

**ANALISIS KELAYAKAN PEMBANGUNAN PERUMAHAN
TIPE 70/200 BUKIT BARISAN, PEKANBARU DENGAN
SISTEM BAGI HASIL OLEH PT.GILANG PERMATA**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Pada
Jurusan Teknik Industri

Disusun oleh :

EKO PURNAMA PUTRA

(10852003246)



UIN SUSKA RIAU

**FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
PEKANBARU
RIAU
2013**

ANALISIS KELAYAKAN PEMBANGUNAN PERUMAHAN TIPE 70/200 BUKIT BARISAN, PEKANBARU DENGAN SISTEM BAGI HASIL OLEH PT.GILANG PERMATA

EKO PURNAMA PUTRA
10852003246

Tanggal Sidang : 29 Juli 2013

Tanggal Wisuda : November 2013

Jurusan Teknik Industri
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. HR. Soebrantas No. 155 Pekanbaru

ABSTRAK

Rumah adalah bangunan buatan manusia yang dijadikan tempat tinggal selama periode waktu tertentu. Rumah, sekarang ini menjadi sebuah kebutuhan penting dalam hidup manusia, dia masuk dalam sebuah lingkaran kebutuhan pokok yang setiap insan harus memilikinya. Sebagai salah satu kebutuhan primer bagi hidup manusia, rumah amat berperan penting dalam keberlangsungan hidup seseorang. Sesuai dengan survey lokasi tanah yang akan menjadi tempat pendirian perumahan tersebut dimana pada lokasi sekitar telah banyak terbangun bangunan-banguna perumahan serta pertokoan yang menunjukkan sosial ekonomi masyarakat yang akan berkembang pesat pada lokasi tersebut. Adapun lokasi tanah tersebut berada pada Jl.Gajah Mungkur, Bukit barisan, tenanan raya – pekanbaru. Dengan Luas tanah 230 m x 22, 5m. Pembangunan perumahan ini pun dilakukan dengan sistem bagi hasil, dimana pemilik tanah menginginkan lima rumah di tambah uang tunai sebesar Rp.350.000.000 (tiga ratus juta rupiah) dari total pembangunan perumahan sebanyak 25 unit rumah dan untuk PT. Gilang Permata dengan modal pembangunan rumah sebanyak 25 unit di tambah uang tunai sebesar Rp.350.000.000 berhak atas 20 rumah yang nantinya akan di jual kepada konsumen dengan keinginan terjualnya rumah dalam rentang waktu 2 tahun, adapun luas tanah yang akan di bangun rumah adalah seluas 9 m x 22,5 m dengan tipe rumah 70/200 untuk 20 rumah yang akan di jual ke konsumen, dan 10 m x 22,5 m dengan tipe rumah 70/225 sebanyak 5 rumah yang nantinya akan di bagi kepada pemilik tanah. Berdasarkan hasil dari analisis pasar dan pemasaran maka di simpulkan bahwa Rencana Anggaran Biaya (RAB), *Lay Out* bangunan dan Lokasi perumahan layak di bangun karena sesuai dengan keinginan konsumen. Sehingga pada aspek teknis dapat di nyatakan bahwa perumahan layak untuk di bangun. Berdasarkan pengolahan serta analisa data diperoleh nilai *NPV* sebesar Rp. 814,769,500 bernilai positif, berdasarkan kriteria ini berarti investasi perumahan ini tidak merugi dan layak untuk dibangun dan di kembangkan. Berdasarkan kriteria pengolahan *IRR* bahwa nilai suku bunga pengembalian investasi sebesar 27,87% lebih besar dari pada suku bunga pinjaman bank (*MARR*) sebesar 15%, berdasarkan metode *IRR* investasi perumahan ini tidak merugi dan layak untuk dibangun dan di kembangkan. Jika dilihat dari pengolahan dan analisa metode *Payback Period (PP)* diketahui bahwa perumahan layak untuk di bangun dan di kembangkan, hal ini dikarenakan mampu mengembalikan modal investasi sebesar Rp 4,797,483,500 selama umur investasi selama 2 tahun. Modal investasi tersebut bisa dikembalikan dalam waktu 5 bulan. Setelah di adakan pengolahan data dan hasilnya menunjukkan dengan sistem bagi perusahaan akan mendapatkan keuntungan sehingga dapat di nyatakan jika proyek ini layak di bangun

