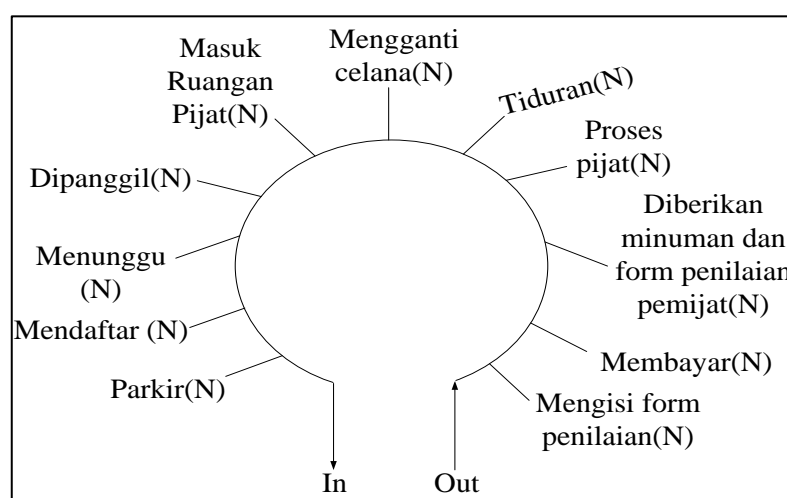


4. PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA

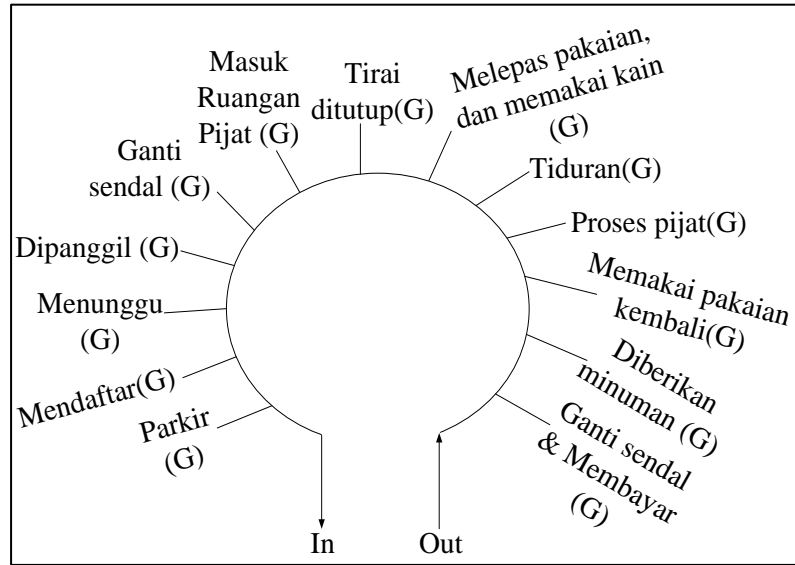
4.1 *Moment of Truth*

Penelitian tentang studi kelayakan bisnis pendirian jasa pijat profesional terhadap tunanetra diawali dengan adanya survei awal ke tempat pijat profesional yaitu Nakamura, Glory's reflexology dan Markas pijat tunanetra. Hasil dari survei dirangkum dalam bentuk *moment of truth*.



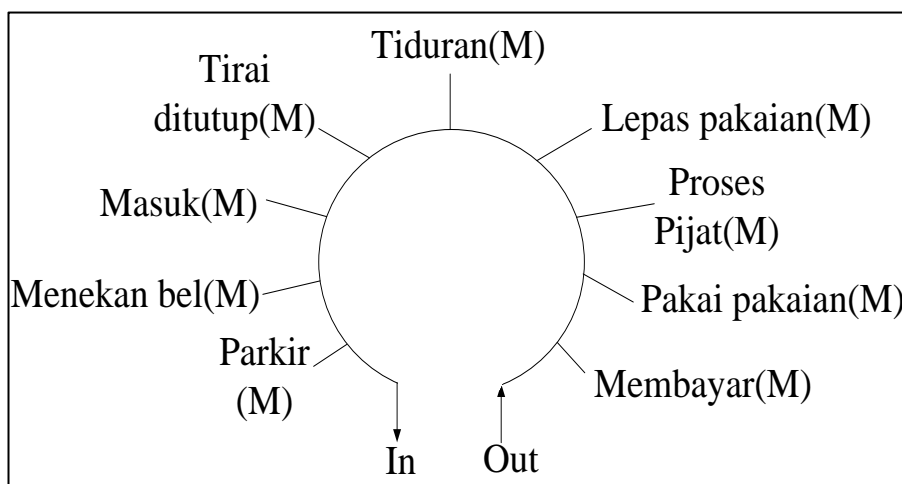
Gambar 4.1 *Moment of truth* Nakamura (N)

Gambar 4.1 menunjukkan *moment of truth* dari tempat pijat profesional yaitu Nakamura. Kegiatan ditempat pijat Nakamura dimulai dari parkir, mendaftar, menunggu, dipanggil, masuk ruangan pijat, mengganti celana, tiduran, proses pijat, diberikan minuman dan form penilaian pemijat, membayar, mengisi form penilaian dan keluar. Pada tiap kegiatan diberikan keterangan N sehingga pada *moment of truth* dari bisnis yang akan dibuat dapat diketahui berasal dari *moment of truth* Nakamura.



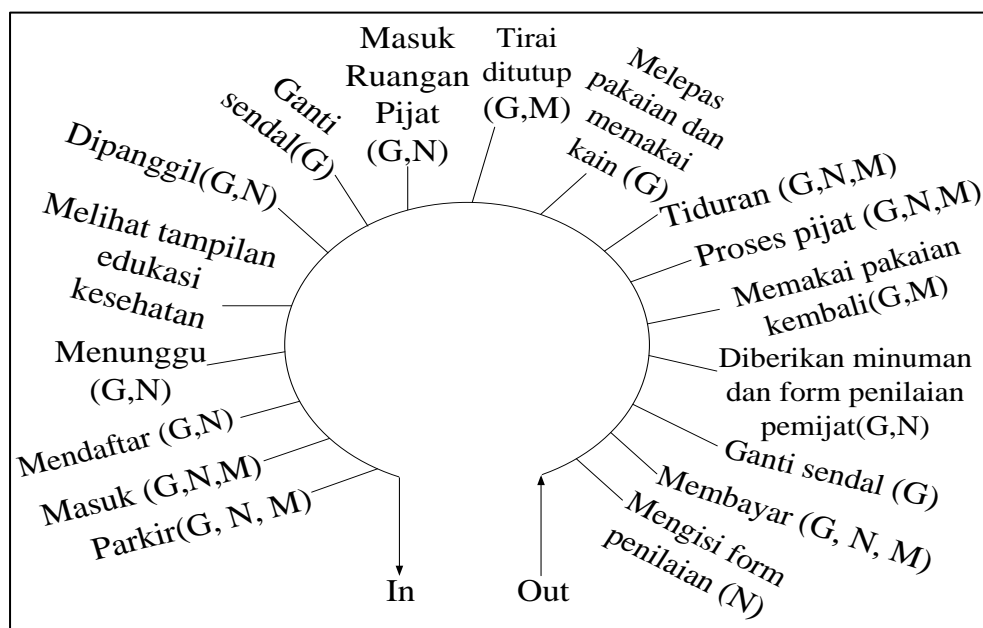
Gambar 4.2 *Moment of truth* Glory's reflexology (G)

Gambar 4.2 menunjukkan *moment of truth* dari tempat pijat profesional yaitu Glory's reflexology. Berbeda dari kegiatan nakamura, kegiatan dari Glory's reflexology dimulai dari parkir, mendaftar, menunggu, dipanggil, ganti sandal khusus untuk diruangan pijat, masuk ruangan pijat, tirai ditutup, melepas pakaian dan menggantinya dengan kain yang diberikan oleh pemijat, tiduran, proses pijat, memakai pakaian kembali, pemijat akan menawarkan minuman, minuman diberikan, ganti sandal, membayar, kemudian keluar. Pada tiap kegiatan diberikan keterangan G sehingga pada *moment of truth* dari bisnis yang akan dibuat dapat diketahui berasal dari *moment of truth* Glory's reflexology.



Gambar 4.3 *Moment of truth* Markas pijat tunanetra (M)

Gambar 4.3 menunjukkan *moment of truth* dari tempat pijat tunanetra yaitu Markas pijat tunanetra. Kegiatan dari markas pijat tunanetra lebih singkat dibandingkan kedua tempat pijat profesional. Kegiatan dimulai dari parkir, menekan bel sehingga dapat masuk, tirai ditutup, resepsionis akan memanggil pemijat sesuai *gender customer* yang datang, tiduran, melepas pakaian, proses pijat, memakai kembali pakaian, membayar, dan keluar. Pada tiap kegiatan diberikan keterangan M sehingga pada *moment of truth* dari bisnis yang akan dibuat dapat diketahui berasal dari *moment of truth* Markas pijat tunanetra.



Gambar 4.4 *Moment of truth* bisnis pijat profesional untuk penyandang tunanetra

Moment of truth bisnis pijat profesional untuk penyandang tunanetra dibuat untuk menciptakan efek memori mengesankan yang membekas dibenak pelanggan seperti yang dijelaskan pada 2.3. Pada ketiga *moment of truth* yang telah dibuat menghasilkan *moment of truth* untuk bisnis yang akan dibuat. Gambar 4.4 menunjukkan *moment of truth* bisnis pijat profesional untuk penyandang tunanetra. Tiap kegiatan pada *moment of truth* bisnis pijat yang dibuat diberikan keterangan sesuai dengan pengambilan contoh kegiatan dari *moment of truth* ketiga tempat pijat.

4.2 Draft Design Business Model Canvas

Penelitian dilanjutkan dengan membuat *draft design business model canvas* dalam penentuan aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial. *Draft design business model canvas* terlampir di Lampiran 1. *Draft business model canvas* disusun mengikuti tahapan yang tertuang di Sub bab 2.2.

4.2.1 Aspek Pasar

Dimulai dengan aspek pasar dimana penentuan aspek pasar dimulai dari (1) *customer segments*, kemudian menentukan (2) *value propositions*, (3) *channels*, dan (4) *customer relationships*. Gambar 4.5 menunjukkan aspek pasar didalam *business model canvas*.

Value Propositions 2 <ul style="list-style-type: none"> • Harga terjangkau • Kenyamanan, yaitu suasana tenang, ruangan wangi, musik • Edukasi kesehatan tubuh • Menawarkan minuman gratis(jahe,teh,mineral) 	Customer relationships <ul style="list-style-type: none"> • Edukasi masyarakat/<i>potential customer</i> 4	Customer segments <p>Mahasiswa, pekerja kantoran, dan ibu RT (didaerah Surabaya selatan)</p> 1
	Channels <ul style="list-style-type: none"> • Iklan • Penawaran langsung terhadap pelanggan • <i>Word of mouth</i> 3	

Gambar 4.5 Aspek pasar didalam *Business Model Canvas*

4.2.1.1 Customer Segments

Bagian pertama yang harus ditentukan adalah menentukan *customer segments* yaitu mahasiswa, pekerja kantoran, dan ibu rumah tangga yang berada di Surabaya Selatan. *Customer segments* yang digunakan adalah diversifikasi pasar sesuai dengan penjelasan di Sub bab 2.2.1.

4.2.1.2 Value Propositions

Tahap kedua adalah menentukan *value propositions* dimana penentuan ini memperhitungkan nilai (atau manfaat) yang ditawarkan sebuah perusahaan

kepada seorang pelanggan. *Value propositions* yang ditawarkan ada 9 nilai sesuai dengan sebelas bentuk yang telah dibahas pada Sub bab 2.2.2, yaitu:

a. Harga terjangkau

Nilai harga yang ditawarkan menjadi harga yang terjangkau untuk semua *customer segments* yang telah ditentukan sebelumnya. Harga yang terjangkau sesuai dengan survei pasar yang sudah dilakukan. Dalam nilai ini akan menawarkan *accessibility* bagi pelanggan yang memiliki penghasilan di bawah rata-rata. Perusahaan menawarkan paket pijat sesuai pangsa pasar yang telah menjadi target, dimana paket pijat hasil survei pasar.

b. Kenyamanan

Convenience usability yang ditawarkan adalah kenyamanan bagi pelanggan, yaitu ruangan pijat akan dipenuhi alunan musik *instrumental* yang tenang, suasana ruangan yang tenang, dan ruangan wangi.

c. Edukasi kesehatan tubuh

Edukasi kesehatan tubuh sangat penting untuk diketahui semua orang, sehingga hal ini dapat menjadi hal baru dimata pelanggan, sekaligus menjadi *design* strategi bagi perusahaan.

d. Menawarkan minuman gratis

Nilai ini termasuk dalam bentuk *convenience usability*, penawaran minuman gratis membuat aktivitas pelanggan menjadi nyaman. Ada tiga minuman yang ditawarkan yaitu jahe, teh dan mineral.

