satu untuk membangun komunikasi secara personal mengenai apa saja yang telah dicapai dan kendala apa yang dihadapi oleh setiap karyawan selama satu bulan kebelakan. Ini menjadi kesempatan untuk dapat mengetahui masalah atau keadaan yang terjadi sehingga pemilik juga dapat memahami kondisi psikologis dari karyawan tanpa langsung membebani dan menyalahkan karyawan jika terjadi masalah. Dalam upaya pembangunan kemistri antar karyawan, RH Salon

rutin melakukan outing, misalnya makanbersama atau jalan ke tempat yang barusekaligus untuk penyegaran fisik maupun mental.

Selanjutnya analisis dilakukan pada aspekkeuangan. RH Salon memiliki pencatatankeuangan setiap harinya yang kemudian diolah untuk disajikan dalam laporankeuanganbulanan. Hal ini dilakukan untuk dapat mengetahui investasi yang dilakukan apakahlayak atau tidak. Dapat dilihat hasil analisakeuangan pada table dibawah ini.

Aspek	Ukuran	Hasil Analisis
<i>Keuangan</i>	Net Present Value (NPV)	Nilai NPV positif yaitu sebesar Rp. 68.071.487

Table 11 Hasil AnalisisAspekKeuangan

Sejakawaloperasional salon hingga saat ini, RH Salon selalu melakukan pembukuan, yang disajikan sebagai laporankeuanganharian, laporanbulanan dan laporantahunan. Dengan melakukan pengolahan data pendapatandan nilaidepresiasi, maka diketahuinilai NPV positif yaitu sebesar Rp. 68.071.487. Hal ini menunjukkanbahwa RH Salon memiliki kelayakan dalam aspekkeuangan sesuai dengan ukuran SKB dimana kelayakanbisnis dalam aspekkeuangan yaitu memiliki nilaipositif pada NPV nya.

Analisis yang berikutnya adalah pada aspekekonomi/ sosial. RH Salon merupakan bisnis yang didirikanditengahmasyarakat dimana RH Salon tentunya

memberikan dampak bagi lingkungan baik positif maupun negative, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hasil analisa tersebut dapat dilihat pada table dibawah ini.

Table 12 Hasil Analisis Aspek Ekonomi/ Sosial

Aspek	Ukuran	Hasil Analisis
<i>Ekonomi/ Sosial</i>	Membuka kesempatan kerja	RH Salon memiliki sistem open recruitment
	Tersedia beragam produk dan pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat	Produk dan jasa RH Salon yang diminati dan memiliki tren meningkat dari waktu ke waktu
	Peningkatan ekonomi rumah tangga	Memprioritaskan karyawan yang berasal dari daerah sekitar sekaligus untuk peningkatan kualitas SDM

RH Salon menerapkan sistem recruitment terbuka dengan melakukan penyebaran informasi lowongan pekerjaan untuk bagian Beautyciant dan Therapist bagi siapa saja baik yang memiliki pengalaman atau yang tidak ada pengalaman sama sekali di bidang kecantikan melalui media cetak dan media sosial. Namun telah diutamakan untuk calon karyawan yang berdomisili di

sekitaran lokasi RH Salon. Hal ini bertujuan untuk membuka lapangan pekerjaan dan meningkatkan kualitas SDM di daerah sekitar RH Salon serta meningkatkan ekonomi terutama karyawan yang tinggal dekat dengan lokasi RH Salon. Selain itu jarak tempat tinggal karyawan yang tidak terlalu jauh akan meminimalisir karyawan terlambat datang bekerja.

Produk dan jasa yang ditawarkan RH Salon memiliki daya tarik tersendiri untuk pelanggan. Kepuasan pelanggan atas produk dan jasa perawatan RH Salon sangat tinggi dan terus bertumbuh hal ini dapat di asumsikan bahwa produk dan jasa perawatan yang ada di RH Salon telah memenuhi kebutuhan pelanggan.

Selanjutnya adalah analisis terhadap aspek hukum. Hal ini penting dilakukan untuk menghindari masalah yang mungkin muncul di kemudian hari. Legalitas suatu bisnis serta adanya pengakuan yang sah akan keberadaan bisnis di suatu lingkungan menjadi hal yang utama. Hasil analisis dapat dilihat pada table dibawah ini.

Table 13 Hasil Analisis Aspek Hukum

Aspek	Ukuran	Hasil Analisis
<i>Hukum</i>	Perizinan	RH Salon memiliki ijin dari pemerintah setempat berupa surat ijin usaha dari RT dan terdaftar sebagai pelaku bisnis di developer Citra Indah

RH Salon yang merupakan salon kecantikan menyediakan produk perawatan kecantikan. Dan memiliki sertifikat pelatihan yang menyatakan bahwa RH Salon telah memiliki kemampuan yang sudah lulus uji dan layak untuk menjalankan bisnis kecantikan. RH Salon juga sudah mengantongi izin dari pemerintah setempat dan developer.

Analisis yang terakhir dilakukan terhadap aspek AMDAL. Aspek ini pun tidak kalah penting karena dampak yang muncul dari bisnis RH Salon akan berpengaruh terhadap lingkungan, masyarakat maupun karyawan RH Salon itu sendiri. Berikut hasil analisis aspek AMDAL.

Table 14 Hasil Analisis Aspek AMDAL

Aspek	Ukuran	Hasil Analisis
AMDAL	Keselamatan kerja bagi karyawan	Tersedia APD salon kecantikan lengkap untuk karyawan
	Keamanan dan kenyamanan masyarakat sekitar	Bekerjasama dengan developer RH Salon menjaga ketertiban lingkungan
	Pembuangan limbah dan lain-lain	Pembuangan limbah dikelola oleh developer Citra Indah

RH Salon mewajibkan karyawan untuk selalu menjaga kebersihan diri maupun lingkungan salon demi kenyamanan dan Kesehatan pelanggan maupun karyawan itu sendiri.

Karyawan diwajibkan mencuci tangan baik dengan air mengalir dan sabun atau dengan menggunakan handsenitizer. RH Salon juga menyediakan alat pelindung diri, seperti masker sekali pakai, sarung tangan karet, apron kain, sandal karet dan lain-lain.

Lokasi RH Salon berada di rukoperniagaan dimana merupakan tempat yang memang diperuntukan sebagai tempat bisnis, jadi jarak RH Salon dengan pemukiman warga terbelah dalam jarak aman. Meskipun demikian RH Salon selalu menjaga ketertiban lingkungan sesuai dengan arahan dari developer.

Untuk pembuangan limbah organik maupun un-organic yang berasal dari RH Salon sudah sepenuhnya dikelola oleh Ciputra Group selaku developer ruko yang ditempati oleh RH Salon. Setiap bulannya RH Salon wajib membayar Iuran Perawatan Lingkungan (IPL) kepada developer sebesar Rp. 220.000, biaya tersebut sudah termasuk biaya keamanan lingkungan ruko.

4.1.2. Hasil Analisis SWOT

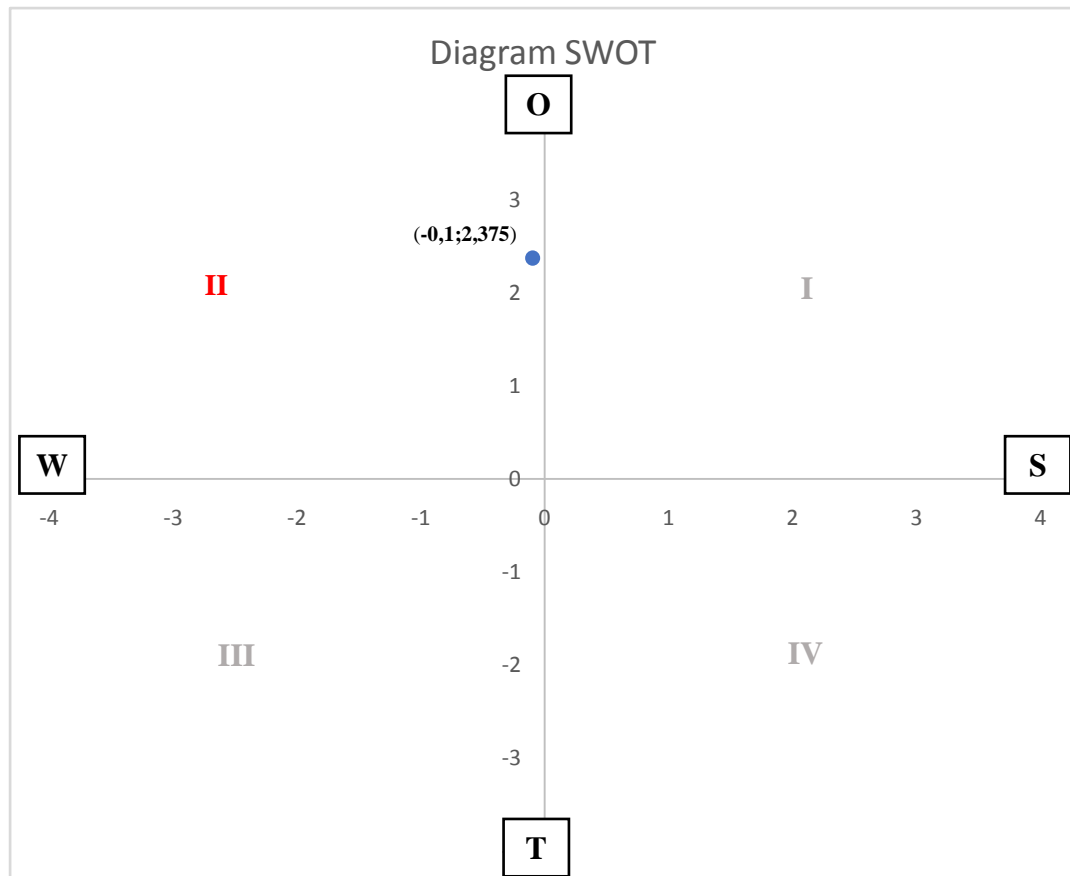
Setelah melakukan analisis terhadap 7 aspek kelayakan bisnis maka selanjutnya adalah melakukan analisis SWOT untuk mengetahui posisi bisnis saat ini dan selanjutnya menentukan strategi yang sesuai dengan hasil analisis tersebut. Pertama-tama dengan menentukan faktor-faktor strategis yang pantas untuk dianalisa. Dapat dilihat pada table dibawah ini.

Gambar 6 Hasil Analisis SWOT

SWOT		Faktor Strategis		Tgkt Sig	Bobot	Rating	B X R	Skor	Diagram	
I F A S	Kekuatan(Strength)	1	Lokasi	3	0,3	4	1,2	-0,1	H o r i z o n t a l	
		2	Karyawan yang kompeten	2	0,2	3	0,6			
		3	Fasilitas	2	0,2	2,5	0,5			
		4	Kualitas pelayanan	3	0,3	2	0,6			
	TOTAL				10	1				2,9
	Kelemahan (Weakness)	1	Persepsi harga	2	0,5	4	2			
2		Keterbatasan alat	2	0,5	2	1				
TOTAL				4	1		3			
E F A S	Peluang (Opportunity)	1	Peningkatan standar kualitas layanan	3	0,375	4	1,5	2,375	v e r t i k a l	
		2	Pertumbuhan pelanggan meningkat	3	0,375	4	1,5			
		3	Tren kecantikan Hallyu Wave (Korea)	2	0,25	4	1			
	TOTAL				8	1				4
	Ancaman (Threat)	1	Persaingan menguat	3	0,375	2	0,75			
		2	Rating negatif dari pelanggan	2	0,25	2	0,5			
3		Perkembangan teknologi	3	0,375	1	0,375				
TOTAL				8	1		1,625			

Dengan menggunakan table IFAS dan EFAS di atas, maka diperoleh hasil skor (-0,1;2,375) dimana angka tersebut merupakan titik koordinat yang dapat menyatakan posisi bisnis dari RH Salon saat ini. Pada garis horizontal (SW) didapatkan nilai sebesar -0,1 dengan nilai negative hal ini berarti titik berada pada wilayah weakness. Sedangkan pada garis vertikal (OT) didapatkan nilai 2,375 dengan nilai positif yang berarti titik berada pada wilayah Opportunity. Jika di aplikasikan ke dalam grafik maka hasilnya seperti dibawah ini.