Kata Kunci: Analisis Kelayakan Usaha, Aspek Keuangan, Aspek Pasar dan Pemasaran, sistem bagi hasil.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas seluruh rahmat dan hidayah-Nya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi persyaratan akademis dalam rangka meraih gelar kesarjanaan di Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru.

Tugas akhir ini dilaksanakan pada PT. Gilang Permata. Dalam skripsi ini penulis membahas mengangkat tema **"ANALISIS KELAYAKAN PEMBANGUNAN PERUMAHAN TIPE 70/200 BUKIT BARISAN, PEKANBARU DENGAN SISTEM BAGI HASIL OLEH PT.GILANG PERMATA"**

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini penulis mendapat bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Nazir selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dra. Hj. Yenita Morena, M.Si selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Ismu Kusumanto M.T selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Dan juga selaku ketua sidang yang telah meluangkan waktu untuk membantu proses berjalannya sidang.
4. Bapak Suherman, ST, MT selaku Koordinator Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri yang telah memfasilitasi dalam proses pembuatan dan penyelesaian tugas akhir ini.
5. Ibu Tengku Nurainun M.T selaku Penasehat Akademis yang selalu memberikan arahan akademis selama penulis berada di bangku perkuliahan hingga terselesainya pendidikan ini.

6. Bapak Ekie Gilang Permata, ST, MSc selaku pembimbing dan *The Best Second Father* yang sangat berperan aktif membantu penulis dalam proses pembuatan skripsi maupun proses perkuliahan, segala motivasi, ilmu serta arahnya sungguh sangat mendorong penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini, semoga apa yang telah di berikan dapat dibalas oleh Allah SWT.amin
7. Ibu Nofirza, ST., MT dan Ibu Wresni Anggraini MM selaku penguji yang telah mencurahkan ilmu, waktu dan ide yang sangat baik kepada penulis, serta memberikan sebuah pengalaman mental yang sangat berharga bagi perkembangan pemikiran penulis kedepannya, semoga Allah SWT dapat membalas apa yang telah di berikan kepada penulis,amin
8. Seluruh Dosen teknik industri yang telah banyak membantu penulis dalam berproses dari seseorang yang buta pengetahuan hingga menjadi seseorang yang berpengetahuan, semoga pengetahuan yang bapakdan ibu beri dapat saya terapkan sehingga menjadi seseorang yang berguna dan mampu untuk di banggakan.
9. Admin Teknik industr (bang yudi dan kak ratna) yang telah membantu penulis selama penulis melangsungkan perkuliahan.
10. *Super Hero* (ayahnda Dahlius S.Pd) dan *Super Women* (Ibunda Suwarti S.Pdsd) yang selalu memberikan dukungan moril dan meteril dan doa yang sangat luar biasa kepada penuli dari penulis berada di dunia hingga penulis beranjak dewasa seperti saat ini, orangtua penuli adalah hidup penulis dan selalu menjadi kebanggaan penulis, sungguh bimbingan mereka membuat penulis merasa menjadi seseorang yang luar biasa karena di didik oleh orangtua yang sangat luar biasa, semoga Allah SWT mampu membalas kebaikan mereka yang membimbing penulis selama hidup di dunia ini, dan semoga apa yang menjadi cita-cita mereka mampu untuk penulis raih sehingga kebahagiaan mereka selalu terpancarkan.amin
11. *My sister* (Dwi rahmadhani) dan *My second sister* (Sri hayatun nufus) yang selalu memotivasi penulis untuk memberikan contoh yang baik kepada mereka, merekalah alasan penulis untuk selalu menjadi yang terbaik bagi keluarga.