4.2.1.3 Channels

Tahap ini menyampaikan proposisi nilai dengan cara langsung, tradisional dan modern, ketiga cara ini telah dibahas pada Sub bab 2.2.3. *Channels* yang ditawarkan termasuk dalam fase *awareness*, yaitu:

a. Iklan

Cara ini termasuk dalam cara tradisional, media iklan merupakan media promosi bagi perusahaan untuk informasi bagi pelanggan mengenai bisnis jasa pijat.

b. Penawaran langsung terhadap pelanggan

Penawaran langsung terhadap pelanggan merupakan cara langsung perusahaan untuk mengenalkan jasa pijat yang akan dibuat. Cara ini akan membuat perusahaan bertatap muka langsung terhadap pelanggan.

c. *Word of mouth*

Cara ini hanya dapat dilakukan oleh pelanggan yang telah menggunakan jasa pijat pada bisnis ini. Cara ini merupakan fase *delivery* dimana pelanggan mempunyai hak dan kewajiban untuk menyampaikan proporsi nilai perusahaan.

4.2.1.4 *Customer Relationships*

Ada satu tahap yang dilakukan untuk mempertahankan pelanggan, pada tahap ini akan menggunakan kategori yang telah dibahas di Sub bab 2.2.4, yaitu:

a. Memberikan edukasi masyarakat/*potential customer*

Tahap ini termasuk dalam kategori *personal assistance* dimana pelanggan dapat secara langsung untuk berkomunikasi terhadap pegawai, sehingga *potential customer* berjalan yaitu mengubah persepsi masyarakat terhadap pijat tunanetra.

4.2.2 Aspek Teknis

Penentuan aspek teknis dimulai dari (6) *key resources*, kemudian menentukan (7) *key activities*, dan (8) *key partnerships*. Gambar 4.6 menunjukkan aspek teknis didalam *business model canvas*.

Key partnerships <ul style="list-style-type: none"> • Pelanggan • Tukang parkir (Karang taruna) • Dinas pariwisata <div style="text-align: right; border: 1px solid black; width: 30px; height: 30px; margin-left: auto; margin-right: 0;">8</div>	Key activities <ul style="list-style-type: none"> • Proses pijat <div style="text-align: right; border: 1px solid black; width: 30px; height: 30px; margin-left: auto; margin-right: 0;">7</div>
	Key resources <ul style="list-style-type: none"> • SDM(Pemijat) • <i>Material</i> • Panduan pijat <div style="text-align: right; border: 1px solid black; width: 30px; height: 30px; margin-left: auto; margin-right: 0;">6</div>

Gambar 4.6 Aspek teknis didalam *Business Model Canvas*

4.2.2.1 *Key Resources*

Tahap keenam adalah menentukan *key resources* yang merupakan penentu keberhasilan dalam bisnis. Dalam bisnis ini ada tiga *key resources* yang digunakan, yaitu:

a. Sumber Daya Manusia

Faktor ini merupakan faktor penting dalam menjalankan bisnis pijat dimana sumber daya manusia yang akan digunakan adalah tenaga kerja yaitu pemijat tunanetra.

b. Material

Hal ini sangat penting untuk berjalannya bisnis, material pijat yang dibutuhkan berupa *cream/lotion, scrub, aromatherapy*, sedangkan material pijat pendukung yaitu kain, sandal, komputer. Untuk seluruh material yang dibutuhkan dibahas pada aspek finansial.

c. Panduan pijat

Panduan pijat dibutuhkan bagi pemijat untuk membuktikan jasa pijat yang digunakan telah sesuai panduannya. Panduan pijat juga membantu pemijat untuk terlatih lebih baik lagi dalam hal memijat.

4.2.2.2 *Key Activities*

Tahap ini merupakan tahap ketujuh setelah menentukan *key resources*. *Key activities* merupakan aktivitas yang mengantarkan proporsisi nilai pijat terhadap pelanggan. Detail seluruh aktivitas proses pijat telah dibahas dalam *moment of truth* pada Gambar 4.4. yang merupakan *Key activities* dari bisnis jasa pijat tunanetra.

4.2.2.3 *Key Partnerships*

Key Partnerships merupakan mitra kerjasama dalam mengoperasikan perusahaan yang telah dibahas pada Sub bab 2.2.8. Dalam *business model canvas* faktor-faktor akan diklasifikasikan dalam tiga kelompok dimana ada tiga faktor *key partnerships* yang telah dibuat, yaitu:

a. Pelanggan

b. Tukang parkir

Tukang parkir yang digunakan berasal dari karang taruna. Tukang parkir tidak akan diberikan gaji dari bisnis ini, tetapi menerima langsung dari konsumen yang datang.

c. Dinas pariwisata

Bisnis dijalankan harus dengan kemitraan bersama dinas pariwisata sebagai kegiatan pengembangan sumber daya manusia

4.2.3 Aspek Finansial

Dari sembilan bagian didalam *business model canvas* aspek finansial terdiri dari (9) *revenue streams*, dan (5) *cost structure*. Pada Gambar 4.7 menunjukkan aspek pasar didalam *business model canvas*. Penentuan *revenue streams* dilakukan setelah mengerjakan keempat aspek pasar, sedangkan penentuan *cost structure* dilakukan setelah penentuan seluruh kedelapan bagian dalam *business model canvas*.

Cost Structure	Revenue Streams
<ul style="list-style-type: none"> • Modal usaha • Biaya tenaga kerja • Biaya material • Biaya perbaikan /perawatan <div style="text-align: right; border: 1px solid black; width: 30px; height: 20px; margin-left: auto;">9</div>	<ul style="list-style-type: none"> • Pembayaran <div style="text-align: right; border: 1px solid black; width: 30px; height: 20px; margin-left: auto;">5</div>

Gambar 4.7 Aspek finansial didalam *Business Model Canvas*

4.2.3.1 Revenue Streams

Perusahaan memperoleh uang dari pembayaran. Pembayaran terbagi tiga yaitu pembayaran *non member*, *member*, dan paket. Pembayaran dimaksudkan adalah pembayaran secara langsung oleh *customer*, yang mana pembayaran hanya dilakukan dengan pembayaran tunai.

4.2.3.2 Cost Structure

Struktur biaya dipengaruhi oleh strategi perusahaan yang dipilih, beberapa struktur biaya jasa pijat tunanetra adalah:

a. Modal usaha

Memulai usaha diperlukan sejumlah modal (uang) dan tenaga (keahlian). Modal usaha dalam bisnis pijat membutuhkan modal uang dan fasilitas.

- b. Biaya tenaga kerja
Biaya tenaga kerja berupa pemijat
- c. Biaya material
- d. Biaya perbaikan/perawatan bangunan

4.3 Hasil Survei Pasar

Survei pasar dilakukan untuk mengetahui pangsa pasar pada bisnis yang akan dibuat, sehingga dari 38 responden yang diwawancarai menentukan aspek pasar layak atau tidak. Hasil wawancara yang diperoleh akan dikelompokkan agar lebih mudah dalam mengelolah data. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kebutuhan dan tingkat kepentingan terhadap pijat, sesuai dengan penentuan variabel sebelumnya yang berada di Lampiran 2. Survei ditujukan kepada responden yang pernah pijat dan responden yang tidak pernah pijat. Responden yang tidak pernah pijat akan dibahas pada Sub bab 4.3.3.

4.3.1 Analisis Deskriptif Demografi dan Psikografi

Analisis deskriptif dilakukan pada variabel yang berkaitan dengan demografi dan psikografi responden, seperti variabel jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan, status ekonomi, gaya hidup, dan *usage* responden.

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa jenis kelamin sebagian besar responden adalah perempuan 58% (22 dari 38 orang), sedangkan sisanya 42% (16 orang) adalah laki-laki.

Tabel 4.1 Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
L	16	42%
P	22	58%
Jumlah	38	100%

b. Usia

Tabel 4.2 menunjukkan interpretasi usia responden. Separuh dari responden berusia 21-31 tahun, sedangkan responden yang berusia 32-51 tahun berjumlah 10 orang dan responden yang berusia 52> tahun berjumlah 9 orang.

Tabel 4.2 Usia

Usia	Frekuensi	Presentase
21-31 thn	19	50%
32-51 thn	10	26%
52> thn	9	24%
Jumlah	38	100%

c. Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir dari responden dapat dilihat pada Tabel 4.3. Responden terbanyak yaitu S1 sebanyak 14 orang (37%). Responden lainnya adalah SMA sebanyak 11 orang (29%), dan Diplomasebanyak 10 orang (26%). Sisanya yaitu S2 yaitu 3 orang.

Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentase
SMA	11	29%
Diploma	10	26%
S1	14	37%
S2	3	8%
Jumlah	52	100%

d. Jenis Pekerjaan

Hasil wawancara yang ditunjukkan pada Tabel 4.4 terdapat 24 responden dari pekerja kantor, sedangkan 10 orang responden lainnya adalah mahasiswa/i, dan sisanya 4 orang adalah ibu rumah tangga.

Tabel 4.4 Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Mahasiswa/i	10	26%
Pekerja kantoran	24	63%
Ibu Rumah Tangga	4	11%
Jumlah	38	100%

e. Status ekonomi

Penggolongan status ekonomi dilakukan berdasarkan dari jenis pekerjaan responden, sehingga asumsi dilakukan berdasarkan Gaya hidup dari responden. Tiga penggolongan yaitu menengah ke atas, menengah, dan menengah ke bawah. Tabel 4.5 menunjukkan dari 38 responden terdapat 17 orang golongan menengah, dan 16 orang golongan menengah ke atas. Sisanya yaitu 5 orang golongan menengah ke bawah.

Tabel 4.5 Status Ekonomi

Status ekonomi	Frekuensi	Presentase
Menengah ke atas	16	42%
Menengah	17	45%
Menengah ke bawah	5	13%
Jumlah	38	100%

f. Gaya hidup

Analisis gaya hidup dilakukan dengan cara deskriptif. Dilihat dari kebiasaan responden mahasiswa/i kebanyakan memilih mengerjakan tugas seperti di cafe dan menghabiskan waktu dengan nonton bioskop tiap ada kesempatan. Observasi dilakukan pada responden mahasiswa/i ketika wawancara, mereka memiliki jenis hp keluaran terbaru dan cenderung menggonta-ganti jenis hp. Responden dari ibu rumah tangga yang sudah diwawancarai memiliki kebiasaan yaitu sering melakukan perawatan tubuh. Responden kantoran yang telah diwawancarai juga rata-rata sudah mempunyai kendaraan yaitu mobil dan motor.

g. *Usage* responden

Informasi responden berupa *usage* ditunjukkan pada tabel 4.6. Dari tabel di bawah menunjukkan sebanyak 34% responden pijat sebulan sekali, dimana responden memilih jenis pijat relaksasi (89%), dengan pengeluaran perkedatangan sekisar Rp 50.000 - Rp 75.000 (39%) dan Rp 130.000 - Rp 200.000 (32%) dengan durasi perterapi 1 jam (50%). Hal ini dapat dilihat pada Tabel 4.9. Sehingga dari tingkat harga, bisnis pijat tunanetra profesional akan menawarkan harga sekisar Rp 50.000 - Rp 75.000.

Tabel 4.6 *Usage* responden

Pengeluaran per kedatangan	Frekuensi	Presentase
Rp 50.000 - Rp 75.000	15	39%
Rp 85.000 - Rp 120.000	11	29%
Rp 130.000 - Rp 200.000	12	32%
Jumlah	38	100%
Durasi perterapi	Frekuensi	Presentase
1 jam	19	50%
1.5 jam	6	16%
2 jam	13	34%
Jumlah	38	100%
Jenis pijat	Frekuensi	Presentase
Relaksasi	34	89%
Kesehatan	7	18%
Olahraga	1	3%
Jumlah	38	100%
Kedatangan perbulan	Frekuensi	Presentase
1 bulan	13	34%
3 bulan	15	39%
6 bulan	10	26%
Jumlah	38	100%

4.3.2 Crosstab 2 Variabel

Variabel yang berkaitan dengan demografi responden akan di-crosstab dengan variabel lainnya. Analisa pertama dilakukan untuk mengetahui tingkat kebutuhan berdasarkan demografi responden, sedangkan analisa kedua dilakukan

untuk mengetahui tingkat kepentingan berdasarkan tujuannya terhadap jasa pijat secara umum berdasarkan demografi responden.

4.3.2.1 Pola Kebutuhan Pijat

Pola kebutuhan terhitung dimulai dari model kunjungan terhadap jasa pijat, alasan memilih model kunjungan, kedatangan perbulan, frekuensi kedatangan, pengeluaran perkedatangan, durasi per terapi, dan jenis pijat.

Tabel 4.7 Model kunjungan terhadap jasa pijat berdasarkan usia

Model kunjungan	Usia			Jumlah
	21-31 thn	32-51 thn	52> thn	
Sewaktu-waktu	16	7	7	30
Langganan	3	3	2	8
Jumlah	19	10	9	38

Tabel 4.8 Model kunjungan terhadap jasa pijat berdasarkan jenis pekerjaan

Model kunjungan	Jenis pekerjaan			Jumlah
	Mahasiswa/i	Pekerja kantoran	Ibu Rumah Tangga	
Sewaktu-waktu	9	19	2	30
Langganan	1	5	2	8
Jumlah	10	24	4	38

Berdasarkan usia dan jenis pekerjaan responden mereka lebih memilih untuk sewaktu-waktu. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 4.7 dan Tabel 4.8 yang dimana 30 responden dari 38 responden memilih untuk datang sewaktu-waktu. Sisanya, 8 responden memilih untuk berlangganan. Berdasarkan pola tabel di atas menunjukkan pola kebutuhan responden hanya sewaktu-waktu. Tabel 4.7 menunjukkan jumlah terbesar yaitu 16 responden berusia 21-31 tahun memilih model kunjungan sewaktu-waktu. Tabel 4.8 menunjukkan bahwa responden terbanyak yang memilih model kunjungan sewaktu-waktu adalah pekerja kantoran. Sehingga dalam bisnis pijat tunanetra profesional dapat membuat strategi untuk menarik responden untuk lebih memilih langganan, seperti mendapatkan lebih banyak keuntungan jika memiliki kartu *membership*.