Gambar 7 Diagram SWOT



Dari hasil perhitungan dan mengacu pada diagram diatas maka dapat disimpulkan posisi RH Salon saat ini berada pada kuadran 2 yaitu mendukung strategi Turn-around. Dimana strategi yang dilaksanakan yaitu melakukan integrasi ke depan dan ke belakang kemudian melakukan integrasi horizontal. Titiktemuberaada pada kuadaran 2 yaitu (WO). Adapun matrik SWOT yang telah disesuaikan dengan diagram diatas yaitu sebagai berikut.

Gambar 8 Matriks SWOT

IFAS EFAS	<p style="text-align: center;">Strength (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lokasi • Karyawan kompeten • Fasilitas • Kualitas pelayanan 	<p style="text-align: center;">Weakness (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi harga • Keterbatasan alat
<p style="text-align: center;">Opportunity (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan standar kualitas pelayanan • Pertumbuhan pelanggan meningkat • Tren kecantikan Hallyu Wave (Korea) 	<p style="text-align: center;">Strategi (SO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lokasi strategis sangat mendukung efektifitas iklan dan promosi produk perawatan juga menarik pelanggan baru dan memperluas pangsa pasar • Memanfaatkan karyawan untuk membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan untuk menciptakan kesan baik dan reputasi bagi RH Salon • Dengan kualitas yang dimiliki oleh RH Salon dan meningkatnya permintaan, RH Salon akan lebih mudah menciptakan produk perawatan baru (mengikuti tren) yang tentunya mudah diterima oleh pelanggan • Meningkatnya standart kualitas pelayanan pelanggan memberikan peluang cukup baik untuk RH Salon menjadi pilihan utama karena fasilitas premium yang dimiliki RH Salon 	<p style="text-align: center;">Strategi (WO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Untuk mengubah persepsi pelanggan tentang harga, RH Salon akan membuat banner dengan menonjolkan harga yang murah pada produk unggulan • Membuat paket perawatan ala Korea sesuai tren dengan harga bersaing untuk memenuhi permintaan pelanggan • Menyediakan alat-alat yang belum ada di RH Salon sebagai penunjang pengembangan bisnis untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pasar baru.
<p style="text-align: center;">Threat (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persaingan menguat • Rating negative dari pelanggan • Perkembangan teknologi 	<p style="text-align: center;">Strategi (ST)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meskipun pesaing yang telah ada jauh sebelum RH Salon namun karena lokasi yang strategis membuat RH Salon tetap optimis dengan tetap melakukan promosi langsung/ tidak langsung • Dengan memanfaatkan kemampuan komunikasi karyawan untuk selalu membangun komunikasi (responsive) dengan sistem saran akan mencegah/ meminimalisir adanya pelanggan yang berkeluh kesah di luar RH Salon (social media) • Pelatihan dan pembaharuan ilmu salon akan terus dilakukan untuk menunjang kualitas pelayanan dan menciptakan kepuasan pelanggan sekaligus untuk mempertahankan kinerja karyawan 	<p style="text-align: center;">Strategi (WT)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dengan persepsi pelanggan tentang RH Salon yang dianggap memiliki harga jual mahal maka RH Salon akan melakukan promosi pada harga murah lebih kuat lagi agar pelanggan tidak beralih ke salon lain • Dalam upaya mengimbangi tren, RH Salon harus melakukan pengadaan produk perawatan yang belum tersedia, sekaligus menekan kemungkinan adanya pelanggan yang tidak puas

Dalam keadaan normal strategi yang paling tepat untuk dijalankan yaitu strategi WO (Weakness/Opportunity) yaitu dengan meminimalisir kelemahan atau bahkan menghilangkannya dengan memanfaatkan peluang yang tersedia dengan

sebaik-baiknya. Dengan kelemahan yang dimiliki oleh RH Salon yaitu dengan tampilan salon mewah yang dimiliki RH Salon memunculkan asumsi bahwa harga yang ditawarkan RH Salon akan mahal. Hal itu menjadi masalah karena pelanggan tentunya enggan untuk melakukan perawatan ataupun hanya sekedar masuk untuk mencari informasi harga yang sebenarnya. Untuk dapat mengubah persepsi pelanggan tentang harga, RH Salon akan berupaya membuat banner dengan menonjolkan harga yang murah pada produk unggulan. Hal ini diharapkan dapat mengubah pandangan pelanggan tentang persepsi harga RH Salon sebelumnya.

Tren Korean wave yang sedang terjadi saat ini di berbagai belahan dunia termasuk Indonesia, harus bisa dimanfaatkan oleh RH Salon karena sebelumnya RH Salon memang sudah menerapkan perawatan kecantikan ala Korea maka bukan hal yang sulit untuk menjadikan fenomena Korean Wave ini sebagai peluang yang baik untuk terus mengembangkan produk, yang perlu dilakukan hanyalah melakukan promosi yang lebih fokus lagi dan membuat paket perawatan ala Korea sesuai tren secara berkala dengan harga bersaing untuk memenuhi permintaan pelanggan. Kelemahan RH Salon lainnya adalah ketersediaan peralatan, banyak dari pelanggan yang menanyakan perawatan di luar dari perawatan yang telah ada di RH Salon, beberapa dari pelanggan tersebut pun menyarankan untuk menyediakan perawatan tersebut karena dinilai akan lebih menarik pelanggan untuk melakukan perawatan di RH Salon. Langkah yang dilakukan RH Salon yaitu dengan menyediakan alat-alat yang belum ada di RH Salon misalnya alat spa wajah, alat spa badan, dan lain-lain sebagai

penunjang pengembangan bisnis untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pasar baru.

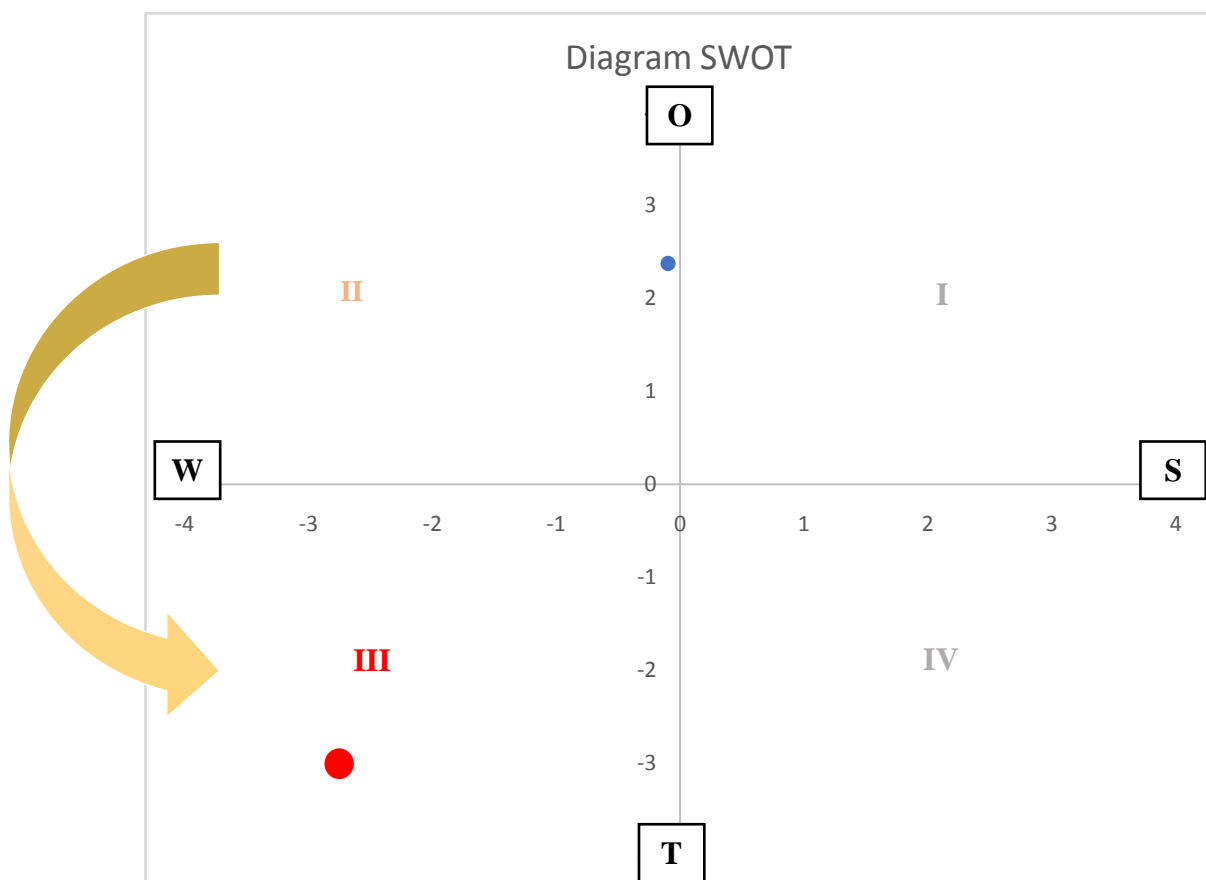
Namun dengan keadaan luar biasa saat ini yaitu pandemic virus Corona yang berlangsung tidak hanya di Indonesia melainkan dunia, tentu menjadi polemic besar untuk RH Salon maka secara otomatis dan mau tidak mau kondisi bisnis akan mengalami perubahan drastis, baik posisi bisnis begitupun dengan penerapan strategi yang tepat untuk saat ini khususnya untuk RH Salon. Posisi bisnis RH Salon yang semula berada di kuadran dua (II) dengan strategi WO akan bergeser ke kuadran tiga (III) yaitu strategi WT dimana kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunity) tidak ada artinya lagi karena ancaman dari lingkungan dan sosial begitu tinggi yang terjadi saat ini. Tidak peduli seberapa baik hasil analisis yang diperoleh dari analisis ini seperti yang dilakukan terhadap RH Salon, jika dalam keadaan pandemic seperti ini tentunya ancaman akan menjadi pengaruh yang sangat besar mengalahkan 3 elemen lainnya (Strength, Opportunity, Weakness).

Pandemic sendiri dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata tersebut berarti tersebar luas (tentang penyakit) di suatu kawasan, benua, atau di seluruh dunia. WHO mendefinisikan istilah ini sebagai wabah patogen baru yang menyebar dengan mudah dari orang ke orang di seluruh dunia. Pandemi adalah ketika ia menyebar di beberapa negara atau benua dan biasanya memengaruhi orang dalam jumlah besar. Penyebarannya secara global, wabah penyakit yang masuk dalam kategori pandemi adalah penyakit yang menular dan memiliki garis infeksi yang berkelanjutan. Kasus yang terjadi saat ini yaitu Virus Covid 19

di beberapa negara yang berasal dari negara China digolongkan sebagai pandemi.