12. Seluruh keluarga penulis yang telah memberikan dukungan serta motivasi kepada penulis.
13. Dwita Agustiani wanita di balik semangatku yang selalu memberi motivasi dengan cara-cara yang ekstrim yang selalu memacu adrenalin sehingga terselesaikan laporan ini dengan cepat, kamu wanita terbaik yang pernah ada di sampingku.
14. Sahabat terbaikku teguh segoro S.Sos yang selama perkuliahan tinggal bersama penulis yang selalu memberikan dukungan kepada penulis, serta .
15. Sahabat terbaikku (agus dwi setiawan, afrijon, putra suparta, yoyong priatama, yanbro avta, alfa roby, dwi budianto, Rianto, bang nando) yang selama bertahun-tahun bersama penulis dalam proses perkuliahan, sungguh kalian semua sahabat yang luar biasa.
16. Sahabat-sahabat satu angkatan 2008 yang selalu meberikan motivasi kepada penulis, terimakasih kalian semua luar biasa.
17. Buat kakak-kakak senior teknik industri dan adek-adek semester Teknik Industri terimakasih udah memberikan semangat kepada penulis dalam berproses menjadi seseorang yang dewasa,
18. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu yang telah mendukung penulis selama ini.

Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan yang harus diperbaiki, namun penulis berusaha untuk mencapai hasil seperti yang diinginkan. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun. Dan akhirnya penulis berharap semoga laporan ini bermanfaat bagi kita semua.

Pekanbaru, 16 September 2013
Penulis

EKO PURNAMA PUTRA
10852003246

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERUSAHAAN.....	iv
LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL.....	v
LEMBAR PERNYATAAN	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR RUMUS	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	I-1
1.2 Perumusan Masalah	I-5
1.3 Tujuan Penelitian	I-6
1.4 Manfaat Penelitian	I-6
1.5 Batasan Masalah.....	I-6
1.6 Sistematika Penulisan	I-6
1.7 Posisi Penelitian	I-8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Studi Kelayakan Bisnis.....	II-1
2.2 Tujuan Studi Kelayakan Bisnis	II-2

2.3	Manfaat Studi Kelayakan	II-2
2.4	Tahapan Kelayakan Bisnis	II-4
2.5	Hasil Studi Kelayakan Bisnis	II-5
2.6	Aspek-aspek Dalam Penilaian Kelayakan	II-5
2.6.1	Aspek Pasar dan Pemasaran	II-5
2.6.1.1	Pengertian Pasar dan Pemasaran	II-5
2.6.1.2	Segmentasi, Target dan Posisi di Pasar	II-6
2.6.1.3	Strategi Bauran Pemasaran	II-8
2.6.1.3.1	Strategi Bauran Pemasaran Produk Barang	II-8
2.6.1.3.2	Strategi Bauran Pemasaran Produk Jasa	II-11
2.6.1.4	Pengumpulan data	II-11
2.6.1.5	Alat dan teknik pengumpulan data	II-13
2.6.1.6	Uji Validitas	II-14
2.6.1.7	Uji Realibilitas	II-14
2.6.2	Aspek Teknis	II-15
2.6.2.1	Tujuan Aspek Teknis	II-15
2.6.2.2	Masalah Proses Produksi dan Operasi	II-16
2.6.3	Aspek Keuangan	II-20
2.6.3.1	Biaya Kebutuhan Investasi	II-21
2.6.3.2	Arus Kas (<i>Cash Flow</i>)	II-22
2.6.3.3	Kriteria Penilaian Investasi	II-24
2.7	Sistem Bagi hasil	II-26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Tahapan Penelitian	III-1
3.2	Studi Pendahuluan	III-2
3.3	Studi Pustaka	III-2
3.4	Identifikasi Permasalahan	III-2
3.5	Perumusan Masalah	III-2
3.6	Tujuan Penelitian	III-2