Keuntungan yang bisa didapatkan adalah *member* akan didahulukan jika ada antrian, kemudian jika sudah 8x pijat akan mendapatkan pijat *free full body*.

Tabel 4.9 Alasan sewaktu-waktu berdasarkan usia

Alasan sewaktu-waktu	Usia			Jumlah
	21-31 thn	32-51 thn	52> thn	
Uang jajan terbatas	1	0	0	1
Kuliah, dan biasa kalau ada waktu luang dan rasa capek pasti pijat	1	0	0	1
Menghilangkan rasa capek saja	4	1	4	9
Hanya saat memerlukan pijat saja	1	1	0	2
Kesibukan pekerjaan, tidak memiliki waktu pasti buat rutin pijat	0	1	0	1
Salah urat	1	0	0	1
Kegiatan sehari-hari yang padat. Sulit memastikan waktu yang pas untuk pijat	0	0	1	1
Menyesuaikan dengan waktu yang ada	6	4	3	13
Pemijat segera datang, setelah di telpon	1	0	0	1
Jumlah	15	7	8	30

Responden yang memilih sewaktu-waktu memiliki beberapa alasan ditunjukkan pada Tabel 4.9. Ada pola yang diperoleh dari tabel di atas yaitu alasan menyesuaikan dengan waktu yang ada disampaikan oleh pelanggan yang berusia produktif hingga lanjut/tua. Dari hasil perolehan responden terbanyak 13 orang dengan alasan karena menyesuaikan dengan waktu yang ada. Ada 9 responden yang memilih sewaktu-waktu dengan alasan karena menghilangkan rasa capek saja. Responden lainnya memilih sewaktu-waktu dikarenakan alasan uang jajan terbatas dan karena kuliah. Keseluruhan alasan sewaktu-waktu dapat dijadikan strategi dalam bisnis yang akan dijalankan, yaitu untuk anak kuliah akan mendapatkan diskon 30% jika menunjukkan kartu tanda mahasiswa.

Tabel 4.10 Alasan sewaktu-waktu berdasarkan status ekonomi

Alasan sewaktu-waktu	Status ekonomi			Jumlah
	Menengah ke atas	Menengah	Menengah ke bawah	
Uang aku yang terbatas	0	0	1	1
Kuliah, dan biasa kalau ada waktu luang dan rasa capek pasti pijat	0	1	0	1
Menghilangkan rasa capek saja	4	2	2	8
Hanya saat memerlukan pijat saja	1	1	1	3
Kesibukan pekerjaan, tidak memiliki waktu pasti buat rutin pijat	1	0	0	1
Salah urat	0	1	0	1
Kegiatan sehari-hari yang padat. Sulit memastikan waktu yang pas untuk pijat	1	0	0	1
Menyesuaikan dengan waktu yang ada	4	8	1	13
Pemijat segera datang, setelah di telpon	0	1	0	1
Jumlah	11	14	5	30

Tabel 4.10 menunjukkan alasan sewaktu-waktu berdasarkan status ekonomi. Berdasarkan tabel di atas status ekonomi golongan menengah lebih banyak yaitu 14 responden. Terdapat 8 responden dari golongan menengah yang memilih alasan menyesuaikan dengan waktu yang ada. Sehingga dapat disimpulkan bahwa calon pelanggan yang memilih model kunjungan sewaktu-waktu berada dalam status ekonomi golongan menengah.

Tabel 4.11 Alasan langganan berdasarkan usia

Alasan langganan	Usia			Jumlah
	21-31 thn	32-51 thn	52> thn	
Sudah cocok sama pemijatnya.	1	1	0	2
Ada keuntungan, yaitu 10x pijat dapat 1x <i>free full body</i>	2	1	0	3
Sering pegal-pegal	0	0	1	1

Tabel 4.11 Alasan langganan berdasarkan usia (lanjutan)

Alasan langganan	Usia			Jumlah
	21-31 thn	32-51 thn	52> thn	
Menjaga kebugaran, disamping itu karna banyak waktu luang	0	0	1	1
Ibu rumah tangga selalu butuh pijat	0	1	0	1
Jumlah	3	3	2	8

Responden yang memilih langganan memiliki alasan yang dapat dilihat pada Tabel 4.11. Terdapat 5 macam alasan setelah ditabulasikan dari 8 responden yang memilih langganan. Salah satu responden yang telah di wawancarai merupakan seorang ibu rumah tangga (W) mengatakan “Saya bekerja sebagai ibu rumah tangga, dimana saya mempunyai 3 orang anak dan harus mengurus mereka sekaligus saya harus mengurus rumah, sehingga saya selalu butuh pijat untuk menghilangkan rasa capek dan pegal saya.” Alasan tersebut dapat dijadikan strategi dalam bisnis yang akan dijalankan, seperti adanya paket orangtua dan anak mendapatkan diskon 50% untuk anak.

Tabel 4.12 Alasan langganan berdasarkan status ekonomi

Alasan langganan	Status ekonomi			Jumlah
	Menengah ke atas	Menengah	Menengah ke bawah	
Sudah cocok sama pemijatnya.	0	2	0	2
Ada keuntungan, yaitu 10x pijat dapat 1x <i>free full body</i>	3	0	0	3
Sering pegal-pegal	1	0	0	1
Menjaga kebugaran, disamping itu karna banyak waktu luang	0	1	0	1
Ibu rumah tangga selalu butuh pijat	1	0	0	1
Jumlah	5	3	0	8

Tabel di atas menunjukkan bahwa model kunjungan langganan dipilih oleh responden dengan status ekonomi golongan menengah ke atas dan golongan menengah. Status ekonomi golongan menengah ke atas berjumlah 5 orang yang berlangganan.

Tabel 4.13 Pengeluaran per kedatangan berdasarkan status ekonomi

Pengeluaran per kedatangan	Status ekonomi			Jumlah
	Menengah ke atas	Menengah	Menengah ke bawah	
Rp 50.000 - Rp 75.000	3	10	2	15
Rp 85.000 - Rp 120.000	7	3	1	11
Rp 130.000 - Rp 200.000	6	4	2	12
Jumlah	16	17	5	38

Tabel 4.13 menunjukkan terdapat 10 responden pada golongan status ekonomi menengah lebih memilih pengeluaran Rp 50.000 - Rp 75.000 untuk setiap kedatangan, sedangkan 7 responden golongan status ekonomi menengah ke atas lebih memilih pengeluaran Rp 85.000 - Rp 120.000/kedatangan. Pada pola kebutuhan pijat *customer segments* merupakan pelanggan yang berada pada golongan status menengah dan menengah ke atas.

4.3.2.2 Pola Kepentingan Pijat

Tingkat kepentingan hanya mencakup pada 3 jenis pijat saja yaitu relaksasi, pijat olahraga, dan kesehatan.

Tabel 4.14 Jenis relaksasi dan tujuan kedatangan

Jenis relaksasi	Frekuensi	Presentase
Terapi musik, Aromatherapy, dan Sentuhan/gosokan	2	6%
Aromatherapy, dan Sentuhan/gosokan	7	21%
Lulur/body scrub, dan Sentuhan/gosokan	1	3%
Terapi musik, dan Sentuhan/gosokan	1	3%
Sentuhan/gosokan	23	68%
Jumlah	34	100%

Tabel 4.14 Jenis relaksasi dan tujuan kedatangan (lanjutan)

Tujuan kedatangan	Frekuensi	Presentase
Mnghilangkan rasa capek, untuk merilekskan badan dan ketegangan otot, untuk menghilangkan pegal-pegal	27	79%
Kebugaran saja	1	3%
Menenangkan diri dari hirukpikuk pekerjaan	1	3%
Meregangkan otot	1	3%
Pijat relaksasi	3	9%
Menghilangkan pegal-pegal dan rasa capek saya. Juga saya kan ibu Rumah tangga jadi saya sekalian menghilangkan kecemasan, kemarahan dan depresi.	1	3%
Jumlah	34	100%

Tabel 4.14 menunjukkan tingkat kepentingan dari pijat relaksasi, dari 38 responden yang diwawancara terdapat 34 orang memilih pijat relaksasi. Sesuai tabel yang didapatkan dari 34 orang, terdapat 23 responden (68%) memilih sentuhan/gosokan dan 7 orang lainnya memilih Sentuhan/gosokan disertai *Aromatherapy*, sedangkan untuk tujuan kedatangan 27 responden (79%) datang untuk menghilangkan rasa capek, untuk merilekskan badan dan ketegangan otot, dan untuk menghilangkan pegal-pegal.

Selanjutnya survei cara kunjungan dilakukan dari 34 responden yang memilih pijat relaksasi.

Tabel 4.15 Cara kunjungan

Cara kunjungan	Frekuensi	Presentase
Individu	18	53%
<i>Group</i>	16	47%
Jumlah	34	100%

Responden memiliki cara kunjungan yang berbeda-beda, yaitu secara individu ataupun *group*. Dari 34 responden terdapat 18 orang (53%) lebih memilih berkunjung secara individu, dan sisanya 16 orang memilih berkunjung

secara *group*. Hal ini ditunjukkan pada Tabel 4.15. Survei ini dilakukan untuk menentukan strategi bisnis terhadap tiap kunjungan *customer*. Bisnis ini akan menarik orang untuk datang secara *group* karena dari segi keuntungan akan memberikan *profit* lebih pada bisnis. Strategi yang akan dilakukan adalah memberikan paket keluarga, yaitu diskon 30%.

Tabel 4.16 Alasan individu

Alasan individu	Frekuensi	Presentase
Tidak ada yang bisa diajak	2	11%
Nyaman	1	6%
Tenang,sepi, dan <i>me time</i>	6	33%
Lebih sering sendiri saja	3	17%
Pemijat panggilan/rumahan	2	11%
Keluarga tidak terlalu sering bisa diajak	2	11%
Tergantung jam bebas anak	1	6%
Bisa atur waktu sendiri	1	6%
Jumlah	18	100%

Alasan dari 18 responden yang memilih kunjungan individu memiliki alasan yang berbeda-beda dan ditunjukkan pada Tabel 4.16. Dari 6 responden memilih alasan datang secara individu dikarenakan mereka lebih merasa tenang, sepi, dan menjadi waktu sendiri untuk pijat, sedangkan dari 2 responden lainnya memiliki alasan karena mereka memakai pemijat panggilan/rumahan. Alasan dari memakai pemijat panggilan/rumahan dapat menjadi ancaman dari bisnis ini, sehingga hal ini dapat menjadi strategi bisnis untuk mengatasi ancaman tersebut. Bisnis pijat tunanetra profesional akan menyediakan pemijat yang dapat dipanggil kerumah, tetapi strategi ini memungkinkan *customer* harus menyediakan transportasi sendiri untuk pemijat tunanetra.

Tabel 4.17 Alasan *Group*

Alasan <i>Group</i>	Frekuensi	Presentase
Sendiri merasa aneh/tidak nyaman	3	19%
Bersama keluarga	7	44%
Mengajak anak	1	6%
Lebih enak	2	13%
Sering bersama pasangan	2	13%
Biar rame	1	6%
Jumlah	16	100%

Tabel 4.17 menunjukkan alasan dari 16 responden yang memilih cara kunjungan secara *group*. Responden terbanyak yaitu 7 orang (44%) memiliki alasan karena bersama keluarga. Terdapat 3 responden memilih *group* dengan alasan merasa aneh dan tidak nyaman datang sendiri ketempat pijat, dan masing-masing 2 responden lainnya lebih sering datang bersama pasangan dan merasa lebih enak jika bergrup. Dalam bisnis pijat tunanetra profesional akan menawarkan rasa nyaman dan enak dalam pijatan dikarenakan pemijat tunanetra mempunyai *feeling* yang lebih peka daripada pemijat umum. Pada bisnis ini juga akan memberikan keuntungan kepada *customer* yang datang bersama pasangan, yaitu memberikan diskon 40%.

Tabel 4.18 Alasan *Group* berdasarkan status ekonomi

Alasan <i>Group</i>	Status ekonomi			Jumlah
	Menengah ke atas	Menengah	Menengah ke bawah	
Sendiri merasa aneh/tidak nyaman	1	1	1	3
Bersama keluarga	4	3	0	7
Mengajak anak	1	0	0	1
Lebih enak	2	0	0	2
Sering bersama pasangan	0	1	1	2
Biar rame	0	1	0	1
Jumlah	8	6	2	16

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari status ekonomi golongan menengah dan menengah ke atas lebih memilih model kunjungan secara *group* dikarenakan mereka datang pijat bersama keluarga.

Pijat olahraga hanya mendapatkan 1 responden saja dimana tujuan kedatangannya hanya untuk kesembuhan kakinya. Responden N mengatakan, “Saya hanya melakukan semacam *treatment* seperti memakai alat dan listrik, dan sebagian saya lupa *treatment* apa saja itu.”