Perubahan pada diagram SWOT dan matriks analisis SWOT pun terjadi. Penampakan diagram pun berubah seperti yang terlihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 9 Gambar Diagram SWOT Saat Covid 19



Dengan demikian maka strategi yang harus segera dijalankan adalah strategi WT (Weakness/ Threat). Dimana ancaman baru muncul karena kondisi krisis dan tentu saja strategi pun mengalami perubahan yang signifikan, dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Gambar 10 Matriks SWOT Saat Covid 19

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p style="text-align: center;">Strength (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lokasi • Karyawan kompeten • Fasilitas • Kualitas pelayanan 	<p style="text-align: center;">Weakness (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi harga • Keterbatasan alat
<p style="text-align: center;">Opportunity (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan standar kualitas pelayanan • Pertumbuhan pelanggan meningkat • Tren kecantikan Hallyu Wave (Korea) 	<p style="text-align: center;">Strategi (SO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lokasi strategis sangat mendukung efektifitas iklan dan promosi produk perawatan juga menarik pelanggan baru dan memperluas pangsa pasar • Memanfaatkan karyawan untuk membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan untuk menciptakan kesan baik dan reputasi bagi RH Salon • Dengan kualitas yang dimiliki oleh RH Salon dan meningkatnya permintaan, RH Salon akan lebih mudah menciptakan produk perawatan baru (mengikuti tren) yang tentunya mudah diterima oleh pelanggan • Meningkatnya standart kualitas pelayanan pelanggan memberikan peluang cukup baik untuk RH Salon menjadi pilihan utama karena fasilitas premium yang dimiliki RH Salon 	<p style="text-align: center;">Strategi (WO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Untuk mengubah persepsi pelanggan tentang harga, RH Salon akan membuat banner dengan menonjolkan harga yang murah pada produk unggulan • Membuat paket perawatan ala Korea sesuai tren dengan harga bersaing untuk memenuhi permintaan pelanggan • Menyediakan alat-alat yang belum ada di RH Salon sebagai penunjang pengembangan bisnis untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pasar baru.
<p style="text-align: center;">Threat (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persaingan menguat • Rating negative dari pelanggan • Perkembangan teknologi • Larangan melakukan kegiatan bisnis saat pandemic terjadi • Aturan dari pemerintah tentang ketentuan PSBB • Aturan pemerintah untuk melaksanakan Fisical/ Social Distancing 	<p style="text-align: center;">Strategi (ST)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meskipun pesaing yang telah ada jauh sebelum RH Salon namun karena lokasi yang strategis membuat RH Salon tetap optimis dengan tetap melakukan promosi langsung/ tidak langsung • Dengan memanfaatkan kemampuan komunikasi karyawan untuk selalu membangun komunikasi (responsive) dengan sistem saran akan mencegah/ meminimalisir adanya pelanggan yang berkeluh kesah di luar RH Salon (social media) • Pelatihan dan pembaharuan ilmu salon akan terus dilakukan untuk menunjang kualitas pelayanan dan menciptakan kepuasan pelanggan sekaligus untuk mempertahankan kinerja karyawan 	<p style="text-align: center;">Strategi (WT)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imbas dari pandemic RH Salon harus tutup sementara sebagai upaya mendukung pemerintah dalam mengurangi potensi penyebaran Covid 19 dan merumahkan karyawan sampai batas waktu yang belum ditentukan • Mencari alternative bisnis dengan melakukan inovasi salahsatunya dengan layanan salon Home Service • Membuat BMC (Business Model Canvas) sebagai model bisnis jangka pendek dengan mencari nilai lain dari RH Salon yang masih bisa dijadikan pendapatan

Banyak hal yang harus dilakukan pemilikbisnis untuk memastikanbisnisnya dapatberjalan baik ketika diluncurkan, salah satunya dengan

mematangkan model bisnis (Business Model). Model bisnis adalah strategi yang akan dilakukan bisnis startup untuk menghasilkan nilai (value) untuk berbagai pihak yang terlibat dalam proses itu sendiri.

Model bisnis berbeda dengan rencana bisnis (Business Plan). Tujuan model bisnis adalah untuk membantu startup memvalidasi sumber daya, aktivitas, kanal, hingga hubungan yang akan dijalin. Sementara rencana bisnis yang saat ini dibahas lebih kepada strategi untuk mencapai target atau pencapaian yang diinginkan sehingga berkaitan dengan pemasaran, keuangan, dan lain-lain.

Tidak dipungkiri bahwa semua pelaku bisnis tentunya memiliki tujuan dalam melakukan bisnisnya, baik dalam pencapaian laba, existensi, kekuatan brand, atau tujuan sosial. Semua itu merupakan Business Plan meskipun tidak tertulis secara struktural. Di bawah ini adalah gambar perbedaan antara model bisnis dengan rencana bisnis.

Gambar 11 Perbedaan Model Bisnis dan Rencana Bisnis



Dari Gambar 11, secara umum business plan merupakan rangkaian analisis yang dilakukan menentukan proses atau cara yang dilakukan suatu bisnis dalam mencapai tujuannya. Pola pemikiran pada analisis business plan lebih kuat pada tahapan operasional, akan tetapi analisis ini lemah pada tahapan konseptual.

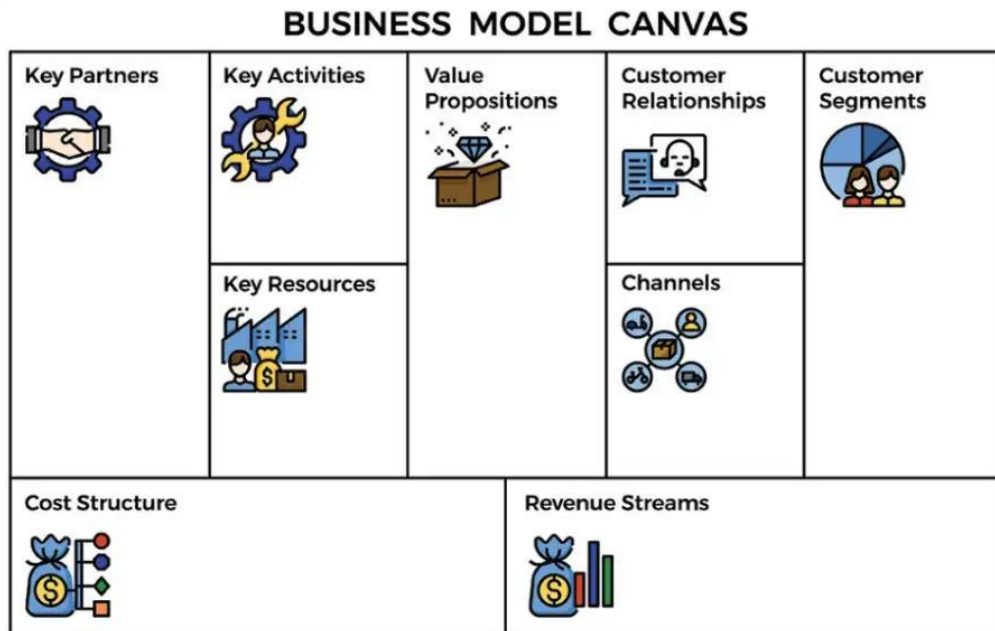
Secara teoritis, untuk menciptakan ide suatu bisnis, harus didasarkan pada dua hal, yang pertama yaitu permasalahan yang ada di masyarakat (pada umumnya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat) dan kedua adalah menciptakan hal baru pada masyarakat (dalam hal ini adalah menciptakan kebutuhan baru bagi masyarakat). Penciptaan ide bisnis, pada umumnya, diciptakan berdasarkan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di masyarakat, yakni bagaimana untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang kompleks.

Untuk bisa bersaing, maka pelaku bisnis harus bisa menonjolkan “value proposition” yang ditawarkan dalam produk. Value proposition dari produk yang ditawarkan kepada masyarakat merupakan produk yang dapat memberikan nilai tambah bagi masyarakat. Untuk menganalisis “value proposition” dari produk yang ditawarkan, maka analisis yang relative dapat menjangkaunya adalah business model dibandingkan dengan business plan. Analisis value proposition tidak bisa langsung secara otomatis ditepatkan pada bisnis yang akan dijalankan. Seiring dengan analisis yang dilakukan, value proposition awal yang telah ditetapkan, akan dapat mengalami perubahan-perubahan yang disesuaikan dengan kondisi riil yang ada. Adanya sifat yang lebih fleksibel dari business model, maka

analisis dengan menggunakan business model dapat mengakomodasi penyesuaian-penyesuaian yang ada. Hal ini di dalam analisis business model di kenal dengan nama “pivot”. Pivot bisnis sendiri merupakan sebuah aktivitas pengembangan bisnis dengan mengubah model bisnis itu sendiri, namun tetap berpijak pada visi bisnis yang dimiliki. Istilah ini diambil dari gerakan basket yang merubah arah dengan tetap berpijak pada salah satu kaki.

Model bisnis untuk start up tahap awal sifatnya eksperimental. Artinya konsep yang dibuat pertama kali bisa saja tidak berhasil diimplementasikan, karena founder memang perlu melakukan pengujian, validasi dan pembuatan ulang hingga menemukan model yang pas untuk start upnya. Sama dengan yang saat ini dilakukan yaitu perencanaan pengembangan bisnis RH Salon dengan melakukan beberapa tahap pengujian kelayakan bisnis dan analisa SWOT. Business plan yang telah dibuat ternyata tabelum bisa direalisasikan dalam waktu dekat meskipun hasil pengujian baik dan memiliki prospek positif, maka RH Salon mengambil langkah pivot bisnis yaitu dengan membuat business model yang pas dengan kondisi saat ini yaitu dengan BMC (Business Model Canvas).

Business Model Canvas (BMC) adalah kerangka kerja yang paling populer untuk mendefinisikan model bisnis start up. Kanvas disusun untuk menjelaskan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis agar menghasilkan kinerja yang lebih optimal untuk start up. Kanvas ini dapat digunakan untuk semua jenis start up, tanpa terbatas sektor usahanya. Bagi founder dan/atau mentor start up, BMC digunakan untuk menganalisis kekuatan dan kekurangan proses bisnis.



Gambar 12 Business Model Canvas

4.2. Pembahasan

4.2.1. Analisis Kelayakan Bisnis (SKB)

Dalam perencanaan maupun pengembangan bisnis perlu dilakukan uji kelayakan terlebih dahulu salah satunya yaitu dengan melakukan Studi Kelayakan Bisnis, hal ini bertujuan agar pengembangan yang dilakukan dapat memberikan keuntungan dimasa mendatang dengan risiko yang dapat ditanggulangi. Studi kelayakan ini dilakukan terhadap aspek-aspek kelayakan suatu bisnis, dalam hal ini penulis memiliki tujuh aspek yang menjadi focus analisis yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasi,

aspek manajemen/ organisasi, aspek keuangan, aspek ekonomi/ sosial, aspek hukum dan aspek AMDAL. Aspek-aspek tersebut dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan disesuaikan dengan jenis bisnis, kebutuhan bisnis dan karakteristik dari yang akan dianalisis.

Dari hasil analisis yang telah dilakukan dari ke-tujuh aspek tersebut, secara umum RH Salon memiliki kelayakan untuk melakukan pengembangan. RH Salon memiliki pangsa pasar yang cukup luas dan peluang yang dimiliki cukup besar. RH Salon juga melakukan segmentasi pasar dan memiliki produk yang diminati pelanggan yaitu produk paket perawatan lengkap dengan harga yang relative murah, serta secara rutin melakukan evaluasi produk dan kualitas agar dapat menciptakan inovasi baru. Dalam aspek teknis dan operasi, RH Salon memiliki spesialisasi produk, lokasi RH Salon sendiri sangat strategis dan mudah dijangkau. Peralatan yang digunakan memenuhi kebutuhan dan pengendalian bahan baku. Seluruh karyawan memiliki kompetensi dan kemampuan yang sesuai untuk melakukan pelayanan langsung dan SDM RH Salon telah terstruktur dengan pengelolaan yang baik.

Selanjutnya adalah aspek manajemen/ organisasi, RH Salon dikelola oleh manajemen yang secara struktur dijelaskan dengan baik mengenai wewenang dan tanggung jawabnya, RH Salon juga memiliki PIC (Person in Charge) yaitu Maya Damayanti sebagai penanggung jawab administrative dan Teungku Airin sebagai penanggung jawab operasionalisasi. Dalam aspek keuangan RH Salon memiliki nilai NPV positif maka RH Salon layak dalam aspek ini.

Aspek ekonomi/ sosial RH Salon memiliki dampak positif lebih banyak terhadap masyarakat. Dalam segi ekonomi, RH Salon membantu meningkatkan ekonomi rumah tangga dengan melakukan recruitment local, dari segi sosial RH Salon selalu melakukan program edukasi pada bidang kecantikan secara gratis, selain untuk ajang promosi, hal ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya merawat Kesehatan.