3.7	Penyusunan Kuisisioner	III-3
3.8	Penyebaran Kuisisioner	III-3
3.9	Pengumpulan Data.....	III-3
3.9.1	Jenis Data	III-4
3.9.2	Teknik Pengumpulan Data	III-4
3.9.3	Penentuan Populasi dan Sampel.....	III-6
3.10	Pengolahan Data	III-7
3.10.1	Strategi Pemasaran	III-7
3.10.2	Aspek finansial.....	III-9
3.11	Analisis Data.....	III-10
3.12	Tahap Kesimpulan dan Saran.....	III-10

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1	Pengumpulan Data.....	IV-1
4.1.1	Profil Perusahaan	IV-1
4.1.2	Pengumpulan Data Demografi Responden	IV-2
4.1.2.1	Rekapitulasi data berdasarkan jenis kelamin ..	IV-3
4.1.3.2	Rekapitulasi data berdasarkan Pekerjaan	IV-3
4.1.3.3	Rekapitulasi data berdasarkan pendapatan ...	IV-4
4.2	Pengolahan Data	IV-5
4.2.1	Pengolahan Data Aspek Pasar Dan Pemasaran.....	IV-5
4.2.1.1	Pengujian validitas dan reliabilitas	IV-5
4.2.1.2	Pengukuran variabel produk.....	IV-6
4.2.1.3	Pengukuran variabel harga	IV-11
4.2.1.4	Pengukuran variabel lokasi.....	IV-15
4.2.1.5	Pengukuran variabel promosi	IV-21
4.2.2	Pengolahan Data Aspek Finansial.....	IV-25
4.2.2.1	Perhitungan Rencana Anggaran Biaya	IV-25
4.2.2.2	Harga pokok variable.....	IV-30
4.2.2.3	Penentuan harga jual.....	IV-31
4.2.2.4	Sistem bagi hasil.....	IV-31
4.2.2.5	Perhitungan perkiraan pendapatan.....	IV-32

4.2.2.6 Aliran kas (<i>cash flow</i>).....	IV-32
4.2.2.7 <i>Minimum Attractive Rate of Return</i> (MARR).....	IV-32
4.2.2.8 <i>Payback Period</i> (PP)	IV-33
4.2.2.9 <i>Net Present Value</i> (NPV)	IV-33
4.2.2.10 <i>Internal Rate of Return</i> (IRR).....	IV-34

BAB V ANALISA

5.1 Analisa Data Demografi	V-1
5.1.1 Jenis kelamin.....	V-1
5.1.2 Pekerjaan	V-1
5.1.3 Pendapatan	V-1
5.2 Analisa Aspek Pasar dan Pemasaran	V-2
5.2.1 Analisa Pengukuran Variabel Produk	V-2
5.2.2 Analisa Pengukuran Variabel Harga.....	V-3
5.2.3 Analisa Pengukuran Variabel Lokasi.....	V-4
5.2.4 Analisa Pengukuran Variabel Promosi	V-5
5.3 Analisa Aspek Finansial	V-6
5.3.1 Analisis Rencana Anggaran Biaya.....	V-6
5.3.2 Analisa <i>Payback Period</i> (PP).....	V-6
5.3.3 Analisa <i>Net Present Value</i> (NPV).....	V-7
5.3.4 Analisa <i>Internal Rate of Return</i> (IRR).....	V-7

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan.....	VI-1
6.1.1 Aspek Pasar dan Pemasaran.....	VI-1
6.1.2 Aspek Finansial	VI-2
6.1.3 Sistem Bagi hasil.....	VI-2
6.2 Saran	VI-2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rumah adalah bangunan buatan manusia yang dijadikan tempat tinggal selama periode waktu tertentu. Rumah, sekarang ini menjadi sebuah kebutuhan penting dalam hidup manusia, dia masuk dalam sebuah lingkaran kebutuhan pokok yang setiap insan harus memilikinya. Sebagai salah satu kebutuhan primer bagi hidup manusia, rumah amat berperan penting dalam keberlangsungan hidup seseorang.