Selanjutnya adalah Pijat untuk kesehatan yang mana responden hanya akan ditanyakan mengenai tujuan kedatangan serta manfaatnya. Tujuan kedatangan hanya akan diberikan dua pilihan sehingga membantu responden menjawab dengan mudah.

Tabel 4.19 Tujuan kedatangan pijat kesehatan

Tujuan	Frekuensi	Presentase
Pencegahan	3	43%
Pengobatan	4	57%
Jumlah	7	100%

Tabel 4.19 menunjukkan tujuan kedatangan responden, yaitu pencegahan dan pengobatan. Jumlah responden yang memilih pijat kesehatan hanya 7 orang saja, dimana 4 orang datang untuk pengobatan dan sisanya 3 orang datang untuk pencegahan. Pada manfaat pengobatan dapat dilihat pada Tabel 4.20 sedangkan pada manfaat pencegahan dapat dilihat pada Tabel 4.21.

Tabel 4.20 Manfaat pengobatan

Manfaat Pengobatan	Frekuensi	Presentase
Memperlancar peredaran darah	1	25%
Memperbaiki urat yang salah	1	25%
Detoksifikasi tubuh dan meningkatkan sistem kekebalan tubuh	1	25%
Memperlancar pencernaan	1	25%
Jumlah	4	100%

Tabel 4.21 Manfaat pencegahan

Manfaat Pencegahan	Frekuensi	Presentase
Memperlancar peredaran darah	1	33%
Untuk rahim	1	33%
Mengurangi ketegangan otot, dan meningkatkan mobilitas sendi	1	33%
Jumlah	3	100%

Kedua Tabel di atas menunjukkan manfaat dari pengobatan dan pencegahan yang telah dilakukan oleh 7 responden. Perencanaan menyusun buku menu terhadap pijat kesehatan yang akan dijalankan oleh bisnis ini akan mengikuti hasil wawancara dari 7 responden tersebut.

4.3.3 Alasan Responden yang Tidak Pernah Pijat

Survei ini dilakukan hanya untuk mengetahui alasan responden yang tidak pernah pijat. Responden didapatkan secara *random* dan mendapatkan 18 responden yang tidak pernah pijat. Responden hanya akan ditanyai alasan tidak pernah pijat serta tarif pijat yang mereka inginkan. Diharapkan survei ini dapat membantu bisnis pijat tunanetra profesional dalam merencanakan strategi untuk orang yang tidak pernah pijat merasa ingin mencoba pijat.

Tabel 4.22 Alasan tidak pernah pijat

Alasan tidak pernah pijat	Frekuensi	Presentasi
Hemat	2	11%
Tidak suka	7	39%
Takut ketagihan	1	6%
Merasa geli	1	6%
Tidak betah karena sakit	1	6%
Pijat sendiri	3	17%
Tidak berani/geli/tidak tahan sakit	1	6%
Tidak biasa	2	11%
Jumlah	18	100%

Tabel 4.22 menunjukkan 7 orang (39%) merasa tidak suka pijat, sedangkan 3 (17%) orang lebih memilih untuk pijat sendiri, alasan lainnya yaitu hemat dan merasa tidak biasa pijat didapatkan dari 2 orang masing-masing, dan 1 orang masing-masing memiliki alasan takut ketagihan, merasa geli, tidak berani/geli/tidak tahan sakit. Sedangkan untuk tarif yang diinginkan semua responden sekisar Rp60.000.

4.3.4 Analisa potensial pasar

Potensial pasar dapat dihitung berdasarkan jumlah data statistik dari jumlah PNS Surabaya, jumlah Mahasiswa Universitas Kristen Petra dan Mahasiswa Universitas Surabaya, serta jumlah Rumah tangga di Surabaya. Jumlah data yang dicari mewakili jumlah *customer segment* yang ditargetkan. Perhitungan dilakukan untuk mengetahui potensial pasar yang ada yaitu minat calon pelanggan yang akan datang dalam bisnis jasa pijat tunanetra profesional. Data statistik dapat dilihat pada Tabel 4.23

Tabel 4.23 Data statistik

Jumlah PNS	18.970 orang
Jumlah Mahasiswa Universitas Kristen Petra	10.000 orang
Jumlah Mahasiswa Universitas Surabaya	12.000 orang
Jumlah Rumah Tangga	190.642 orang

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur (2017); Informasi Data Pokok Kota Surabaya Tahun (2012); Universitas Kristen Petra (2016); Universitas Surabaya (2016)

Masing-masing data statistik yang didapatkan akan dikalikan dengan asumsi persen orang yang berminat, dapat dilihat pada Tabel 4.24.

Tabel 4.24 Asumsi jumlah potensial pasar

	Jumlah	Asumsi persen	Total
PNS	18970	25%	4.743
Mahasiswa Universitas Kristen Petra & Universitas Surabaya	19540	20%	4.400
Rumah Tangga	190642	15%	28.596
Total			37.739

Tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat 37.739 orang yang dapat menjadi potensial pasar dalam bisnis ini. Untuk mengetahui jumlah peminat dalam bisnis ini akan dihitung dengan cara:

$$\frac{\text{asumsi orang yang minat}}{\text{jumlah responden yang diwawancarai}} \times \text{Total potensial pasar}$$

Asumsi orang yang minat berjumlah 20, sedangkan jumlah responden yang diwawancarai 38 orang dengan total potensial pasar sebesar 37.739 orang. Maka hasil yang didapatkan sebesar 19.863 orang yang berminat di Surabaya selatan. Pengukuran jumlah orang yang ingin datang dapat dilakukan dengan cara yaitu dari total orang yang berminat dibagi dengan jumlah hari dalam tahun dimana jam kerja bisnis ini hanya 6 hari. Sehingga 19.863 orang dibagi dengan 312 hari didapatkan hasil yaitu 64 orang/hari.

4.3.5 Kelayakan Aspek Pasar

Hasil kajian menunjukkan bahwa pijat cocok untuk mahasiswa, pekerja kantor, dan ibu RT (didaerah Surabaya selatan) dengan status ekonomi golongan menengah dan menengah ke atas. Sesuai dengan hasil analisis data pengeluaran perkedatangan responden sekisar Rp 50.000 - Rp 75.000 (39%) dan Rp 130.000 - Rp 200.000 (32%) dengan durasi perterapi 1 jam (50%). Sehingga dari tingkat harga, bisnis pijat tunanetra profesional akan menawarkan harga sekisar Rp 50.000 - Rp 75.000. Dari pola kebutuhan responden lebih membutuhkan pijat relaksasi (89%) dengan tingkat kedatangan sebulan sekali (34%).

Berdasarkan pola kebutuhan pijat, 30 responden dari 38 responden memilih untuk datang sewaktu-waktu. Sisanya, 8 responden memilih untuk berlangganan. Pola kebutuhan responden hanya sewaktu-waktu. 16 responden berusia 21-31 tahun memilih model kunjungan sewaktu-waktu dimana responden terbanyak yang memilih model kunjungan sewaktu-waktu adalah pekerja kantor. Hasil analisis pola kebutuhan pijat dapat dijadikan strategi dalam bisnis pijat tunanetra profesional untuk menarik responden lebih memilih langganan. menunjukkan alasan responden berkunjung secara berlangganan seperti adanya

keuntungan yaitu 10x pijat dapat 1x *free full body* sehingga pada bisnis ini akan diadakan keuntungan untuk *member* yaitu 8x pijat dapat 1x *free full body*.

Pola kepentingan pijat didapatkan 34 orang memilih pijat relaksasi. Dari 34 orang, terdapat 23 responden (68%) memilih sentuhan/gosokan dan 7 orang lainnya memilih Sentuhan/gosokan disertai *Aromatherapy*, sedangkan untuk tujuan kedatangan 27 responden (79%) datang untuk menghilangkan rasa capek, untuk merilekskan badan dan ketegangan otot, dan untuk menghilangkan pegal-pegal. Berdasarkan cara kunjungan 34 orang tersebut terdapat 18 orang (53%) lebih memilih berkunjung secara individu, sehingga hal ini akan mendorong bisnis untuk menarik *customer* untuk datang berkelompok dengan pembuatan strategi yaitu memberikan paket keluarga, yaitu diskon 30%. Strategi ini berdasarkan alasan dari 16 responden yang memilih datang berkelompok, dimana responden terbanyak yaitu 7 orang (44%) memiliki alasan karena bersama keluarga. Dalam perencanaan menyusun buku menu terhadap pijat kesehatan yang akan dijalankan oleh bisnis ini akan mengikuti hasil wawancara dari 7 responden.

Strategi lainnya yang akan dijalankan adalah kepada *customer* yang tidak pernah pijat, dari beberapa alasan dapat disusun menjadi sebuah strategi. Sehingga strategi bisnis yang akan dijalankan dapat memberikan kesempatan kepada *customer* yang tidak pernah pijat dengan membuat penawaran gratis ketika diadakan pameran pijat. Pameran dilakukan untuk menjadi langkah awal pemasaran yang dilakukan untuk memperkenalkan bisnis dimata konsumen, dan menjalankan edukasi masyarakat/*potential customer* mengenai kelebihan pemijat tunanetra dengan menawarkan konsumen secara langsung ketika penawaran langsung berlangsung ataupun ketika pameran dilakukan.

Berdasarkan uraian di atas aspek pasar layak dikarenakan survei pasar yang telah dilakukan mencakup:

- Adanya konsumen pijat
- Seberapa besar pasar yang ada
- Strategi yang dijalankan untuk memenangkan persaingan dan merebut pasar yang ada.

4.4 Kajian Aspek Sosial

Aspek sosial diperlukan untuk mengetahui persepsi masyarakat umum antara pemijat umum dan pemijat tunanetra. Persepsi terhadap pemijat umum dibandingkan dengan pemijat orangbuta terdapat pada tabulasi total yang berada di Lampiran 5.

Dalam kajian aspek sosial akan dilakukan wawancara terhadap 52 responden dengan menanyakan preferensi mereka terhadap pemijat umum dan pemijat orangbuta, alasan serta keinginan mereka untuk mencoba pemijat tunanetra.

Tabel 4.25 Preferensi terhadap pemijat umum dan pemijat orangbuta

Pemijat tunanetra/pemijat umum	Frekuensi	Presentase
Pemijat tunanetra	1	2%
Pemijat umum	36	69%
Pemijat tunanetra dan pemijat umum (keduanya)	15	29%
Jumlah	52	100%

Sebanyak 36 responden lebih memilih pemijat umum (69%), sedangkan 15 responden memilih keduanya (29%), sisanya 1 responden memilih pemijat tunanetra (2%).

Tabel 4.26 Alasan memilih pemijat umum

Alasan	Frekuensi	Presentase
Pemijat tunanetra masih agak canggung dan takut salah pegang	2	6%
Tidak tahu dimana terdapat layanan pemijat tunanetra	4	11%
Pemijat tunanetra jarang ditemui	1	3%
Belum pernah coba pemijat tunanetra	3	8%
Sudah nyaman dan terbiasa dengan pemijat umum	20	56%
Sudah berlangganan	3	8%
Hanya berdasarkan pengalaman	1	3%
Memilih pemijat berdasarkan tujuan dan kebutuhan	2	6%
Jumlah	36	100%

Tabel 4.27 Keinginan untuk mencoba pemijat tunanetra

Ingin mencoba pemijat tunanetra	Frekuensi	Presentase
Ingin	24	67%
Tidak	12	33%
Jumlah	36	100%

Berdasarkan Tabel 4.26 menunjukkan alasan memilih pemijat umum adalah karena sudah merasa nyaman dan terbiasa (56%) dan (11%) tidak tahu dimana pemijat orangbuta, tetapi pada Tabel 4.27 menunjukkan dari 36 responden yang memilih pemijat umum terdapat 24 orang (67%) berkeinginan untuk mencoba pemijat tunanetra.

Tabel 4.28 Alasan memilih pemijat tunanetra dan pemijat umum (keduanya)

Alasan	Frekuensi	Presentase
Melihat sesuai kemampuan/skill	11	73%
Kedua pemijat sama saja	3	20%
Akan mengikuti saja jika salah satu dari pemijat tersebut ada	1	7%
Jumlah	15	100%

Tabel 4.29 Keinginan untuk mencoba pemijat tunanetra

Ingin mencoba pemijat tunanetra	Frekuensi	Presentase
Ingin	15	100%
Tidak	0	0%
Jumlah	15	100%

Tabel 4.28 menunjukkan alasan 15 responden yang memilih kedua pemijat, dari 15 responden terdapat 11 orang beralasan mereka hanya melihat dari kemampuan/skill dari pemijat, dan pada Tabel 4.29 seluruh responden berkeinginan untuk mencoba pemijat tunanetra.

Penjelasan selanjutnya mengenai persepsi terhadap pemijat umum dibandingkan dengan pemijat orangbuta dapat dilihat pada Lampiran 5. Dari 52

responden terdapat 17 responden yang tidak dapat memberikan persepsi dengan alasan tidak pernah mencoba pemijat tunanetra dan dari 17 responden 2 orang memberikan persepsi pemijat umum nyaman karena tidak pernah mencoba orangbuta, sedangkan 19 responden mengatakan kedua pemijat sama saja. Beberapa orang dari 19 responden mengatakan kedua pemijat sama saja tergantung dari pemijatnya dan pandangan masing-masing orang, dimana terdapat salah satu responden (S) mengatakan, “Sebenarnya kedua pemijat sama saja, saya juga sudah pernah mencoba pemijat tunanetra, dan tidak ada bedanya dengan pemijat umum.” Responden lainnya (V) menambahkan bahwa kedua pemijat sama saja karena kemampuan dari masing-masing orang berbeda.