Bisnis yang baik tentu saja bisnis yang tidak menyalahi aturan hukum yang berlaku khususnya di Indonesia, RH Salon telah mengantongi izin dari pemerintah setempat dan bekerjasama dengan pihak pengelola residensial untuk tetap menjaga kenyamanan dan keamanan lingkungan. Dan Aspek yang terakhir yaitu AMDAL, dengan kerjasama yang telah terbangun, RH Salon tidak perlu khawatir dalam hal pembuangan limbah karena pihak developer menanganinya dengan sangat baik. Karyawan RH Salon terjamin atas kenyamanan kerja dan keselamatan kerja karena RH Salon menyediakan fasilitas untuk karyawan misalnya kamar mandi khusus karyawan, musola dan dapur yang berfungsi penuh, begitupun dengan masyarakat tidak merasa terganggu dengan keberadaan bisnis RH Salon.

Dari hasil keseluruhan analisis SKB penulis berasumsi bahwa layak atau tidak suatu bisnis bukan hanya ditentukan oleh besarnya laba yang diperoleh, namun banyak hal yang perlu ditinjau lebih dalam lagi. Dalam suatu contoh kasus dimana bisnis memiliki omset yang tinggi dan pertumbuhan laba yang tinggi, namun sebenarnya pada aspek AMDAL bisnis tersebut tidak layak karena limbah yang dihasilkan memberikan dampak negative bagi lingkungan dan

mengganggu masyarakat, dapat dikatakan bahwa bisnis tersebut belum memenuhi unsur layak. Maka, seluruh aspek-aspek tersebut di atas dianggap perlu untuk pengukuran layaknya suatu bisnis.

Seluruh hasil yang didapat tentu saja terdapat tanggung jawab dibalikinya. Bagaimana RH Salon dapat mempertahankan kelayakan bisnisnya atau bahkan berkembang lebih baik lagi. Seluruh pihak yang terlibat memiliki tanggung jawab yang sama dalam hal ini, bukan hanya owner, namun karyawan pun harus bisa bekerjasama untuk mempertahankan kualitas bisnis ini.

Setelah kelayakan bisnis dari RH Salon diketahui, analisis tidak berhenti sampai di situ saja. Bisnis yang layak perlu perencanaan strategi di masa mendatang yaitu suatu gagasan strategi yang tepat. Untuk dapat mengetahui strategi apa yang paling tepat diterapkan oleh RH Salon perlu dilakukan analisis terlebih dahulu.

4.2.2. Analisis SWOT

Analisis SWOT dilakukan yaitu pertama dengan menentukan faktor-faktor strategis yang patut untuk dianalisis. Caranya yaitu dengan menentukan faktor apa saja yang dimiliki RH Salon dalam hal kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Dari keempat faktor tersebut kita dapat memperoleh angka yang merupakan koordinat yang digunakan untuk menentukan posisi bisnis RH Salon saat ini. Diagram yang digunakan yaitu diagram empat kuadran, dimana setelah diketahui angka koordinatnya (-

0,1;2,375), RH Salon saat ini berada pada kuadran dua (II) dimana strategi yang digunakan adalah strategi Turn-around.

Strategi Turn-around atau strategi weakness-opportunity (WO) merupakan strategi yang paling tepat berdasarkan posisi dari RH Salon itu sendiri. Dimana pada garis horizontal memiliki nilai minus (-) yaitu -0,1 atau berada pada titik weakness. Meskipun dengan nilai yang kecil namun daripada kekuatan RH Salon memiliki kecenderungan pada kelemahan internalnya. Kemudian pada titik vertical memiliki nilai positif (+) atau berada pada titik opportunity dengan nilai yang cukup tinggi yaitu 2,375 maka hal ini menunjukkan bahwa RH Salon memiliki peluang yang cukup besar.

Strategi yang paling sesuai yaitu strategi (WO) dimana RH Salon dapat meminimalisir kelemahan atau bahkan menghilangkannya dengan memanfaatkan peluang yang ada. Strateginya adalah dengan mengubah asumsi pelanggan tentang harga yang dianggap "mahal", RH Salon akan membuat banner dengan menonjolkan harga yang murah pada produk unggulan. Kemudian RH Salon akan membuat paket perawatan ala Korea sesuai tren yang sedang berlangsung saat ini dengan harga bersaing untuk memenuhi permintaan pelanggan dan menarik pasar baru. Dan terakhir RH Salon sesuai dengan rencana awalnya akan melakukan pengembangan, RH Salon akan menyediakan peralatan yang belum ada di RH Salon sebagai penunjang pengembangan bisnis untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pasar baru. Peralatan tersebut meliputi alat spa badan, alat spa wajah, alat spa

kaki dan tungkratus yang dapat digunakan berbarengan dengan penggunaan spa tubuh.

Dengan mengetahui posisi dari bisnis, dapat sangat membantu bagi para pelakubisnis dan menjadi hal yang crucial, karena dalam melakukan rancanganstrategi perlu adanya pertimbangan dan ukuran. Kedua analisis tersebut di atas, baik analisis SKB maupunanalisis SWOT merupakan suatu hal yang berkesinambungan dan tentu berkaitan, maka bukanpilihan untuk menggunakan analisisyang mana namun keduanya harus dilakukan secara sistematisagar hasil analisis yang dilakukan optimal.

Dengan demikianalisis SKB dan SWOT ini menjadi landasankuat untuk RH Salon dalam rencanapengembangannya melalui pengadaanperalatan spa dalam kondisi normal. Dan RH Salon diharapkan dapat melakukan strategi (WO) diatasdengan baikdimasamendatang.

4.2.3. Implementasi Saat Ini

Dalam dunia bisnis, banyak yang dapat mempengaruhikeberlangsunganbisnis tersebut misalnya tren yang saat ini sedangberlangsung yang merupakan peluang dan suatu tuntutan untuk bisnis agar dapat mengimbangnya, selanjutnya adalahkondisiperekonomian saat ini, dan isu yang tengahberedar di masyarakatmaupun dunia.

Saat ini dunia sedangdilanda pandemic virus corona atau kita kenal juga dengan Covid 19 yang cukupmengkhawatirkan. Betapa tidak, hal ini berdampak besar bagi perekonomian dunia termasuk Indonesia. Di awali oleh negara China

sebagai sumber munculnya Covid 19 dan disusul oleh Amerika Serikat dengan jumlah kasus terbanyak.

Meskipun Indonesia menjadi negara kesekian yang terkena virus ini, namun tak kalah mengkhawatirkan karena pada saat penulisan ini angka kasus di Indonesia 84.882 kasus yang terkonfirmasi, yang diantaranya 43.268 pasien yang dinyatakan sembuh dan 4.016 pasien yang meninggal dunia (Gugus Tugas Update; 18 Juli 2020; 18:10).

Dunia bisnis adalah yang paling besar terkenadampaknya, dimana kebijakan pemerintah untuk mencegah penyebaran Covid 19 ini membuat bisnis terpaksa tutup sementara sampai batas waktu yang belum ditentukan. Bahkan tak sedikit bisnis yang gulung tikar karena tidak mampu bertahan dalam kondisi seperti ini. Dalam hal ini seluruh jenis bisnis tidak terkecuali, baik pelaku bisnis kecil maupun besar, termasuk perusahaan-perusahaan pun menjadi “korban” keganasan Covid 19.

Meskipun saat laporan ini ditulis, telah diberlakukan kebijakan pemerintah mengenai “New Normal” dimana masyarakat maupun pelaku bisnis sudah dapat melakukan kegiatannya dengan menerapkan protokol Kesehatan yaitu dengan menggunakan masker dimanapun saat keluar rumah, menjaga jarak dengan orang lain, selalu menjaga kebersihan dengan mencuci tangan dengan air dan sabun atau membawahi sanitizer pribadi. Hal ini bertujuan untuk pemulihan ekonomi terutama yang terkenadampak sangat besar. Tentunya dengan berbagai aturan seperti membatasi pelanggan dan

kapasitas akan menurunkan pendapatan dari bisnis tersebut, namun paling tidak bisnis tersebut dapat bertahan dan tidak jatuh terpuruk.

Bagi RH Salon pun hal ini menjadi masalah yang cukup krusial, karena bisnis kecantikan dilakukan dengan melakukan kontak langsung dari kulit ke kulit antara karyawan dan pelanggan. Bukan hal yang tidak mungkin, namun akan menjadi kendala dan mengurangi kualitas pelayanan jika RH Salon menerapkan protokol Kesehatan saat operasionalnya.

Isu Covid 19 dimulai pada Januari 2020, dan semakin memanas pada bulan Februari dengan diberitakannya bahwa virus tersebut telah masuk ke Indonesia membuat RH Salon melakukan pemberhentian kegiatan secara total untuk sementara, pada awal Maret bersama dengan dikeluarkannya kebijakan Lockdown oleh pemerintah. Hal ini dilakukan untuk mencegah penyebaran Covid 19 karena risiko yang ada cukup tinggi. Atas dasar itu RH Salon memutuskan untuk tutup dan merumahkan seluruh karyawan hingga pemerintah memcabut perintah Lockdown dan menggantinya dengan New Normal, RH Salon tidak langsung melakukan kegiatan, karena masih dianggap berisiko.

Dengan hasil yang diperoleh dari analisis SKB menunjukkan bahwa RH Salon memenuhi syarat kelayakan bisnis. Seluruh aspek yang di analisis memiliki hasil positif atau layak, kemudian dalam upaya mengetahui posisi bisnis RH Salon saat ini dan menemukan strategi yang paling tepat dilakukanlah analisis SWOT, hasilnya adalah RH Salon berada pada posisi kuadran 2 yaitu mendukung strategi turn-around dan strategi yang paling tepat adalah strategi (SO) yaitu dengan

memanfaatkan kekuatan semaksimal mungkin untuk bisa menangkap peluang yang tersedia.

Turn around strategy yang dimaksud adalah ketika RH Salon diharapkan dapat melakukan pembenahan atau perbaikan terhadap kondisi bisnis saat ini. Langkah yang dilakukan yaitu dengan mengeliminasi produk perawatan yang tidak menguntungkan dan sudah mengalami penurunan minat dengan menggantinya dengan produk perawatan terbaru, kemudian pengurangan terhadap karyawan yang dinilai kurang produktif baik dengan melakukan evaluasi secara langsung terhadap karyawan dan atau melakukan review data yang dimiliki RH Salon dengan menfokuskan terhadap nilai kontribusi (penjualan) karyawan terhadap RH Salon.

Dalam keadaan normal rencana pengembangan bisnis RH Salon dapat direalisasikan segera, namun dengan keadaan luar biasa ini tidak memungkinkan RH Salon untuk melakukan pembelian peralatan. Dalam dunia bisnis banyak faktor yang akan mempengaruhi rencana bisnis, salah satunya yang sedang dialami saat ini oleh seluruh pelaku bisnis di seluruh dunia bukan hanya Indonesia saja.

Untuk menghadapi krisis yang tentu saja merugikan owner dan karyawan, RH Salon melakukan rancangan strategi Home Service, dimana perawatan salon dilakukan dengan melakukan reservasi melalui media social dan karyawan RH Salon datang ke rumah pelanggan untuk memberikan pelayanan perawatan kecantikan. Dengan sistem Home Service ini dinilai memiliki risiko yang lebih rendah, dan menciptakan kenyamanan dan keamanan untuk pelanggan dan karyawan RH Salon sendiri. Meskipun pendapatan tidak sebanyak

dulu, namun hal ini dapat membantumenutupbiayaoperasional RH Salon dan tentu untuk membayargajikaryawan.

Sebagai salah satu upayamengantisipasikeadaankrisis yang saat ini sedangberlangsung, menggunakan BMC sebagai alternative sangat disarankan. DenganBMC pemilikbisnis tidak perlu membuat dokumen bisnis plan panjanglebar untuk memahami bagaimana sebuah bisnis secara garis besarterlebih pada kondisi abnormal seperti saat ini. Umumnya model BMC ini dipakai untuk menjelaskan, memvisualisasikan, mengubah dan menilai suatu bisnis agar bisa menghasilkan kinerja secara maksimal. RH Salon membuat BMC yaitu sebagai berikut.