Rumah tidak lagi hanya sekedar tempat berlindung, namun sudah merupakan bagian hidup yang mencakup banyak pengaruh. Seiring berjalannya waktu, rumah berkembang menjadi sebuah identitas bagi pemiliknya. Rumah yang awalnya untuk tempat berlindung dari panas, hujan dan binatang luar, berubah menjadi status sosial sang pemilik. Rumah, dimasa kini menjadi gambaran jati diri, karakter dan nilai hidup seseorang.

Selain tempat berlindung kini di era modern rumah di bangun sebagai salah satu bentuk investasi jangka panjang, ini di karenakan harga rumah yang setiap tahunnya mengalami peningkatan, sehingga bagi kalangan menengah ke atas rumah di jadikan investasi jangka panjang untuk berjaga-jaga jika suatu saat membutuhkan uang dan rumah tersebut dapat di jual dengan harga yang lebih tinggi, dan setiap waktunya rumah memang banyak di cari sehingga penjualannya tidak terlalu membutuhkan waktu yang lama.

Adapun faktor terpenting dalam pemilihan rumah yang mungkin di jadikan acuan pembeli ialah :

1. Lokasi

hal pertama yang harus diperhatikan saat akan membeli rumah adalah lokasi, lokasi dan lokasi. konsumen bisa tinggal di rumah yang bukan merupakan rumah idaman sekalipun jika konsumen dan keluarga menyukai lingkungannya dan cocok dengan para tetangga. Saat mencari rumah, pertimbangan konsumen adalah kemudahan akses ke tempat kerja

dan sekolah anak-anak, keramah tamahan tetangga, bagaimana posisi rumah, kegiatan di lingkungan, lalu lintas, akses ke taman, tempat belanja juga transportasi public.

2. Harga

Tidak hanya harga rumah, tapi juga biaya yang dikeluarkan selama proses jual beli rumah. Sehingga antara bangunan dan harga mendapatkan tempat yang seimbang.

Pada studi kasus ini, PT. Gilang Permata ingin mendirikan sebuah perumahan dengan sistem bagi hasil, di mana PT. Gilang Permata sebagai investor sekaligus perusahaan yang akan mendirikan bangunan dengan sebuah keluarga yang memiliki tanah.

Sesuai dengan survey lokasi tanah yang akan menjadi tempat pendirian perumahan tersebut dimana pada lokasi sekitar telah banyak terbangun bangunan-banguna perumahan serta pertokoan yang menunjukkan sosial ekonomi masyarakat yang akan berkembang pesat pada lokasi tersebut. Adapun lokasi tanah tersebut berada pada Jl.Gajah Mungkur, Bukit barisan, tenanan raya – pekanbaru. Dengan Luas tanah 230 m x 22,5m.