Salah satu responden (M) memberikan respon bahwa persepsi itu tergantung dari segi konsumen itu sendiri, “Tergantung masing-masing pemijat, lagi-lagi mereka sudah punya kepekaan tertentu, jadi kalau orangbuta kan sudah punya *skill* dan sudah dilatih, mereka kan juga harus mandiri dalam segi ekonomi mereka, sedangkan untuk pemijat umum saya juga harus milih yang punya *skill* dan tahu bagian mana yang harus dipijat dan tahu titik darah yang menggumpal. Jadi tergantung dari segi konsumen itu sendiri.” Terdapat 4 responden yang mengatakan bahwa pemijat orangbuta memiliki tangan yang lebih intensif sehingga lebih peka ketika diraba, dan pemijat orangbuta memiliki *feeling* yang kuat dimana pemijat orangbuta langsung mengetahui dalam tubuh yang dia raba.

Persepsi dari 4 responden mengatakan bahwa pemijat umum lebih autodidak dibandingkan dengan pemijat tunanetra yang sudah memiliki keahlian khusus. Persepsi lainnya dari 2 responden mengatakan bahwa pemijat tunanetra lebih cenderung untuk pijat olahraga dan kesehatan.

Sisanya terdapat 7 responden memberikan persepsi negatif terhadap pemijat tunanetra. Salah satu responden mengatakan, “Dari pemijat umum mereka sudah dari pengalaman serta adanya keahlian sedangkan pemijat orangbuta kurang meyakinkan, dikarenakan dilihat dari motivasi kerjanya kepepet yaitu hanya menjadi pemijat saja yang bisa dikerjakan, atau motivasi kerja ingin benar-benar menjadi pemijat.” Responden lainnya merasa tidak nyaman terhadap pemijat tunanetra karena canggung dan takut salah pegang, sedangkan pemijat umum lebih tahu kontur tubuh. Persepsi lainnya adalah pemijat umum punya

banyak jenis/teknik memijat, dan pemijat tunanetra hanya berdasar persepsinya dan tidak bisa melihat jadi tidak memiliki berbagai jenis pijat.

Survei terakhir mengenai aspek sosial adalah menanyakan apakah pijat bisa dijadikan sebagai sarana reuni maupun rekreasi. Terlihat pada Lampiran 5, terdapat 45 responden (87%) mengatakan bahwa pijat bisa saja dijadikan sebagai sarana rekreasi bersama keluarga dan reuni bersama teman. Sisanya 7 responden mengatakan tidak karena mereka merasa tidak nyaman jika datang bergrup.

4.4.1 Kelayakan Aspek Sosial

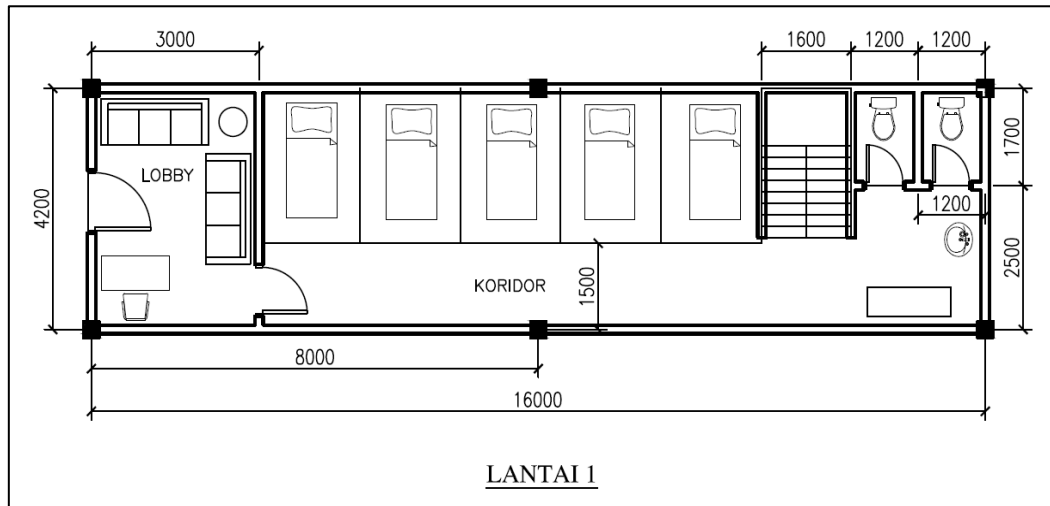
Aspek sosial dikatakan layak sesuai dengan pilihan 39 responden yang ingin mencoba pemijat tunanetra. Berdasarkan persepsi terhadap pemijat umum dan pemijat tunanetra, separuh dari responden 54% memberikan persepsi positif terhadap pemijat tunanetra, 17 orang (33%) tidak dapat memberikan persepsi karena alasan tidak pernah mencoba pemijat tunanetra tetapi diantaranya terdapat 11 orang ingin mencoba pemijat tunanetra.

4.5 Kajian Aspek Teknis

Aspek teknis akan membahas mengenai *layout* bisnis jasa pijat tunanetra. Pada *layout* ini mengikuti ruko yang terletak di Jl. Siwalankerto Timur No.174b, Kelurahan Siwalankerto, Kecamatan Wonocolo, Kota Surabaya, Jawa Timur 60236. Bangunan ruko memiliki 3 lantai, sehingga *layout* dibuat sesuai dengan ukuran dan bagian dalam ruko. Ruko memiliki luas 16x4,2 meter persegi.

4.5.1 Desain dan Kebutuhan Perabot di Lantai 1

Pada lantai 1 terdapat *lobby* dengan panjang 3 m, dengan fasilitas 2 kursi tunggu dan 1 meja resepsionis. Gambar 4.8 menunjukkan lantai 1. Pemijat dan *customer* akan melewati koridor untuk memasuki ruangan pijat, sehingga lebar koridor yaitu 1.5 m. Ruangan pijat dilengkapi dengan 5 ruangan dan tempat tidur, tangga, 2 kamar mandi, 1 wastafel, dan 1 lemari pakaian dan sandal.



Gambar 4.8 Lantai 1

Pada Tabel 4.30 di bawah menunjukkan daftar perabot yang dibutuhkan di lantai 1, dan tiap perabot memiliki tiap ukuran yang berbeda-beda sehingga Tabel 4.31 akan menunjukkan ukuran masing-masing perabot beserta ukuran ruangan pada lantai 1.

Tabel 4.30 Daftar perabot lantai 1

Daftar perabot lantai 1	Jumlah
Kursi tunggu	2
Meja resepsionis	1
Kursi resepsionis	1
Komputer	1
Meja bundar	1
Vas bunga	1
TV (32 inch)	1
1 set speaker (2 buah)	1
Pengharum ruangan <i>Aromatherapy</i>	3
Tirai penyekat	4
Tempat tidur	5
Kain	5
Sandal jepit	5
Sandal jepit anak	3
Lemari rak pakaian dan sandal	1
Bantal	5

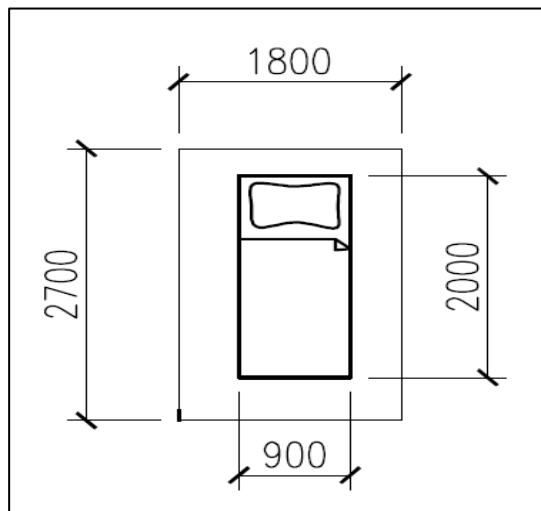
Tabel 4.30 Daftar perabot lantai 1 (lanjutan)

Daftar perabot lantai 1	Jumlah
Lampu	5
AC 3/4 pk	1
AC 1/2 pk	1
Gantungan baju	5

Tabel 4.31 Ukuran ruangan dan perabot lantai 1

Fasilitas	Panjang	Lebar
Meja bundar (diameter 50 cm)	-	-
Kursi tunggu	1,9 m	80 cm
Meja resepsionis	1,2 m	60 cm
Kursi resepsionis	45 cm	45 cm
Ruangan pijat	2,7 m	1,8 m
Tempat tidur	2,0 m	90 cm
Kamar mandi	1,7 m	1,2 m
Lemari rak pakaian dan sandal	1,0 m	50 cm

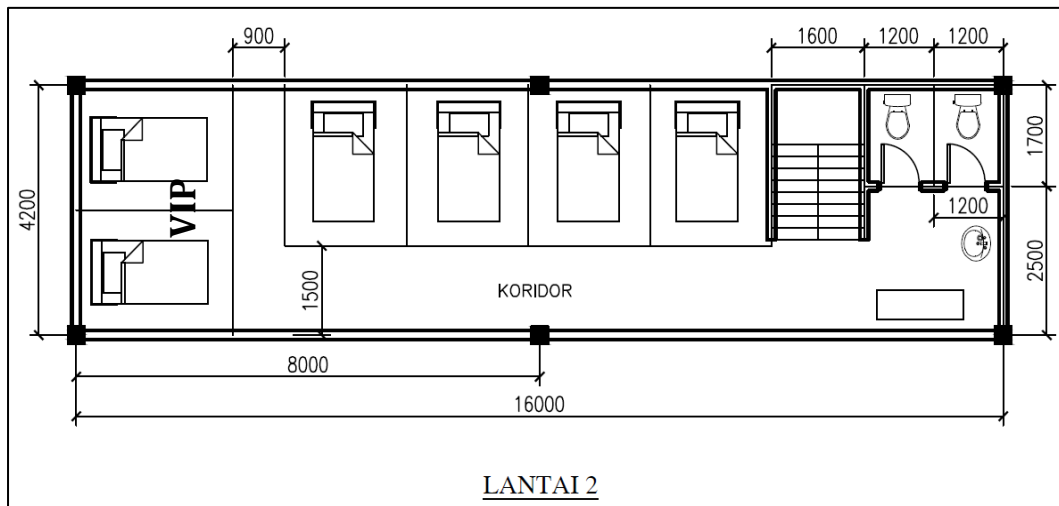
Pada Gambar 4.9 adalah detail ukuran ruangan pijat serta ukuran tempat tidur pijat yang akan digunakan pada lantai 1. Ruangan pijat di lantai 1 merupakan ruangan pijat untuk kelas *regular*.



Gambar 4.9 Ukuran ruangan pijat dan tempat tidur pijat lantai 1

4.5.2 Desain dan Kebutuhan Perabot di Lantai 2

Lantai 2 pada ruko digunakan untuk ruangan kelas biasa dan kelas vip dengan 4 ruangan pijat dan 6 tempat tidur. Tidak berbeda dari lantai 1 Gambar 4.10 menunjukkan lantai 2 ruko dengan fasilitas tangga, 2 kamar mandi, 1 wastafel, dan 1 lemari pakaian dan sandal.



Gambar 4.10 Lantai 2

Pada Tabel 4.32 menunjukkan daftar perabot yang dibutuhkan di lantai 2, dan tiap perabot memiliki tiap ukuran yang berbeda-beda sehingga Tabel 4.33 akan menunjukkan ukuran ruangan dan perabot pada lantai 2.