Table 15 BMC RH Salon

Key Partners <ul style="list-style-type: none"> • SupllierKosmetil • Karyawan 	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan perawatandirumahpelangga • Memasarkanproduk 	Value Propositions <ul style="list-style-type: none"> • Memberiperawatankecantikan • Memberikan konsultasikecantikan • Memberirekomendasiproduk yang cocok 	Customers Relationships <ul style="list-style-type: none"> • Diskon member • Promo 	Customer Segments <ul style="list-style-type: none"> • Ibu RumahTangga • Karyawati • Remaja Putri
Cost Stuctures <ul style="list-style-type: none"> • Gajikaryawan • BiayaOperasional (Bahanbakar) • Biayapembelianproduk 		Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> • Penjualanprodukkecantikan • Perawatankecantikan (murah, hemat, praktis) 		

Dengan keadaan saat ini menyebabkan RH Salon mengalami penurunan penjualan terhadap produk (jasa) perawatan kecantikan, maka RH Salon melakukan inovasi dengan melakukan penjualan produk kecantikan seperti sabun kecantikan, masker wajah, kosmetik, dan produk kecantikan lainnya. Untuk dapat menjual produknya RH Salon melakukan promosi melalui media sosial atau dengan melakukan promosi secara langsung saat melakukan Home Service. Dengan demikian RH Salon dapat menambah penjualan baik produk maupun jasa. Pivot bisnis yang dilakukan RH Salon dengan menggunakan BMC yaitu dengan menentukan Value Proposition dari produk yang dimiliki oleh RH Salon ini tetap pada visi awal RH Salon yaitu dengan memberikan perawatan eksklusif dengan harga ekonomis namun dengan mengubah model bisnis melalui penjualan produk kecantikan dengan menggratiskan biaya konsultasi.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Rencana pengembangan RH Salon layak dijalankan karena hasil analisis “Layak”. RH Salon berada pada kuadran 2 yaitu mendukung strategi Turn-Around. Dimana strategi yang dilaksanakan yaitu melakukan integrasi ke depan dan ke belakang kemudian melakukan integrasi horizontal. Titik temu berada pada kuadran 2 yaitu (WO).

Pandemic membawaperubahan sehingga positioning bergeser ke kuadran 3 yaitu mendukung strategi WT (Weakness/ Treat) dimana ancaman baru muncul karena kondisi krisis dan tentu saja strategi pun mengalami perubahan yang signifikan.

5.2. Saran

Adapun hal yang disarankan untuk RH Salon dan untuk para pelaku bisnis lain dengan menggunakan hasil analisis-analisis sebagai landasannya, yaitu sebagai berikut:

1. Melaksanakan pengembangan dengan melakukan pengadaan peralatan spa jika keadaan sudah kembali normal dengan menggunakan strategi WO (Weakness/ Opportunity) yaitu berusaha memenuhi permintaan pelanggan dengan menyediakan perawatan yang belum ada sebelumnya di RH Salon,

kemudian menyediakan produk perawatan sesuai tren dan promosi menggunakan banner yang mudah terlihat pelanggan.

2. Melakukan perubahan strategi dengan menjadi bisnis yang adaptif, dimana strategi harus disesuaikan dengan keadaan bisnis saat ini untuk mengantisipasi kondisi krisis yang tengah berlangsung atau setidaknya dapat bertahan yaitu salah satunya membuat inovasi alternative bisnis.
3. Bagi para pelaku bisnis yang ingin melakukan pengembangan bisnis, sebelum rencana tersebut dilakukan disarankan untuk melakukan analisis terlebih dahulu dengan menggunakan analisis studi kelayakan, penetapan strategi dengan metode SWOT dan Business Model Canvas.

DAFTAR PUSTAKA

- 99.co. 2020. Citra Indah Jonggol. <https://www.99.co/id/projects/citra-indah-1241>(07 Juli 2020; 20:23)
- Agung Aditya. 2016. *Analisis Product Life Cycle*. <http://ekonomiagungaditya.blogspot.com/2016/12/analisis-product-life-cycle.html> (7 Juli 2020; 21:43)
- Creswell, J.W. (2007). *Qualitative inquiry & research design choosing among five approaches*. Second Edition. Sage Publications – California.
- DwiHerawati S. 2019. *Perbedaan Survei dan Kuesioner*. <https://www.brankspedia.com/2019/12/perbedaan-survei-dan-kuesioner.html>(7 Juli 2020; 22:19)
- Farida Al-Qodariah. 2020. [UPDATE] *Kasus Virus Corona Indonesia per 18 Juli 2020 Tambah 1.752 Jiwa*. <https://www.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-01601426/update-kasus-virus-corona-indonesia-per-18-juli-2020-tambah-1752-jiwa?page=2> (18 Juli 2020; 18:10)
- Gitosudarmo, Indriyo. 2015. *Pengantar Bisnis*. Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Goenawan, Rosalia. 2006. *Perilaku Konsumen dan Studi Kelayakan Pendirian Klinik Kecantikan untuk Pria Metroseksual di Surabaya*. <http://digilib.ubaya.ac.id/pustaka.php/135259>. (10 January 2020)
- HanggaNuarta. 2019. *Sukses Usaha Salon Kecantikan dengan Strategi Bisnis yang Tepat*. <https://blog.mokapos.com/sukses-usaha-salon-kecantikan-dengan-strategi-bisnis-yang-tepat>.(19 Januari 2020)
- HavidVebri, SannyCicilia. 2010. *Melirik Laba Menawan Dari Klinik Kecantikan*. <https://peluangusaha.kontan.co.id/news/melirik-laba-menawan-dari-klinik-kecantikan-1> (29 Januari 2020)
- Kanada Kurniawan. 2020. *Apa itu BMC, Mengenal BMC*. <https://projasaweb.com/bisnis-model-canvas/> (24 jul 2020;18:42)
- Khasmir. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi Revisi. Depok: PT Desindo Putra Mandiri.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 12. Diterjemahkan oleh: Benyamin Molan. Jakarta: PT INDEKS.

- Martanie, Eunice Niken. 2018. *Analisis SWOT dan Alternatif Strategi Iwan Salon*. <http://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/7155>. (4 January 2020)
- Maulana Malik Ibrahim. 2010. *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*. <https://www.uin-malang.ac.id/r/101001/triangulasi-dalam-penelitian-kualitatif.html> (29 Januari 2020)
- McCusker, K., & Gunaydin, S. (2015). Research using qualitative, quantitative or mixed methods and choice based on the research. *Perfusion*. DOI: 10.1177/0267659114559116
- Palupi Manajemen. 2013. *Model Bisnis vs Rencana Bisnis (Kewirausahaan Untuk Kemandirian)*. <http://palupimanajemen.lecture.ub.ac.id/2013/02/model-bisnis-vs-bisnis-plan/>. (30 Juli 2020; 17:49)
- Portal Berita Ekonomi. 2020. *Apa itu Pivot Bisnis?*. <https://www.wartaekonomi.co.id/read280813/apa-itu-pivot-bisnis>. (30 Juli 2020; 17:51)
- Randy Eka. 2019. *Tips Membuat "Business Model Canvas" untuk Startup Pemula*. <https://dailysocial.id/post/tutorial-business-model-canvas-startup> (25 Jul 2020; 16:02)
- Rangkuti, Freddy. 1997. *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ratna Sari Dewi. 2017. *Analisis Swot Salon TheGuh Wijaya Negara*. <https://suryasumardi.blogspot.com/2017/07/analisis-swot-salon-guh-wijaya-negara.html> (4 Januari 2020)
- Sari, D.P. dan Hendrayani, I. 2016. Studi Kelayakan Pendirian Bisnis "Salon Laurenze" di Pendopo Kota Muara Enim. *JEMBATAN (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing, dan Akuntansi)* Vol.1, No.1, Juni 2016: 17 – 23
- Sofaer, S. (1999). Qualitative methods: what are they and why use them?. *Health Services Research* 34:4 Part II (December 1999).
- Solusi Bisnis dan Karir Anda. 2010. *Cara Menghitung Pangsa (Peluang Masuk) Pasar*. <https://solusibisnismu.wordpress.com/2010/11/30/cara-menghitung-peluang-masuk-pasar-perhitungan-masuk-pasar-persiapan-masuk-pasar-cara-mengetahui-produk-kita-bakal-laku-atau-tidak/#more-948> (7 Juli 2020; 20:30)
- Wahyuningtyas, M.N. 2014. *Analisis Studi Kelayakan Bisnis Salon dan Spa House of Khadijah (PT. Sharika Solusi Internasional), Skripsi*, IPB

- Wikipedia. 2019. *Jonggol*, Bogor.
[https://id.wikipedia.org/wiki/Jonggol, Bogor](https://id.wikipedia.org/wiki/Jonggol,_Bogor)(22 Januari 2020)
- Wikipedia. 2020. *Cileungsi*, Bogor.
[https://id.wikipedia.org/wiki/Cileungsi, Bogor](https://id.wikipedia.org/wiki/Cileungsi,_Bogor)(22 Januari 2020)
- Wulandari dan Mulyanto. 2013. *ManajemenStrategik: Misi, Analisis, Formulasi Implementasi, Audit*. Semarang: CV Agung
- YatinSuleha. 2020. *Ketahui Beda Wabah, Pandemi, Endemik, dan Epidemik*.
<https://www.medcom.id/rona/kesehatan/dN60dMqk-ketahui-beda-wabah-pandemik-endemik-dan-epidemik> (30 Juli 2020; 16:34)

Lampiran 1. AngketKuesioner

PELANGGAN YANG TERHORMAT

Merupakan suatu kesenangan bagi kami mendapatkan kesempatan untuk memberikan Anda keramahan kami yang tulus selama Anda melakukan treatment di RH Salon.

Pendapat dan komentar Anda sangat penting bagi kami. Untuk mengukur kinerja kami dan harapan para pelanggan RH Salon

Kami akan sangat menghargai jika Anda dapat meluangkan waktu beberapa menit untuk menyelesaikan survei ini, dengan memberi tanda (✓) pada salah satu kotak yang telah disediakan.

Terima kasih telah mempercayakan perawatan di RH Salon. Kami akan terus berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik.

Salam Hangat

RH Salon

PEMASARAN

Berikan komentar tentang kualitas pemasaran:

	1	2	3	4
Promosi melalui media sosial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Promosi dilakukan secara rutin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Variasi produk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Produk mengikuti tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SALON

Berikan komentar Anda tentang RH Salon:

	1	2	3	4
Fasilitas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kamar Mandi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kebersihan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Penerangan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Peralatan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pemeliharaan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suasana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

PELAYANAN

Berikan komentar tentang kualitas layanan:

	1	2	3	4
Lokasi Salon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Resepsionis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pendaftaran	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kerapihan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pakaian Therapist	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

PERAWATAN

Berikan komentar pada layanan yang berkualitas:

	1	2	3	4
Pemilihan Perawatan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kualitas Perawatan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kualitas Layanan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kualitas Produk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

THERAPIST

Bagaimana Anda menilai Therapist kami:

	1	2	3	4
Sopan dan Ramah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Penampilan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kemampuan Berkomunikasi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pengetahuan Produk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bagaimana Anda menilai layanan dan fasilitas kami secara keseluruhan?

- Butuh Perbaikan Memuaskan
 Sangat Bagus Luar Biasa

Nama:

Alamat:

Treatment:

Tanggal:

No. Hp/WA:

Apakah Anda memiliki saran atau komentar lain yang akan membantu kami membuat kunjungan Anda berikutnya lebih menyenangkan?

.....

Terima Kasih

Angketkuesioner di atas diberikan kepada setiap pelanggan jika sudah selesai melakukan perawatan atau saat melakukan pembayaran di kasir. Hal ini dilakukan sejak awal 2019 hingga saat ini, Adapun tujuannya yaitu salah satunya untuk mengukur sejauh mana kepuasan pelanggan yang dapat dicapai dan menemukan kelemahan untuk kemudian dapat diperbaiki.

Dan sejauh ini pengisian angketkuesioner tidak mengalami kendala, tidak sedikit pula pelanggan yang memberi saran positif yang membantu RH Salon untuk terus berkembang menjadi salon terpercaya bagi pelanggan.

Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner

No Responden	Pemasaran (X1)				Fasilitas (X2)							Pelayanan (X3)									Kepuasan Pelanggan (Y)				
	X1,1	X1,2	X1,3	X1,4	X2,1	X2,2	X2,3	X2,4	X2,5	X2,6	X2,7	X3,1	X3,2	X3,3	X3,4	X3,5	X3,6	X3,7	X3,8	X3,9	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
1	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4
5	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	2	4	2	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3
6	3	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
7	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4
8	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4
9	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4
10	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3
11	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
12	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
14	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	3
16	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4
17	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
18	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4
19	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
21	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
24	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
25	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
26	4	3	2	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4
27	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
28	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
31	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4
35	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
36	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
39	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
42	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
43	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
47	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	2	4	4	4
48	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
49	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4

Rating	Frekuensi
1	0
2	32
3	194
4	1024
Σ	1250
Mean	3,7936
Median	3,5
Modus	4

1. Rating merupakan skala yang digunakan yaitu:

1 = Tidak Baik

2 = Cukup Baik

3 = Baik

4 = Sangat Baik

2. Frekuensi merupakan jumlah data yaitu:

Jumlah pernyataan X jumlah responden

$$25 \times 50 = 1.250$$

3. Mean merupakan rata-rata jawaban dari responden dapat dibulatkan menjadi 3,8

4. Median merupakan nilai tengah yaitu:

$$(\text{Jumlah frekuensi} + 1) / 2$$

$$(1.250 + 1) / 2 = 625,5$$

Nilai tengah yang dicari berada pada data ke 625,5, maka yang kita

cari ada di rating 3 dan 4 dengan menggunakan rumus:

$$(3 + 4) / 2 = 3,5 \text{ yang merupakan nilai tengah}$$

5. Yang terakhir adalah Modus yaitu jawaban yang sering atau paling banyak muncul yaitu 4

Lampiran 3 Tabel Hasil Kuesioner dan kelayakan RH Salon

No	Pernyataan	Nilai Rata-rata	Rating	Kategori
1	Promosi melalui media sosial	3,9	Sangat Baik	Layak
2	Promosi dilakukan secara rutin	3,7	Sangat Baik	Layak
3	Variasi produk	3,7	Sangat Baik	Layak
4	Produk mengikuti tren	3,9	Sangat Baik	Layak
5	Fasilitas	3,9	Sangat Baik	Layak
6	Kamar mandi	3,8	Sangat Baik	Layak
7	Kebersihan	3,8	Sangat Baik	Layak
8	Penerangan	3,8	Sangat Baik	Layak
9	Peralatan	3,8	Sangat Baik	Layak
10	Pemeliharaan	3,8	Sangat Baik	Layak
11	Suasana	3,8	Sangat Baik	Layak
12	Lokasi salon	3,8	Sangat Baik	Layak
13	Resepsionis	3,7	Sangat Baik	Layak
14	Pendaftaran	3,8	Sangat Baik	Layak
15	Kerapihan	3,8	Sangat Baik	Layak
16	Pakaian Therapist	3,8	Sangat Baik	Layak
17	Pemilihan perawatan	3,9	Sangat Baik	Layak
18	Kualitas perawatan	3,8	Sangat Baik	Layak
19	Kualitas layanan	3,8	Sangat Baik	Layak
20	Kualitas produk	3,8	Sangat Baik	Layak
21	Sopan dan ramah	3,7	Sangat Baik	Layak
22	Penampilan	3,8	Sangat Baik	Layak
23	Kemampuan berkomunikasi	3,8	Sangat Baik	Layak
24	Pengetahuan produk	3,8	Sangat Baik	Layak
25	Kepuasan	3,8	Sangat Baik	Layak

Dari hasil kuesioner yang didapat dan kemudian diolah, maka dapat dinyatakan bahwa RH salon memiliki kelayakan dan kemampuan untuk memuaskan pelanggan baik dalam strategi pemasaran yang telah diterapkan, fasilitas yang tersedia dan pelayanan yang ditawarkan. Dengan demikian dalam upaya pengembangan bisnis melalui penambahan peralatan dinilai perlu untuk meningkatkan pendapatan.

Lampiran 4. Hasil Wawancara Karyawan

Pertanyaan	Rangkuman Jawaban
1. Apakah pelatihan yang diberikan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan Anda sebagai karyawan RH Salon?	Pelatihan yang diberikan pada saat setelah kami bergabung di RH Salon tentunya sangat membantu kami, terlebih bagi yang sama sekalibelummengenal dunia kecantikan. Bahkan RH Salon mengajarkan kami dari dasarsampai kami benar-benar siap untuk menanganipelanggan.
2. Apakah kemampuan menguasai ilmu salon kecantikan Anda berkembang dengan baik dari waktu ke waktu?	Dari awalhinggakini, banyak ilmu yang telah kami dapat. Hal ini berkat pelatihan dan sosialisasi yang dilakukan owner secara rutin dan selalu (update) mengikuti tren yang sedangberlangsung.
3. Apakah gaji yang diterima sudah sesuai dengan harapsaya dan sesuai dengan kompetensi yang Anda miliki?	Gaji yang diterima sudah cukup memuaskan kami, karena besar kecilnyagaji yang kami dapat, ditentukan langsung oleh kami yaitu dari intensitas dan kerajinan dalam menanganipelanggan, semakin banyakpelanggan yang kami tangani, maka semakin banyak pula komisi yang kami terima.
4. RH Salon selalu menyediakan alat pelindung kerja seperti masker sekalipakai, sarungtangan karet, apron kain, sandal karet dan sebagainya yang dapat menghindarkan Anda dari bahaya dan kecelakaan kerja.	Tentu saja, karena RH Salon merupakan salon kecantikan, dimana kami bersinggunganlangsung dengan pelanggan maka kami harus menjagakebersihan baik dengan mencucitanganmaupun dengan menggunakan alat pelindung. Selain untuk menjagakenyamananpelanggan, alat pelindung yang diinstruksikan untuk dipakai ketika melayanipelanggan, juga untuk melindungi kami dari bahankimia (cat rambut)
5. Apakah semua peralatan kerja yang digunakan dalam kondisi baik dan layakpakai?	RH salon terbilang salon baru, maka tentu sajabarang dan peralatan yang digunakan masih baru dan sangat layakpakai.
6. Apakah pemilihan alat dan mesin yang digunakan sesuai dengan pekerjaan Anda?	Owner selalu melakukan evaluasi, baik terhadap karyawanmaupun terhadap pelanggan. Jika dinilai masih ada kendala saat

	menanganipelanggan maka RH Salon tidak segan untuk melakukan pengadaanperalatan yang bertujuan agar proses operasional salon berjalanefektif dan efisien.
7. Bagaimana dengan lingkungan kerja di RH Salon, apakahaman dan bersih?	Lingkungan RH Salon sangat nyaman dan bersih. Kami memiliki jadwalkebersihan 2x dalam 1 hari, yaitu sebelum salon buka dan menjelang salon tutup. Diluar itu, setelah kami selesai menanganipelanggan, kami diwajibkanmembersihkan dan merapikan alat ketempatsemula. Hal ini bertujuan agar pelanggan selanjutnya tetapmerasanyaman dan karyawan lain dapat dengan mudahmenemukanperalatan yang dibutuhkan tanpa harus mencarinya.
8. RH Salon memberikan pelatihan bagi Anda untuk bertindak dengan aman dalam bekerja?	Ya, baik secara tertulismaupunlisan, RH Salon selalu memberikan edukasi untuk berlakuaman dalam setiap kegiatan yang kami lakukan selama bekerja.
9. RH Salon menyediakan obat-obatan untuk pertolonganpertamaapabila terjadi kecelakaan kerja atau bagi karyawan yang sakit?	RH Salon memiliki kotak P3K yang di tempatkan di tengahruangan yang berisi obat-obatanharian dan sakitringan. Sehingga jika ada dari kami yang sakittiba-tiba atau pelanggan yang membutuhkanobat, sudah tersedia. Kami juga bertugas melakukan pengecekan stock P3K, jangansampai ada obat yang stock out dan tetapterkontrol dengan baik masa pakainya.
10. Apakah RH Salon memberikan metode/ petunjuk kerja yang dapat mempermudahpekerjaan Anda?	Ya, RH Salon menyiapkanlebaraninstruksi kerja agar setiap pekerjaan yang dilakukan lebih mudah, tidak memakanwaktubanyak dan tentu sajaaman bagi kami.

Lampiran 4 Data Karyawan

Nama Responden	Usia	Posisi
Maya Damayanti	32 Tahun	SPV & Admin
TeungkuAirin	30 Tahun	Leader & Casir
Mia Rosnalia	32 Tahun	Beautician
SeptiHandayani	21 Tahun	Beautician
Eva Fitria	20 Tahun	Therapist
IyahSamsyah	19Tahun	Therapist
Siti Maesaroh	20 Tahun	Therapist