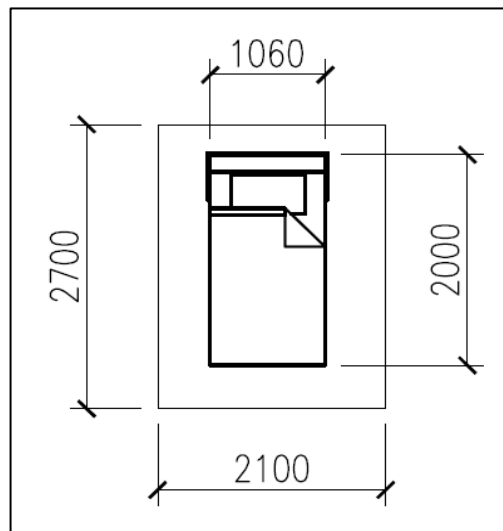
Tabel 4.32 Daftar perabot lantai 2

Daftar perabot lantai 2	Jumlah
Pengharum ruangan <i>Aromatherapy</i>	4
Tirai penyekat	5
Tempat tidur	6
Kain	6
Sandal jepit	6
Sandal jepit anak	3
Lemari rak pakaian dan sandal	1
Lampu	5
AC 3/4	2
Gantungan baju	6

Tabel 4.33 Ukuran ruangan dan perabot lantai 2

Fasilitas	Panjang	Lebar
Ruangan pijat	2,7 m	1,8 m
Tempat tidur biasa	2,0 m	90 cm
Tempat tidur vip	2,1 m	1,06 m
Kamar mandi	1,7 m	1,2 m
Lemari rak pakaian dan sandal	1,0 m	50 cm

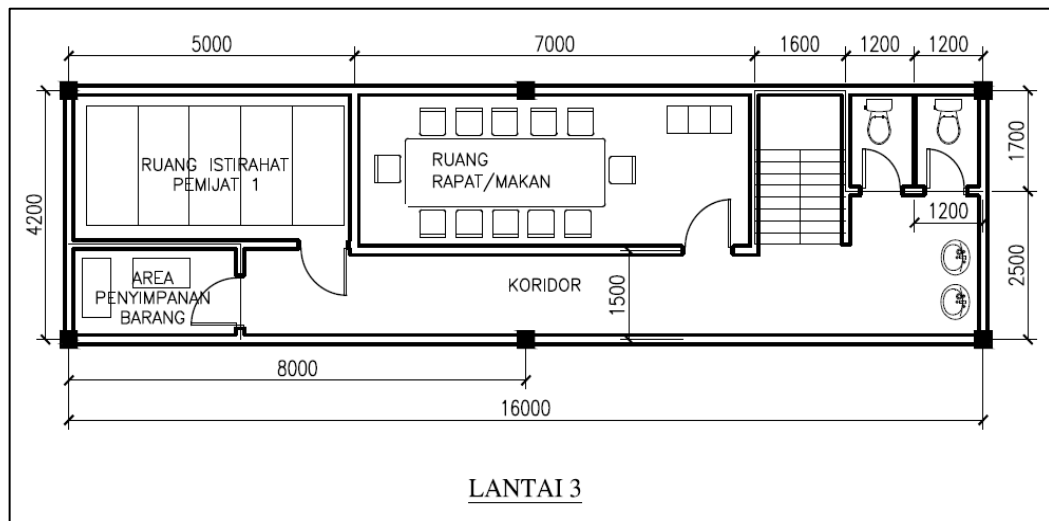
Berbeda dengan lantai 1, Gambar 4.11 menunjukkan perbedaan ukuran ruangan pijat dan ukuran tempat tidur untuk lantai 2. Ruangan pada lantai 2 dibuat lebih luas dikarenakan lantai 2 untuk ruangan vip. Tempat tidur yang digunakan akan lebih lebar dibandingkan dengan tempat tidur di lantai 1.



Gambar 4.11 Ukuran ruangan pijat dan tempat tidur pijat vip lantai 2

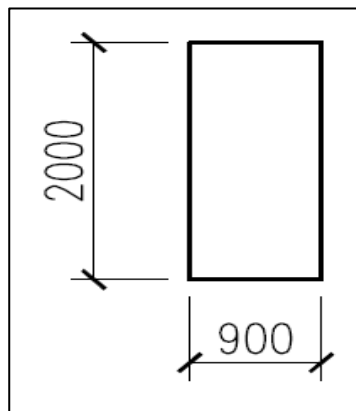
4.5.3 Desain dan Kebutuhan Perabot di Lantai 3

Pembuatan rencana lantai 3 adalah ruangan untuk pemijat/*staff* saja. Dilantai 3 terdapat ruang istirahat untuk para pemijat sehingga pemijat bisa dapat beristirahat jika sedang menunggu pelanggan. Terdapat ruang istirahat pemijat dan ruang rapat sekaligus ruang makan. Ada 2 wastafel terletak di depan kamar mandi. Fasilitas dan ruangan-ruangan yang ada dilantai 3 akan terlihat pada Gambar 4.12.

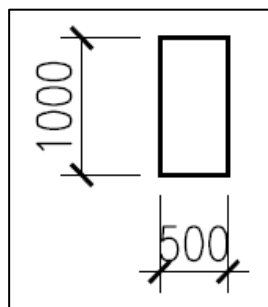


Gambar 4.12 Lantai 3

Pada Gambar 4.12 menunjukkan ruang istirahat pemijat memiliki matras tempat tidur untuk pemijat, ukuran dapat dilihat pada Gambar 4.13, sedangkan dalam ruangan area penyimpanan barang terdapat 2 lemari penyimpanan barang. Ukuran lemari penyimpanan barang dapat dilihat pada Gambar 4.14.



Gambar 4.13 Ukuran Matras



Gambar 4.14 Ukuran Lemari Penyimpanan

Tabel 4.34 Daftar perabot lantai 3

Daftar perabot lantai 3	Jumlah
<i>Massage oil</i>	40
Matras	5
Kain	44
Lemari penyimpanan	2
Lampu	6
AC 1/2 pk	2
Gantungan baju	2
Loker	3
1 set meja makan(12 kursi)	1

Tabel 4.35 Ukuran ruangan dan perabot lantai 3

Fasilitas	Panjang	Lebar
Ruang istirahat pemijat 1	2,6 m	3,75 m
Ruang istirahat pemijat 2	4,2 m	4,5 m
Area penyimpanan barang	2,6 m	3,75 m
Loker	45 cm	38 cm
Meja makan	350 cm	100 cm
Kursi	40 cm	45 cm
Matras	2 m	90 cm
Lemari penyimpanan	1 m	50 cm
Tangga	-	1,6 m
Kamar mandi	1,7 m	1,2 m

Tabel 4.34 menunjukkan daftar perabot yang dibutuhkan di lantai 3, sedangkan pada Tabel 4.35 menunjukkan ukuran perabot dan ukuran ruangan yang ada di lantai 3.

4.5.4 Sumber Daya Manusia

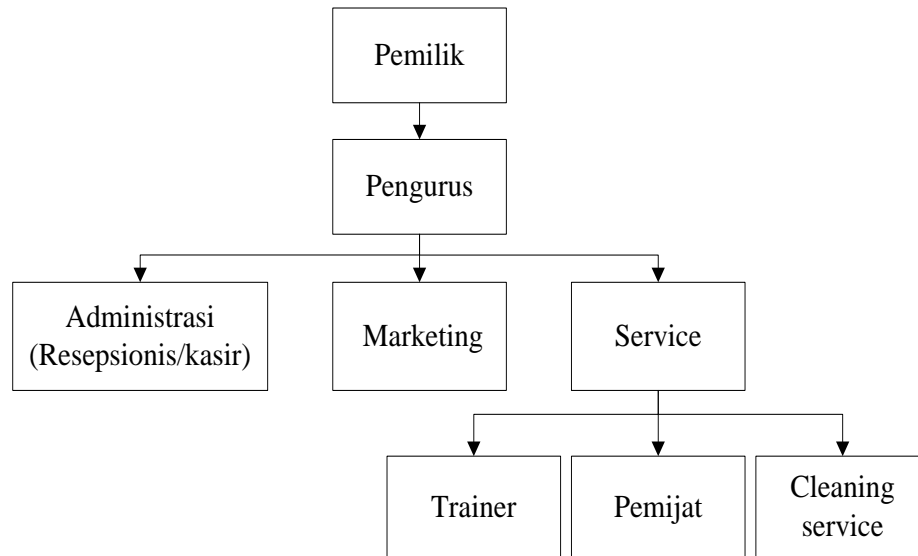
a. Ketersediaan orang

Bisnis yang dijalankan membutuhkan pemijat tunanetra sehingga untuk bisnis ini akan merekrut pemijat rumahan ataupun lulusan baru dari YPAB dan sekolah tunanetra lainnya yang mengajarkan dasar-dasar pijat, sehingga pemijat sudah berijazah dan bersertifikat. Lulusan baru dan pemijat rumahan akan dilatih lagi oleh *trainer* yang telah disewakan dalam bisnis ini. Mereka akan dilatih 1x sebulan oleh *trainer* sehingga mereka dapat menggunakan

teknik pijat yang bermacam-macam dan sesuai dengan jenis pijat yang ditawarkan.

b. Struktur organisasi

Struktur organisasi dibentuk agar para anggota mengetahui bagian-bagian dan tugas-tugas dalam bisnis pijat tunanetra profesional yang akan dijalankan. Struktur organisasi yang telah dibentuk dapat dilihat pada Gambar 4.15.



Gambar 4.15 Struktur organisasi

Job description untuk masing-masing karyawan adalah sebagai berikut:

a. Pemilik

- Memimpin perusahaan
- Memimpin dan mengurus perusahaan sesuai dengan kebijakan perusahaan dan senantiasa berusaha meningkatkan efisiensi dan efektifitas.
- Memberikan pengarahan dan membuat program kerja perusahaan
- Bertanggung jawab atas semua kegiatan perusahaan
- Membuat peraturan perusahaan
- Pembuat segala keputusan atas keberlangsungan perusahaan
- Membuat laporan keuangan
- Mengatur pengeluaran perusahaan

- Melakukan pembayaran gaji karyawan
 - Membayar tagihan perusahaan
 - Mencatat arus kas perusahaan
- b. *Pengurus*
- Menetapkan kebijakan perusahaan dengan menentukan rencana dan tujuan perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang
 - Membimbing bawahan dan mendelegasikan tugas-tugas yang dapat dikerjakan oleh bawahan secara jelas
 - Mengkoordinir dan mengawasi seluruh aktivitas yang dilaksanakan dalam perusahaan
 - Mengawasi kegiatan operasional perusahaan
 - Mengawasi dan melakukan pembinaan dan evaluasi kinerja
 - Membantu pemilik melaksanakan fungsi manajemen dalam bidang keuangan perusahaan, mengatur, mengendalikan, dan menyusun rencana kerja atau anggaran perusahaan
- c. *Administrasi*
- Membuat database customer
 - Administrasi merupakan staf yang bertugas untuk meng-*input* data-data yang diperoleh dari *customer*
 - Menyelesaikan administrasi pembukuan atas transaksi keuangan yang terjadi dalam perusahaan
 - Bertugas sebagai resepsionis dan kasir
- d. *Marketing*
- Bertanggung jawab atas semua kegiatan pemasaran
 - Pembuat keputusan atas kegiatan pemasaran
 - Mempromosikan produk perusahaan
 - Membuat perencanaan kegiatan *marketing*
 - Membuat laporan hasil promosi kepada atasan
 - Mencari *event*/kegiatan pameran
 - Menjalin hubungan awal dengan *customer*
 - Memberikan solusi pada permasalahan *customer*

e. *Service*

- Bertanggung jawab atas semua kegiatan teknis
- Mengatur dan mengawasi sistem kerja dari *trainer*, pemijat, dan *cleaning service*
- Mengatur stok barang di gudang

f. *Trainer*

- Mengawasi pelayanan pemijat
- Mengajarkan pemijat teknik pijat
- Membantu pemijat melayani *customer*

g. Pemijat

- Melayani *customer*

h. *Cleaning service*

- Membersihkan seluruh ruangan beserta material yang digunakan

4.5.5 Infrastruktur

Bangunan yang akan digunakan membutuhkan infrastruktur yang mendukung jalannya bisnis pijat tunanetra profesional. Infrastruktur yang dibutuhkan dalam bisnis adalah jaringan komunikasi seperti telepon dan internet, ketersediaan air bersih, dan listrik.

4.5.6 Kelayakan Aspek Teknis

Aspek teknis dikatakan layak sebagaimana *layout* yang telah dibuat sesuai dengan ruko yang akan ditempati. Bisnis pijat tunanetra profesional adalah bisnis jasa sehingga tidak banyak yang perlu ditambahkan pada *layout*. Pada *layout* yang dibuat terdapat berbagai daftar perabot serta ukuran masing-masing perabot, yang mana nantinya harga serta pengeluaran dihitung dalam aspek keuangan. Berdasarkan sumber daya manusia yang telah dibahas di 4.5.4 bahwa bisnis ini akan merekrut pemijat rumahan ataupun lulusan baru dari YPAB dan sekolah tunanetra lainnya. Strategi dari bisnis ini juga akan menyewakan *trainer* untuk para pemijat, sehingga pelayanan pijat meningkat. Bisnis yang dijalankan membutuhkan struktur organisasi sehingga anggota pada bisnis dapat mengetahui tugas masing-masing untuk ikut mendorong jalannya bisnis. Pada aspek teknis

juga membahas infrastruktur bangunan, dimana infrastruktur yang dibutuhkan adalah jaringan komunikasi yang telah dibahas pada sub-bab 4.5.5. Sehingga beberapa strategi dari aspek teknis yang telah dibahas memaparkan bahwa bisnis layak dijalankan.

4.6 Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan aspek yang digunakan untuk menilai keuangan perusahaan secara keseluruhan. Aspek ini sama pentingnya dengan aspek lainnya, bahkan ada beberapa pengusaha menganggap justru aspek inilah yang paling utama untuk dianalisis karena dari aspek ini tergambar jelas hal-hal yang berkaitan dengan keuntungan perusahaan, sehingga merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk diteliti kelayakannya. Pada aspek ini akan menghitung modal, laba rugi bisnis, dan *payback period* untuk mengetahui berapa lama modal akan kembali.

4.6.1 Sistem Gaji

Perhitungan biaya terhadap sumber daya manusia menggunakan *profit sharing* sesuai dengan struktur organisasi yang telah dibuat. Pembagian akan dibentuk berupa tabel agar mudah untuk dipahami.