Lampiran 5 Data Pelanggan RH Salon 2019

No	Nama	Alamat	No Telp	Usia
1	Dewi	Citra Indah, Anyelir	0852 1026 3885	20 - 45 Tahun
2	Erna	Citra Indah, Rafflesia	0813 1812 7637	20 - 45 Tahun
3	Indah Eko	Citra Indah, Azalea	0812 1377 7600	45 Tahun keatas
4	Yayang	Desa Nyalindung	0821 1221 5280	Dibawah 20 Tahun
5	Dhifa	Jonggol	0852 1776 1911	20 - 45 Tahun
6	Lina	Citra Indah, Rosemary	0812 1810 1320	20 - 45 Tahun
7	Annisa	Citra Indah, Azalea	0812 1377 7600	Dibawah 20 Tahun
8	Nana	Citra Indah, Cattleya	0878 8286 8987	20 - 45 Tahun
9	Gege	Citra Indah, Cemara	0838 1503 0132	20 - 45 Tahun
10	Yohanna	Citra Indah, Cemara	0812 9049 3602	45 Tahun keatas
11	Davina	Kampung Peundeuy	0857 7294 700	Dibawah 20 Tahun
12	Jihan	Citra Indah, Akasia	0812 9875 5492	20 - 45 Tahun
13	Anna	Gandoang	0812 8011 4748	20 - 45 Tahun
14	Tia	Cibucil	0878 6125 8092	Dibawah 20 Tahun
15	Any Astuti	Citra Indah	0813 1563 0890	20 - 45 Tahun
16	Ratu	Citra Indah	0812 8432 2632	20 - 45 Tahun
17	Risky Puspito	Citra Indah	0858 9913 7094	20 - 45 Tahun
18	Intan Ika	Jonggol	0858 8119 5100	20 - 45 Tahun
19	Siti Nuraini	Jonggol	0858 4110 4454	20 - 45 Tahun
20	Arum	Jonggol	0857 4304 9829	20 - 45 Tahun
21	Febri	Citra Indah	0812 2065 5106	20 - 45 Tahun
22	Normanita	Grand Nisa Indah	0813 1802 1248	Dibawah 20 Tahun
23	Feby	Grand Nisa Indah	0812 9302 3502	Dibawah 20 Tahun
24	Rina	Citra Indah, Palembang	0878 8590 5115	20 - 45 Tahun
25	Imma	Citra Indah, Wijaya	0812 9091 2180	20 - 45 Tahun
26	Tirsa	Citra Indah, Mahony	0857 7085 5221	20 - 45 Tahun
27	Astuti	Citra Indah, Damar	0812 9647 6115	45 Tahun keatas
28	Evi Sagita	Kampung Empu	0857 1710 3091	20 - 45 Tahun
29	Yunita	Kampung Empu	0878 2670 3140	20 - 45 Tahun
30	Theresia	Citra Indah, Azalea	0812 4104 6677	20 - 45 Tahun
31	Rosie	Citra Indah, Jasmine	0812 9435 8137	20 - 45 Tahun
32	Echi	Citra Indah, Orchid	0816 7967 76	20 - 45 Tahun
33	Mamy King	Grand Nisa Indah	0857 1563 8990	45 Tahun keatas
34	Rosita Dewi	Citra Indah, Vignolia	0821 1198 7126	20 - 45 Tahun
35	Amelia	Citra Indah, Cempaka	0813 8403 5100	20 - 45 Tahun
36	Della	Citra Indah, Vignolia	0821 1198 7126	Dibawah 20 Tahun
37	Murwani	Citra Indah, Vignolia	0878 3695 2600	Dibawah 20 Tahun
38	Elsa	Citra Indah, Rosella	0812 8103 2582	20 - 45 Tahun
39	Ima	Citra Indah, Wijaya	0822 2037 3603	20 - 45 Tahun
40	Eva	Citra Indah, Gladiola	0812 8814 1814	20 - 45 Tahun
41	Verial	Citra Indah, Edelwise	0888 8831 7193	Dibawah 20 Tahun
42	Susi	Citra Indah, Edelwise	0812 1295 6180	20 - 45 Tahun
43	Nina	Citra Indah, Jasmine	0812 1366 9804	20 - 45 Tahun
44	Nanda	Citra Indah, Jasmine	0838 9886 8753	20 - 45 Tahun
45	Bunga	Citra Indah, Menteng	0852 1036 0022	20 - 45 Tahun
46	Elys	Citra Indah, Cordia	0812 2258 614	20 - 45 Tahun
47	Peggy	Citra Indah, Menteng	0852 1036 0022	20 - 45 Tahun
48	Anita	Citra Indah, Ravenia	0815 7414 1700	20 - 45 Tahun
49	Yanti	Citra Indah, Matoa	0812 1305 5985	20 - 45 Tahun
50	Ani	Citra Indah, Raya	0813 1563 0890	20 - 45 Tahun
51	Mama Aldy	Citra Indah, Edelwise	0888 8317 193	20 - 45 Tahun
52	Veronica	Citra Indah, Tectona	0812 8299 9499	Dibawah 20 Tahun
53	Yuli Sekar Sari	Kampung Karet	0857 1481 5673	45 Tahun keatas
54	Rani	Citra Indah, Vignolia	0812 9320 0178	20 - 45 Tahun
55	Febriana	Citra Indah, Bougenville	0878 8742 4741	20 - 45 Tahun
56	Henri	Jonggol	0857 7482 1195	20 - 45 Tahun
57	Cita	Cileungsi	0822 1089 6998	20 - 45 Tahun
58	Ratna	Cileungsi	0856 4111 1376	20 - 45 Tahun
59	Lucia	Citra Indah, Rosemary	0821 3609 2087	20 - 45 Tahun
60	Lia	Citra Indah, Rafflesia	0821 1318 8710	20 - 45 Tahun
61	Linda	Citra Indah, Rosemary	0812 8629 2619	20 - 45 Tahun
62	Aini	Citra Indah, Amarilis	0812 9713 1918	20 - 45 Tahun
63	Helis	Citra Indah, Bougenville	0813 4510 0879	20 - 45 Tahun
64	Chyntia Ruth	Citra Indah, Rafflesia	0811 8782 406	45 Tahun keatas
65	Kiki	Jonggol	0896 5630 2352	20 - 45 Tahun
66	Lukita	Citra Indah, Magnolia	0857 3230 0023	20 - 45 Tahun
67	Asima	Citra Indah, Orchid	0852 7024 8444	20 - 45 Tahun
68	Emma	Citra Indah, Gladiola	0821 8446 0572	20 - 45 Tahun
69	Wida	Jonggol	0856 9911 399	20 - 45 Tahun
70	Karina	Citra Indah, Agave	0812 9359 1979	Dibawah 20 Tahun
71	Meidy	Citra Indah, Lavender	0823 1716 9222	Dibawah 20 Tahun
72	Mikayla	Citra Indah, Cattleya	0821 2222 8149	20 - 45 Tahun
73	Titik Rania	Citra Indah, Edelwise	0878 8988 1135	20 - 45 Tahun
74	Mey	Citra Indah, Cempaka	0838 7794 2869	20 - 45 Tahun
75	Evy	Citra Indah, Menteng	0821 1862 1137	20 - 45 Tahun
76	Elrica	Citra Indah, Rosemary	0812 2021 334	20 - 45 Tahun
77	Dian Catur	Citra Indah, Raya	0858 9634 6902	20 - 45 Tahun
78	Putri Amelia	Jonggol	0812 8099 3498	Dibawah 20 Tahun
79	Fitriah	Citra Indah, Cemara	0813 8033 2155	20 - 45 Tahun
80	Intan	Citra Indah, Jasmine	0896 9872 5225	20 - 45 Tahun
81	Putri	Cileungsi	0857 8972 1213	Dibawah 20 Tahun
82	Sherly	Citra Indah, Menteng	0818 0313 7755	20 - 45 Tahun
83	Irena	Citra Indah, Matoa	0813 5490 9794	20 - 45 Tahun
84	Catherine	Citra Indah, Rafflesia	0816 1998 143	20 - 45 Tahun
85	Elida	Citra Indah, Hijau	0812 8641 5504	20 - 45 Tahun
86	Ambar	Citra Indah, Angsana	0813 8483 1376	45 Tahun keatas
87	Astri	Citra Indah	0858 8882 6422	20 - 45 Tahun
88	Wulan	Citra Indah, Rafflesia	0821 8019 9094	20 - 45 Tahun
89	Adinda	Kampung Cipeucang	0812 1866 0192	20 - 45 Tahun
90	Windie	Citra Indah, Akasia	0852 8070 4222	Dibawah 20 Tahun
91	Gischa	Citra Indah, Magnolia	0812 9413 8420	20 - 45 Tahun
92	Devota	Citra Indah	0898 4112 8565	Dibawah 20 Tahun
93	Fenny	Citra Indah, Ruko SS	0812 7234 1110	20 - 45 Tahun
94	Aya	Citra Indah, Rafflesia	0813 1790 0052	20 - 45 Tahun
95	Ulfa	Kampung Bendungan	0858 8990 6367	20 - 45 Tahun
96	Atma	Citra Indah, Chrysant	0821 3897 3200	20 - 45 Tahun
97	Clarissa	Citra Indah, Vignolia	0812 4763 5122	20 - 45 Tahun
98	Indah	Citra Indah, Chrysant	0812 8272 7518	20 - 45 Tahun
99	Nony	Citra Indah, Jasmine	0877 8141 1727	Dibawah 20 Tahun
100	Endah	Citra Indah, Angsana	0857 2958 4228	45 Tahun keatas

BIN RANGE	FREKUENSI
Dibawah 20 Tahun	17
20 - 45 Tahun	75
45 Tahun keatas	8
Σ	100

Dari data konsumensebesar 100 orang di dapat 75% diantaranya merupakan segmen pasar RH Salon yaitu usia 20 – 45 Tahun, 17% merupakan remaja dan 8% merupakan pelangganansia.

Lampiran 6 Hasil Wawancara Pelanggan

Pertanyaan	Jumlah Responden	Jawaban
<p>1. Apakah Anda perlu melakukan perawatan di salon paling tidak 1 bulan sekali?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dari 20 responden, 17 Orang menjawab perlu melakukan perawatan • Dan sisanya sebesar 3 Orang menjawab tidak membutuhkan perawatan intens di salon. 	<p>Dari jawaban yang diperoleh dari 17 orang yaitu bahwa mereka membutuhkan perawatan ke salon baik untuk memotong rambut, atau hanya sekedar cream bath. Bukan hanya 1 bulan sekali, bahkan 15 orang responden mengatakan bahwa mereka harus datang ke salon setiap 1 minggu sekali untuk melakukan perawatan rutin secara bergantian. Tujuannya untuk merawat tubuh sekaligus menghilangkan stress dan untuk relaksasi.</p>
<p>2. Produk/perawatan apa yang paling Anda sukai di RH Salon? Apakah jika terdapat produk serupa Anda akan beralih ke salon lain?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dari 15 responden yang merupakan pasar RH Salon, 13 orang menjawab akan tetap loyal kepada RH Salon • 2 orang lainnya mengatakan akan berpindah salon jika dinilai harganya lebih murah dan menurut mereka sesuai. 	<p>Kesimpulan dari jawaban 13 orang responden yang telah dikumpulkan yaitu bahwa meskipun salon lain menyediakan produk perawatan yang sama seperti di RH Salon, mereka tetap akan memilih RH Salon sebagai salon terpercaya karena sudah merasakan kualitas dan manfaat yang didapat. Namun 10 orang menekankan bahwa bukan hanya harga yang menjadi pertimbangan tapi kenyamanan dan tentunya kualitas salon juga hal yang dinilai penting. Dan hal</p>

		tersebut sudah merekadapatkan di RH Salon.
3. Secara umum apakah Anda puas setelah melakukan perawatan di RH Salon?	<ul style="list-style-type: none"> • 10 orang yang dinilai memiliki loyalitas tinggi terhadap RH Salon, 9 orang Diantaranya mengatakan sangat puas dengan pelayanan RH Salon • 1 orang lainnya mengatakan puas namun memberikan beberapa saran untuk meningkatkan kualitas 	Dari jawaban 9 orang responden di dapatkan bahwa kepuasan pelanggan telah dicapai oleh RH Salon.

Dengan menggunakan data diatas maka dapat dihitung Indeks Pangsa Pasar sebagai berikut:

$$IPP = 17/20 \times 13/15 \times 9/10 = 1989/3000 = 0,663 \text{ atau } 66,3\%$$

$$IPP = 66,3\%$$

Jadi besarnya pangsa pasar yang dimiliki oleh RH Salon sebesar 66,3%. Nilai ini cukup besar dan menyatakan bahwa RH Salon menguasai sebagian besar pasar yang tersedia.

Lampiran 7 Daftar Harga RH Salon

Detail Harga RH Salon

Treatment	Price	Treatment	Price
Face Treatment		Keratin	
Facial Full Treatment	Rp100.000	Pendek	Rp350.000
Facial Biokos	Rp90.000	Sedang	Rp450.000
Galvanic Spa Treatment	Rp250.000	Panjang	Rp550.000
Korean BB-Glow	Rp500.000	Highlight	
Korean Vit c Glow STD	Rp250.000	Pendek	Rp150.000
Nano Tech Blush On	Rp200.000	Sedang	Rp250.000
Sulam Alis / Bibir	Rp800.000	Panjang	Rp350.000
Totok Wajah	Rp35.000	Coloring	
Masker Led + Masker Sheet	Rp75.000	Pendek	Rp150.000
Eyelash Extention		Sedang	Rp250.000
Natural	Rp200.000	Panjang	Rp350.000
Lash Volume	Rp250.000	Smoothing	
3D	Rp350.000	Pendek	Rp200.000
6D	Rp550.000	Sedang	Rp300.000
Retouch	Rp100.000	Panjang	Rp400.000
Remove	Rp50.000	Hair Bleaching	
Menicure & Pedicure		Pendek	Rp200.000
Menicure	Rp50.000	Sedang	Rp400.000
Pedicure	Rp50.000	Panjang	Rp600.000
Body Treatment		Creambath	
Lulur + Masker Badan	Rp100.000	Strawberry, Chocolate, Avocado, Mint, Gingseng	Rp40.000
Body Massage	Rp80.000	Hair Spa/Mask Matrix	
Mandi Susu	Rp150.000	Hydrasource, Repairinside, Colorlast, Scalppure Zinc, Scalppure Mint, Opti Care, Opti Black, Smoothproof, Fiberstrong	Rp60.000
Mandi Rempah	Rp150.000	Creambath Anak	
Handbath+Scrub tangan	Rp20.000	Strawberry, Chocolate, Avocado, Mint, Gingseng	Rp30.000
Footbath+Scrub Kaki	Rp25.000		
Hair Treatment			
Gunting	Rp30.000		
Gunting + Cuci	Rp40.000		
Cuci + blow	Rp30.000		
Cuci + Catok	Rp40.000		
Gunting Cabang	Rp20.000		
Gunting Poni	Rp10.000		
Gunting Rambut Anak	Rp25.000		
Catok curly / straight	Rp30.000		
Blow	Rp20.000		

Lampiran 8 Daftar Produk RH Salon

Paket Pengantin A (1jt)

Kunjungan 1 st	• Paket Lulur
Kunjungan 2 nd	• Paket Massage • Maske LED
Kunjungan 3 rd	• Paket Mandi Susu • Galvanic Spa
Kunjungan 4 th	• Paket Mandi Rempah • Manicure • Pedicure

Free Jelly's Pure Face Soap

Note: Jadwal kunjungan dapat disesuaikan.