Tabel 4.36 *Profit sharing*

Jabatan	Profit	Gaji	1 hari	minggu	bulan
Pemilik	10%	Rp7.000,00	Rp 77.000,00	Rp462.000,00	Rp1.848.000,00
Pengurus	14%	Rp9.800,00	Rp 107.800,00	Rp646.800,00	Rp2.587.200,00
Administrasi (resepsionis/kasir)	14%	Rp9.800,00	Rp 107.800,00	Rp646.800,00	Rp2.587.200,00
Marketing	14%	Rp9.800,00	Rp 107.800,00	Rp646.800,00	Rp2.587.200,00
Service	14%	Rp9.800,00	Rp 107.800,00	Rp646.800,00	Rp2.587.200,00
Pemijat	22%	Rp15.400,00	Rp 169.400,00	Rp1.016.400,00	Rp4.065.600,00
Cleaning service	12%	Rp8.400,00	Rp 92.400,00	Rp554.400,00	Rp2.217.600,00
TOTAL	100%	Rp70.000,00	Rp 770.000,00	Rp4.620.000,00	Rp18.480.000,00

Tabel 4.36 menunjukkan *profit sharing* untuk masing-masing jabatan. Biaya didapatkan dari pembayaran customer sebesar Rp70.000,00/tamu/2jam. Pemijat juga akan mendapatkan uang THR sebesar Rp2.200.000,00/orang, yang

mana pemijat berjumlah 11 orang, sehingga total seluruh THR yang harus dikeluarkan sebesar Rp24.200.000,00/tahun. THR dan gaji *trainer* akan dimasukkan dalam biaya operasional dikarenakan pengeluaran dihitung pertahunnya.

4.6.2 Daftar perabot

Daftar perabot merupakan modal investasi awal dimana modal yang dikeluarkan untuk pembelian alat atau bahan pada saat awal dibangun dan dibuatnya bisnis. Daftar perabot diambil dari seluruh daftar yang dibahas pada Sub bab 4.5, dan akan ditambahkan dengan biaya prainvestasi yaitu biaya survei tempat dan biaya pengurusan izin usaha.

Tabel 4.37 Daftar perabot bisnis jasa pijat profesional tunanetra selama 1 Tahun

No	Daftar perabot yang dibutuhkan	Jumlah	Harga	Total Harga
1	Biaya prainvestasi			Rp 15,000,000.00
2	Komputer	1	Rp 4,799,000.00	Rp 4,799,000.00
3	AC 1/2 pk	3	Rp 2,950,000.00	Rp 8,850,000.00
4	AC 3/4 pk	3	Rp 2,600,000.00	Rp 7,800,000.00
5	Meja+kursi resepsionis	1	Rp 3,800,000.00	Rp 3,800,000.00
7	Meja bundar	1	Rp 900,000.00	Rp 900,000.00
8	Vas bunga	1	Rp 170,000.00	Rp 170,000.00
9	1 set speaker (2 buah)	2	Rp 1,500,000.00	Rp 3,000,000.00
10	TV (32 inch)	1	Rp 2,200,000.00	Rp 2,200,000.00
11	Loker 4 pintu	1	Rp 1,050,000.00	Rp 1,050,000.00
12	Loker 5 pintu	1	Rp 1,100,000.00	Rp 1,100,000.00
13	Loker 6 pintu	1	Rp 1,140,000.00	Rp 1,140,000.00
14	1 set meja makan(12 kursi)	1	Rp 15,000,000.00	Rp 15,000,000.00
15	Tempat tidur	9	Rp 1,200,000.00	Rp 10,800,000.00
16	Matras	5	Rp 570,000.00	Rp 2,850,000.00
17	Tempat tidur	2	Rp 7,500,000.00	Rp 15,000,000.00
18	Bantal	5	Rp 70,000.00	Rp 350,000.00
19	Gantungan baju	13	Rp 12,500.00	Rp 162,500.00
20	Tirai penyekat	10	Rp 1,190,000.00	Rp 11,900,000.00
21	Massage oil	40	Rp 100,000.00	Rp 4,000,000.00
22	Pengharum ruangan <i>Aromatherapy</i>	7	Rp 420,000.00	Rp 2,940,000.00
23	Lemari rak pakaian dan sandal	2	Rp 500,000.00	Rp 1,000,000.00
24	Lemari penyimpanan barang	2	Rp 925,000.00	Rp 1,850,000.00
25	Lampu	13	Rp 20,000.00	Rp 260,000.00
26	Kursi tunggu	2	Rp 1,710,000.00	Rp 3,420,000.00
27	Sandal jepit	11	Rp 4,000.00	Rp 44,000.00
28	Sandal jepit anak-anak	6	Rp 4,000.00	Rp 24,000.00
29	Kain	55	Rp 55,000.00	Rp 3,025,000.00
Total				Rp 122,434,500.00

Tabel 4.37 adalah tabel daftar perabot sekaligus menjadi modal investasi awal bisnis jasa pijat profesional tunanetra selama 1 tahun. Investasi awal yang telah dihitung menunjukkan bahwa total investasi awal yang diperlukan sebesar

Rp122.434.500,00. Modal yang cukup besar ini mencakup semua kebutuhan dari perabot dan biaya prainvestasi untuk bisnis jasa pijat profesional tunanetra.

4.6.3 Analisis Investasi

Bisnis jasa pijat profesional tunanetra membutuhkan beberapa modal untuk menunjang kinerja. Modal tersebut terdiri dari tiga yaitu modal investasi awal, modal kerja, dan modal operasional. Modal investasi awal telah dibahas pada Sub bab 4.6.2.

Tahap kedua adalah menentukan modal kerja. Modal kerja adalah modal lain – lain dan tak terduga. Modal kerja ini berguna untuk pengeluaran tak terduga yang diluar dari anggaran. Modal kerja bisnis jasa pijat profesional tunanetra selama 1 tahun meliputi uang kas. Uang kas tersebut berguna untuk menunjang aktivitas yang terjadi. Uang kas juga berguna sebagai biaya tak terduga yang mungkin terjadi dalam perusahaan. Uang kas yang dibutuhkan untuk agar aktivitas bisnis dapat dilakukan sebesar Rp20,000,000 sebagai modal kerja bisnis jasa pijat profesional tunanetra selama 1 tahun. Tabel 4.38 di bawah ini adalah modal operasional bisnis jasa pijat profesional tunanetra selama 1 tahun.

Tabel 4.38 Modal operasional bisnis pijat profesional tunanetra selama 1 tahun

No	Biaya Operasional	Biaya/bulan	Jumlah	Total
1	Sewa ruko	Rp 6,666,666.67	12 bulan	Rp 80,000,000.00
2	Listrik	Rp 2,500,000.00	12 bulan	Rp 30,000,000.00
3	Air	Rp 2,500,000.00	12 bulan	Rp 30,000,000.00
4	Telepon	Rp 200,000.00	12 bulan	Rp 2,400,000.00
5	THR/tahun	Rp 2,200,000.00	11 pemijat	Rp 24,200,000.00
6	Bahan baku	Rp 6,940,000.00	12 bulan	Rp 83,280,000.00
7	Gaji <i>trainer</i>	Rp 700,000.00	12 bulan	Rp 8,400,000.00
8	Biaya pemasaran	Rp 1,000,000.00	12 bulan	Rp 12,000,000.00
Total modal operasional				Rp 169,880,000.00

Tabel 4.38 merupakan modal operasional dari bisnis jasa pijat profesional tunanetra selama 1 tahun. Modal untuk menyewa ruko sebesar Rp80.000.000 harga tersebut termasuk cukup murah untuk menyewa ruko selama 1 tahun. THR pemijat dihitung masih terhitung 1 tahun.

Tabel 4.39 Total modal usaha selama 1 tahun

No	Keterangan	Total modal
1	Total modal investasi awal	Rp122.434.500,00
2	Modal kerja	Rp 20.000.000,00
3	Total modal operasional	Rp 169.880.000,00
Total modal usaha		Rp 312.314.500,00

Tabel 4.39 menunjukkan tabel total modal usaha yang dibutuhkan untuk membuat bisnis jasa pijat profesional tunanetra selama 1 tahun. Modal usaha yang dibutuhkan terdiri dari total modal investasi awal sebesar Rp122.434.500,00, modal kerja sebesar Rp 20.000,00, total modal operasional sebesar Rp169.880.000,00. Jadi, total modal usaha bisnis jasa yang dibutuhkan sebesar Rp312,314,500.00 . Total modal usaha bisnis jasa merupakan biaya pengeluaran pada laporan laba rugi.

4.6.4 Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi merupakan laporan yang menunjukkan kinerja dari pengakumulasian laba dalam kurun waktu tertentu. Laporan laba rugi akan menggunakan pendapatan pertahun, pengeluaran, dan penyusutan.

a. Pendapatan

Pendapatan dihitung dengan menggunakan *occupancy* selama 6 hari kerja, Tabel 4.40 menunjukkan *occupancy* jam kerja dimana *occupancy* hanya diasumsikan saja. Tiap *percentage occupancy* akan dikalikan dengan total jumlah orang yang ingin datang yang dibahas di Sub bab 4.3.4 sehingga didapatkan waktu kerja. Diketahui bahwa kapasitas jam kerja bisnis ini hanya 110 jam/hari dimana didapatkan dari terdapat 11 tempat tidur dengan masing-masing pemijat yang bekerja melayani selama 10 jam kerja/hari dimulai pukul 10.00-21.00(dikurangi 1 jam istirahat), sehingga penghasilan perhari dapat dihitung $11 \text{ bed} \times 10 \text{ jam} = 110 \text{ jam/hari}$.

Total yang didapatkan yaitu 713 jam/bulan dan dikalikan dengan harga yang dipatok sebesar Rp70.000 sehingga hasil yang didapatkan sebesar Rp49.910.963,56/bulan. Total selama setahun didapatkan sebesar Rp598.931.562,75/tahun

Tabel 4.40 *occupancy*

Hari kerja	Percentage	Waktu
Senin	Libur	-
Selasa	25%	16 jam
Rabu	25%	16 jam
Kamis	25%	16 jam
Jumat	25%	16 jam
Sabtu	90%	57 jam
Minggu	90%	57 jam
Total		713 jam/bulan

b. Penyusutan

Biaya penyusutan merupakan alokasi sistematis jumlah yang dapat disusutkan dari suatu aset selama umur manfaatnya. Tabel 4.41 menunjukkan aset yang dapat mengalami penyusutan pada bisnis jasa tunanetra.

Tabel 4.41 Penyusutan aset

No	Daftar peralatan yang disusutkan	Jumlah	Harga	Total Harga
1	Komputer	1	Rp 4,799,000.00	Rp 4,799,000.00
2	AC 1/2 pk	3	Rp 2,950,000.00	Rp 8,850,000.00
3	AC 3/4 pk	3	Rp 2,600,000.00	Rp 7,800,000.00
4	Meja+kursi resepsionis	1	Rp 3,800,000.00	Rp 3,800,000.00
5	Tempat tidur	9	Rp 1,200,000.00	Rp 10,800,000.00
6	Tempat tidur	2	Rp 7,500,000.00	Rp 15,000,000.00
7	Meja bundar	1	Rp 900,000.00	Rp 900,000.00
8	1 set speaker (2 buah)	2	Rp 1,500,000.00	Rp 3,000,000.00
9	TV (32 inch)	1	Rp 2,200,000.00	Rp 2,200,000.00
10	Lemari rak pakaian dan sandal	2	Rp 500,000.00	Rp 1,000,000.00
11	Loker 4 pintu	1	Rp 1,050,000.00	Rp 1,050,000.00
12	Loker 5 pintu	1	Rp 1,100,000.00	Rp 1,100,000.00
13	Loker 6 pintu	1	Rp 1,140,000.00	Rp 1,140,000.00
14	1 set meja makan(12 kursi)	1	Rp 15,000,000.00	Rp 15,000,000.00
15	Lemari penyimpanan barang	2	Rp 925,000.00	Rp 1,850,000.00
16	Matras	5	Rp 570,000.00	Rp 2,850,000.00
17	Kursi tunggu	2	Rp 1,710,000.00	Rp 3,420,000.00
Harga perolehan				Rp 84,559,000.00

Harga perolehan dari seluruh peralatan yang disusutkan sebesar Rp84.559.000,00. Nilai sisa pada bisnis masih di anggap 0 karena bisnis masih baru. Umur ekonomis aset diperkirakan 5 tahun. Penyusutan pada bisnis dihitung

dari harga perolehan ÷ umur ekonomis, sehingga nilai penyusutan aset sebesar Rp16.911.800,00.

Laba kotor didapatkan pengurangan dari pendapatan usaha, pengeluaran usaha, dan penyusutan. Perusahaan mengalami keuntungan apabila laba bersih bernilai positif dan rugi apabila bernilai negatif. Laba bersih didapatkan dari hasil laba kotor dikurangi dengan pajak penghasilan. Tabel 4.42 di bawah ini merupakan laporan laba rugi.

Tabel 4.42 Laporan laba rugi

"Bisnis pijat tunanetra profesional"	
Laporan laba rugi	
Pendapatan	Rp 598,931,562.75
Pengeluaran	Rp 312,314,500.00
Penyusutan	Rp 16,911,800.00
Laba sebelum pajak	Rp 269,705,262.75
pajak 10%	Rp 2,697,052.63
Laba bersih	Rp 267,008,210.13

Pada tabel di atas menunjukkan laba bersih yang didapatkan sebesar Rp267,008,210.13. Laba bersih didapatkan dari pendapatan pertahun, pengeluaran pertahun, serta penyusutan.