Paket Pengantin B (700k)

Kunjungan 1 st	• Paket Lulur
Kunjungan 2 nd	• Paket Massage • Maske LED
Kunjungan 3 rd	• Paket Mandi Susu • Manicure • Pedicure

Free Pensil Alis VIVA

Note: Jadwal kunjungan dapat disesuaikan.

Paket Pengantin C (500k)

Kunjungan 1 st	• Paket Mandi Susu
Kunjungan 2 nd	• Paket Mandi Rempah • Manicure • Pedicure

Free Eyeliner My Darling

Note: Jadwal kunjungan dapat disesuaikan.

Paket Pengantin D (300k)

Kunjungan	• Paket Mandi Rempah • Manicure • Pedicure
-----------	--

Free Jelly's Pure Face Soap

Note: Jadwal kunjungan dapat disesuaikan.

Discount!!

me TIME
It's important!

10% OFF

Khusus hari senin Untuk semua treatment (tidak termasuk promo dan paket)

~Star Salon~
Pharsabid

Discount!!

me TIME
It's important!

5% OFF

Khusus hari Selasa Rabu Kamis Untuk semua treatment (tidak termasuk promo dan paket)

~Star Salon~
Pharsabid

Periksa Kelembaban Kulit Wajah Anda Sekarang Juga!

Hanya Rp. 50.000 Anda Bisa:

- Mengetahui Jenis Kulit
- Konsultasi Kecantikan
- Saran Treatment Lanjutan

SKIN ANALYSIS Dilakukan oleh owner dan tenaga ahli dengan menggunakan alat skin analyzers

Test Skin Moisture Test Skin Oil Test Skin Elasticity

~Star Salon~
Pharsabid

Special 50k

Gunting rambut & blow/catok

Free chocolate

HELLO Package 120k

Totop mengkilap Masque LED

French Fries

Hi Package 140k

Free french fries

awesome

!! awesome
Package 170rb



Hot Ginger

Indomie

Creambath
Masker & Totok Wajah
Lulur & Masker Badan
Foot Spa

HELLO
Package 300k



General Treatment & Natural Eye-lash

French Fries

Hi
Package 325k



Ice Tea

French Fries

HAPPY
Package 150k



Creambath & Mini-Totok

Fried Sosis

Special package
550k



Creambath & Mini-Totok

Korean BB Glow

Ice chocolate

Mandi Susu
Package 200k



Berenyusu

Hot Ginger

Creambath
Masker & Totok Wajah
Lulur & Masker Badan
Foot Spa

Mandi Rempah
Package 250k



Berenyem Rempah

Hot Ginger

Creambath
Masker & Totok Wajah
Lulur & Masker Badan
Foot Spa

Lampiran 9 Tabel Keuangan

PROCEED										PP	(Dana Awal)	(EAT+Dep)	
Bulan	Pendapatan	Pengeluaran	Depresiasi	EBT	Tax 0%	EAT	Depresiasi	Proceed	Residu	Bulan ke	Outlays	Proceed	CCF
										0	3.200.000		
7	13.320.000	2.912.440	450.000	9.957.560	0	9.957.560	450.000	10.407.560		1		10.407.560	7.207.560
8	20.961.400	5.886.704	450.000	14.624.696	0	14.624.696	450.000	15.074.696		2		15.074.696	22.282.256
9	22.990.000	5.644.590	450.000	16.895.410	0	16.895.410	450.000	17.345.410		3		17.345.410	39.627.666
10	25.341.500	8.577.577	450.000	16.313.923	0	16.313.923	450.000	16.763.923		4		16.763.923	56.391.589
11	27.440.000	8.678.096	450.000	18.311.904	0	18.311.904	450.000	18.761.904		5		18.761.904	75.153.493
12	31.532.000	4.349.230	450.000	26.732.770	0	26.732.770	450.000	27.182.770	500.000	6		27.682.770	102.836.263

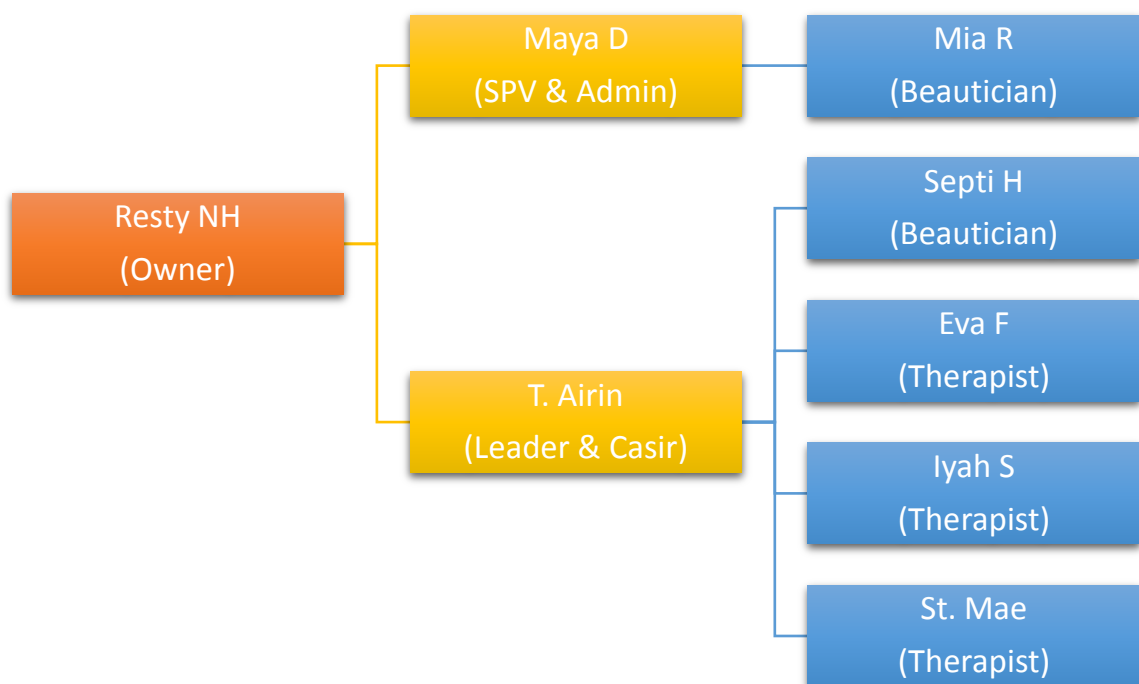
Investasi Awal	Nilai	Umur Ekonomis	Residu	Depresiasi
Peralatan	Rp3.200.000	6	Rp500.000	Rp450.000

Modal	Nilai	Proporsi	COC	COC(Atax)	WACC
Saham	Rp3.200.000	100,00%	11,00%	11,00%	11,00%
Total	Rp3.200.000		11,00%	11,00%	11,00%

NPV1						NPV2					
Bln	Outlays	Proceed	DR	PVOutlays	PVProceed	Bln	Outlays	Proceed	DR	PVOutlays	PVProceed
0	3.200.000		1,00	3.200.000		0	3.200.000		1,00	3.200.000	
1		10.407.560	0,90		9.376.180	1		10.407.560	0,77		8.005.815
2		15.074.696	0,81		12.234.961	2		15.074.696	0,59		8.919.938
3		17.345.410	0,73		12.682.814	3		17.345.410	0,46		7.895.043
4		16.763.923	0,66		11.042.915	4		16.763.923	0,35		5.869.515
5		18.761.904	0,59		11.134.277	5		18.761.904	0,27		5.053.126
6		27.682.770	0,53		14.800.339	6		27.682.770	0,21		5.735.211
		106.036.263		3.200.000	71.271.487					3.200.000	41.478.650

NPV1	68.071.487
NPV2	38.278.650
DR1	11,96%
DR2	25%
IRR	41,75%
PI	22,2723398
PP	0,99435681

Lampiran 10 Struktur Organisasi



Lampiran 11 Tabel Daftar Rencana Pengadaan Alat Spa

Detail	Unit	Harga	Pembelian
Alat spa badan	1 Unit	Rp1.700.000	Via Online shop
Alat spa kaki	1 Unit	Rp750.000	Via Toko Sentosa Pasar Baru
Alat spa wajah	1 Unit	Rp450.000	Via Online shop
TungkuRatus	1 Unit	Rp300.000	Via Toko Sentosa Pasar Baru
Total		Rp3.200.000	

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



IDENTITAS DIRI

Nama : Resty Nurachmi Handayani
Tempat dan Tanggal Lahir : Bandung, 29 Desember 1992
Agama : Islam
Status : Menikah
Alamat : Citra Indah City ClausterWidelia Blok G10
no. 19 RT 008 RW 009, Sukamaju, Jonggol,
Bogor 16830.

PENDIDIKAN FORMAL

1999– 2005 SD Negeri 05 Pagi Kemanggisan, Jakarta Barat
2005 – 2006 SMP Negeri 88, Jakarta Barat
2006 –2008 SMP Negeri 2 Cileungsi, Bogor
2008–2011 SMA Negeri 1Jonggol, Bogor
2016– 2020 STIE IPWIJA, Cikeas, Bogor

PENDIDIKAN NON-FORMAL

2011–2012 LPIA, Kursus Bahasa Inggris,Kranggan, Bekasi

2011–2012 LPIA, Kursus Komputer, Kranggan, Bekasi
2017– 2018 Foxy Beauty, Pelatihan Kecantikan, Greenlake, Tangerang
2018 HDI Hive, Pelatihan Kecantikan, Menteng, Jakarta Pusat
2018–2019 Steffbrow, Pelatihan Kecantikan, Cengkareng, Jakarta

RIWAYAT PEKERJAAN

2011–2012 PT. Covac Indonesia, Sebagai Quality Assurance,
Bantargebang, Bekasi 17310
2012 PT. Starpeak Equity Futures, Sebagai
Receptionist, Kuningan, Jakarta 10230
2012–2013 PT. MidtouAryacom, Sebagai Account
Executive, Sudirman, Jakarta 10230
2013–2016 PT. Kao Indonesia, Sebagai Admin Warehouse, Cikarang,
Bekasi 17530
2017– ~ Founder of RH Salon, Citra Indah, Jonggol, Bogor 16830

Lembar Jadwal Bimbingan Tugas Akhir

Dosen Pembimbing	Dr. Heru Mulyanto, SE, MM.
Nama Mahasiswa	Resty Nurachmi Handayani
NIM	2016511287
Konsentrasi	Bisnis
Judul Tugas Akhir	Analisis Pengembangan Bisnis RH Salon di Kawasan Citra Indah City Bogor

Tanggal Bimbingan	Topik Bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1 Juli 2020	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat struktural analisis - Membuat kerangka analisis secara garis besar - Menyusun dan mengolah data primer dan sekunder 	
8 Juli 2020	<ul style="list-style-type: none"> - Penyusunan analisis SKB dan alur analisisnya - Penyusunan analisis SWOT dan alur analisisnya 	
15 Juli 2020	<ul style="list-style-type: none"> - Review hasil analisis SKB - Review hasil analisis SWOT - Pendalaman analisis aspek keuangan dan isu-isu 	
22 Juli 2020	<ul style="list-style-type: none"> - Penyerahan hasil keseluruhan Bab 4 hingga Bab 5 - Pematangan hasil dan gambaran implementasi 	
29 Juli 2020	<ul style="list-style-type: none"> - Review implementasi - Penambahan Business Model Canvas (BMC) - Penyempurnaan seluruh konsep 	
30 Juli 2020	<ul style="list-style-type: none"> - Review keseluruhan - ACC 	
5 Agustus 2020	<ul style="list-style-type: none"> - Arahan konsep PPT - Arahan konsep penyajian 	

Demikian lembar bimbingan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dalam pengawasan dari dosen pembimbing. Terimakasih atas perhatiannya.

Dibuat oleh,

Resty Nurachmi Handayani