4.6.5 *Payback Period*

Payback period dapat diartikan sebagai jangka waktu kembalinya investasi yang telah dikeluarkan, melalui keuntungan yang diperoleh dari suatu proyek yang telah direncanakan. *Payback period* dapat dihitung dengan pengeluaran pertahun dapat dilihat pada Tabel 4.39 kemudian dibagi dengan laba bersih pada Tabel 4.42, kemudian dikalikan dengan 12 bulan, sehingga didapatkan 14 bulan. *Payback period* dari bisnis jasa pijat profesional tunanetra ini adalah $14 \div 12$ bulan sehingga didapatkan 1,2 tahun, dapat dibulatkan menjadi 1 tahun investasi yang telah dikelarkan telah kembali.

4.6.6 Kelayakan Aspek Keuangan

Aspek keuangan layak karena nilai *payback period* < 5 tahun umur ekonomis, maka sebaiknya usulan bisnis jasa pijat tunanetra dapat diterima karena menguntungkan.

4.7 Analisis SWOT

Analisis SWOT bisnis pijat tunanetra akan menganalisis apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan juga ancaman. Langkah pertama dalam melakukan analisis adalah melihat faktor internal bisnis. Faktor internal yang harus di analisis adalah kekuatan (*Strenghts*) dan kelemahan (*Weaknesses*) perusahaan yang diuraikan sebagai berikut:

Adapun yang menjadi kekuatan (*Strenghts*) dalam bisnis ini adalah:

- i. Dari sisi harga bisnis pijat tunanetra profesional menawarkan harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan bisnis pijat yang lainnya.
- j. Kondisi bangunan masih bagus dan baru.
- k. Fasilitas ruangan kamar yang diberikan jauh sama seperti bisnis pijat umum yang profesional.
- l. Dengan pelayanan yang baik dan terjamin mutunya kepada pelanggan.

Adapun yang menjadi kelemahan (*Weaknesses*) dalam bisnis ini adalah:

- Strategi *marketing* yang buruk berdampak pada keberlangsungan bisnis.
- Nama bisnis pijat tunanetra profesional belum dapat dikenal langsung oleh masyarakat belum pernah dikenal, karena bisnis masih baru.
- Hanya memiliki satu sumber modal.

Langkah kedua dalam melakukan analisis adalah melihat faktor eksternal bisnis. Faktor eksternal yang harus di analisis adalah peluang (*Oppourtunities*) dan ancaman (*Threats*) perusahaan yang diuraikan sebagai berikut:

Adapun yang menjadi peluang (*Oppourtunities*) dalam bisnis ini adalah:

- Dibidang bisnis yang cukup prospektif langsung ke konsumen.
- Memperluas target pemasaran.

- Berkesempatan menjadi bisnis pijat tunanetra profesional terbaru di surabaya
- Konsep yang diusung dalam perencanaan bisnis pijat tunanetra profesional berbeda dengan bisnis pijat tunanetra lainnya,

Adapun yang menjadi ancaman (*Threats*) dalam bisnis ini adalah:

- Adanya pesaing baru yang kan membawa konsep yang sama dengan bisnis pijat tunanetra profesional nantinya.
- Semakin bertambah dan berkembangnya persaingan dalam industri jasa pijat.
- Adanya pemijat panggilan/rumahan
- Faktor keamanan, untuk adanya kesalahpahaman untuk menyikapi pijat yang kurang baik diimage masyarakat.

4.8 Design Business Model Canvas 2

Dari seluruh analisis data yang telah dilakukan dapat disusun dalam bentuk *Design Business Model Canvas 2*. *Design business model canvas 2* terlampir di Lampiran 6.

4.8.1 Aspek Pasar

Dimulai dengan aspek pasar dimana perubahan yang terjadi terdapat pada:

a. *Customer Segments*

Penambahan yang terjadi pada tahap ini adalah status ekonomi yaitu \geq UMR.

b. *Value Propositions*

Perubahan yang terjadi pada *value propositions* adalah:

- Pemijat sudah bersertifikat dan berijazah
Nilai ini termasuk dalam *risk reduction*, yang mana nilai ini menjadi hal untuk pengurangan risiko yang dihadapi oleh pelanggan. Pemijat tunanetra yang sudah bersertifikat dan berijazah akan menjadi suatu nilai baru dimata pelanggan.
- Adanya *trainer* terlatih

Nilai ini ditawarkan untuk mengurangi risiko yang dapat dihadapi pelanggan, sehingga nilai ini termasuk dalam bentuk *risk reduction* bagi perusahaan.

- Proses pijat enak dan sesuai kurikulum

Proses pijat yang enak ditawarkan untuk meningkatkan *performance* perusahaan, sedangkan sesuai kurikulum akan meningkatkan *status* perusahaan dan menjadi nilai kebaruan yang ditawarkan perusahaan. Proses dapat diperoleh dari pelatihan dari *trainer*.

- Menawarkan macam-macam pijat

Nilai ini adalah bentuk dari *customization*, macam-macam pijat sesuai dengan survei pasar yang dilakukan, sehingga macam-macam pijat yang ditawarkan adalah pijat relaksasi/spa, serta pijat kesehatan.

- Adanya kamar sesuai kelas yang ditawarkan

Ruangan pijat akan terbagi menjadi ruangan biasa dan vip. Hal ini merupakan *design* strategi dalam bisnis ini. Perbedaan dari ruangan adalah luas ruangan yang ditawarkan serta jenis dan luas tempat tidur yang dipakai.

- Pijat kesehatan sesuai dengan alasan responden

Pada buku menu, pijat kesehatan akan ditawarkan sesuai dengan alasan dari 7 responden yang berada pada Sub bab 4.3.2.2.

- Patokan harga Rp 50.000 hingga Rp 75.000

- *Dialogue in the dark*

Tahap ini merupakan suatu kelebihan dari bisnis ini karena pemijat merupakan tunanetra. Konsumen akan merasa nyaman karena privasi bagian tubuh mereka terjaga.

- Pijat enak dengan teknik komplit

Nilai yang ditawarkan yaitu pijat enak dengan teknik komplit dari pemijat tunanetra dimana mereka sudah terlatih dari kepekaan maupun *skill* yang mereka dapatkan.

b. *Channels*

Penambahan terhadap *channels* didapatkan dari hasil survei pasar yang dilakukan, yaitu:

- Gratis ketika pameran
Penawaran ini dapat dikatakan fase *after sales* dimana perusahaan dapat memberikan kondisi kepada pelanggan sesuai dengan janji yang ditawarkan. Perusahaan akan mengadakan jasa pijat gratis ketika pameran hal ini bisa membantu perusahaan dalam *customer relationships*. Pameran dapat berlangsung dimall maupun *open house* dilokasi tempat bisnis pijat tunanetra
- Edukasi perawatan tubuh
Tahap ini dilakukan untuk memperkenalkan dunia pemijat tunanetra kepada calon pelanggan yaitu dengan memberikan edukasi mengenai perawatan tubuh dan edukasi mengenai kepekaan lebih dari pemijat tunanetra. Edukasi dapat dilakukan dengan mendatangi rumah pelanggan ataupun saat pameran berlangsung

c. *Customer Relationships*

Terdapat dua perubahan dari *customer relationships* sehingga ada tiga tahap yang dilakukan untuk mempertahankan pelanggan. Tahap ini juga akan menggunakan beberapa kategori yang telah dibahas di Sub bab 2.2.4, yaitu:

- *Event* dan promo
Pada tahap ini perusahaan akan memberikan berbagai *event* serta promo terhadap *customer*. *Event* dan promo yang direncanakan merupakan paket diskon, serta pameran gratis.
- *Membership*
Tahap ini merupakan *automated services* yang dapat mempertahankan pelanggan lama, dan mendapatkan pelanggan baru. Pendaftaran *membership* akan dikenakan biaya sebesar Rp10,000.00. Keuntungan memiliki *member* yaitu banyak promo yang ditawarkan serta pelayanan khusus seperti nomor antrian akan didahulukan, pijat 8x mendapatkan *free full body*, dan bagi *member* diberikan promo *birthday* yaitu diskon 50%.

4.8.2 Aspek Teknis

Perubahan yang terjadi pada aspek teknis dimulai dari *key resources*, dan *key partnerships*.

a. *Key Resources*

Tahap keenam adalah menentukan *key resources* yang merupakan penentu keberhasilan dalam bisnis. Dalam bisnis ini ada lima *key resources* yang digunakan, yaitu:

- Sumber Daya Manusia
Berdasarkan kajian aspek teknis yang dilakukan sumber daya manusia yang akan digunakan adalah pengurus, tenaga kerja yaitu pemijat tunanetra, administrasi yang bertugas sebagai resepsionis/kasir sekaligus *customer service* yang merupakan orang normal, *marketing*, dan *cleaning service*.
- Kurikulum pijat
Kurikulum pijat akan mengikuti kurikulum pijat dari SMA YPAB.
- Lokasi(*layout*)
Lokasi berbentuk *layout* yang telah dibahas pada kajian aspek teknis.

b. *Key Partnerships*

Dalam *business model canvas* 1 ada tiga faktor *key partnerships* yang telah dibuat. Ada satu faktor yang ditambahkan pada *business model canvas* 2 yaitu *Trainer/evaluator*.

4.8.3 Aspek Finansial

Perubahan pada aspek finansial hanya terjadi terhadap *cost structure*. Struktur biaya dipengaruhi oleh strategi perusahaan yang dipilih, beberapa struktur biaya jasa pijat tunanetra adalah:

- Biaya tenaga kerja
Biaya tenaga kerja berupa pemijat, administrasi yang bertugas sebagai resepsionis/kasir, *marketing*, *service*, *cleaning service*, pemilik dan pengurus
- Biaya *trainer*
Biaya *trainer* dimasukkan pada biaya operasional
- Biaya pemasaran
Biaya pemasaran dimasukkan pada biaya operasional
- Biaya operasional

Biaya operasional telah dibahas pada Sub bab 4.6.3

4.9 Penjaringan komentar

Komentar dari 10 responden yang telah ditawarkan mengatakan bahwa bisnis yang akan dijalankan sudah baik dan brosur yang dibuat sudah jelas, tetapi responden menambahkan beberapa usulan mengenai jalannya bisnis ini. Komentar dari responden pertama mengatakan bahwa bisnis pijat membutuhkan *service* yang memuaskan dan tingkat kebersihan untuk seluruh ruangan perlu diperhatikan sehingga perlunya penilaian kepuasan pelayanan. Responden kedua memberikan usulan untuk pembayaran nontunai harus disediakan sehingga pelanggan yang tidak membawa uang tunai dapat diberikan akses yang mudah. Terdapat responden lainnya mengatakan bahwa jaman sekarang sudah tersedia media sosial yang sudah banyak diakses dari berbagai kalangan umur, sehingga bisnis ini perlu membuat akun media sosial seperti *Instagram* untuk mengenalkan bisnis.

Seorang responden memberikan usulan bahwa untuk menjalankan bisnis diperlukannya *supplier material* yang terpercaya, dan untuk mendapatkan pendapatan tambahan perlu adanya kerjasama dengan bank yaitu pada buku menu, brosur dan media *audiovisual* yang telah tersedia dapat mengiklankan produk bank. Pendapatan lain juga bisa didapatkan dari penyumbang. Sejumlah uang dari penyumbang bermanfaat untuk kegiatan sosial yang dilakukan, seperti gratis pijat kepada orang yang tidak mampu.

4.10 Revisi dan *Final design BMC*

Pada Sub bab 4.9 hanya didapatkan beberapa revisi sehingga perubahan untuk *final design business model canvas*, yaitu:

a. *Value Propositions*

Dalam meningkatkan kenyamanan untuk para *customer* tingkat kebersihan untuk seluruh ruangan akan lebih diperhatikan, sedangkan untuk peningkatan *accessibility* akan dilakukan pembayaran nontunai. Nilai yang ditawarkan yaitu memberikan *service* memuaskan untuk pelanggan

b. *Customer Relationships*

Tambahan lain untuk meningkatkan *customer relationships* yaitu menggunakan media sosial seperti Instagram, sehingga ketika ada saran maupun pertanyaan dari *customer* dapat langsung ditanyakan melalui akun Instagram bisnis pijat tunanetra profesional. Pada akun ini dapat memperkenalkan bisnis ini juga akan menambahkan *update*-an mengenai *promo/event* yang akan dilakukan, serta menjelaskan *service* apa saja yang akan dilakukan. Cara ini merupakan cara yang efektif untuk menginformasikan kepada pelanggan tentang kedatangan produk baru, acara mendatang, promosi khusus, atau layanan baru yang sedang ditawarkan.

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, maka akan diberikan form penilaian kepuasan sehingga *service* pijat dari pemijat tunanetra dapat ditingkatkan lagi.

c. *Key Partnerships*

Supplier material dibutuhkan untuk menjalankan bisnis, karena material yang akan digunakan terus menerus sehingga diperlukannya *supplier* yang terpercaya. Bekerja sama dengan bank juga merupakan salah satu bentuk sumber daya untuk modal bisnis yang akan dijalankan, yang mana bisnis ini juga akan mengiklankan bank yang ingin turut bekerja sama.

Bisnis ini juga akan bekerjasama dengan transportasi online untuk pemijat tunanetra jika pelanggan tidak dapat datang secara langsung.

d. *Revenue Streams*

Aliran pendapatan lain dapat dihasilkan dari mengiklankan atau mempromosikan produk bank, yang mana iklan akan ditambahkan pada buku menu ataupun media *audiovisual* yang telah tersedia.