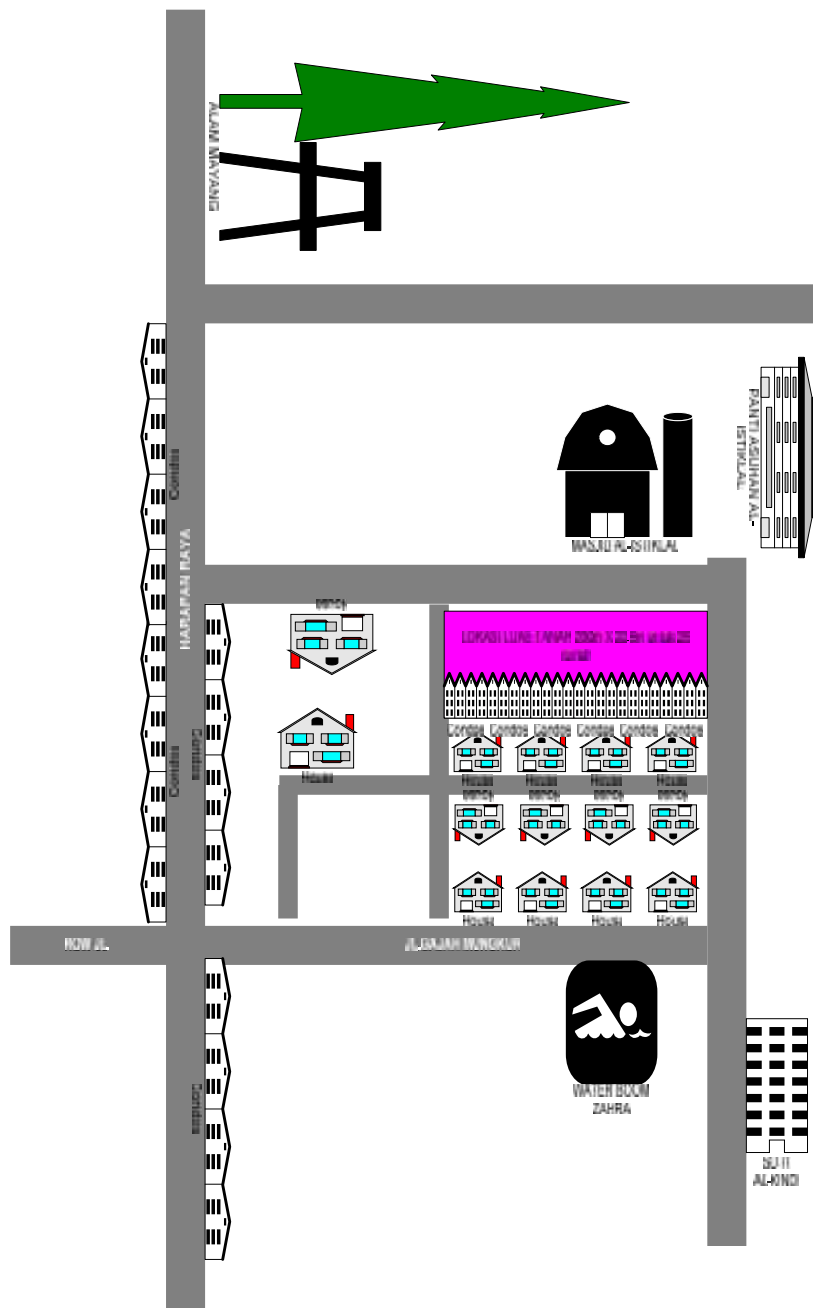
Pembangunan perumahan ini pun dilakukan dengan sistem bagi hasil, dimana pemilik tanah menginginkan lima rumah di tambah uang tunai sebesar Rp.350.000.000 (tiga ratus juta rupiah) dari total pembangunan perumahan sebanyak 25 unit rumah dan untuk PT. Gilang Permata dengan modal pembangunan rumah sebanyak 25 unit di tambah uang tunai sebesar Rp.350.000.000 berhak atas 20 rumah yang nantinya akan di jual kepada konsumen dengan keinginan terjualnya rumah dalam rentang waktu 2 tahun, adapun luas tanah yang akan di bangun rumah adalah seluas 9 m x 22,5 m dengan tipe rumah 70/200 untuk 20 rumah yang akan di jual ke konsumen, dan 10 m x 22,5 m dengan tipe rumah 70/225 sebanyak 5 rumah yang nantinya akan di bagi kepada pemilik tanah.

Pada daerah tersebut juga minat pembeli sangat tinggi, ini di buktikan dengan adanya penjualan-penjualan perumahan di sekitar yang mana tidak

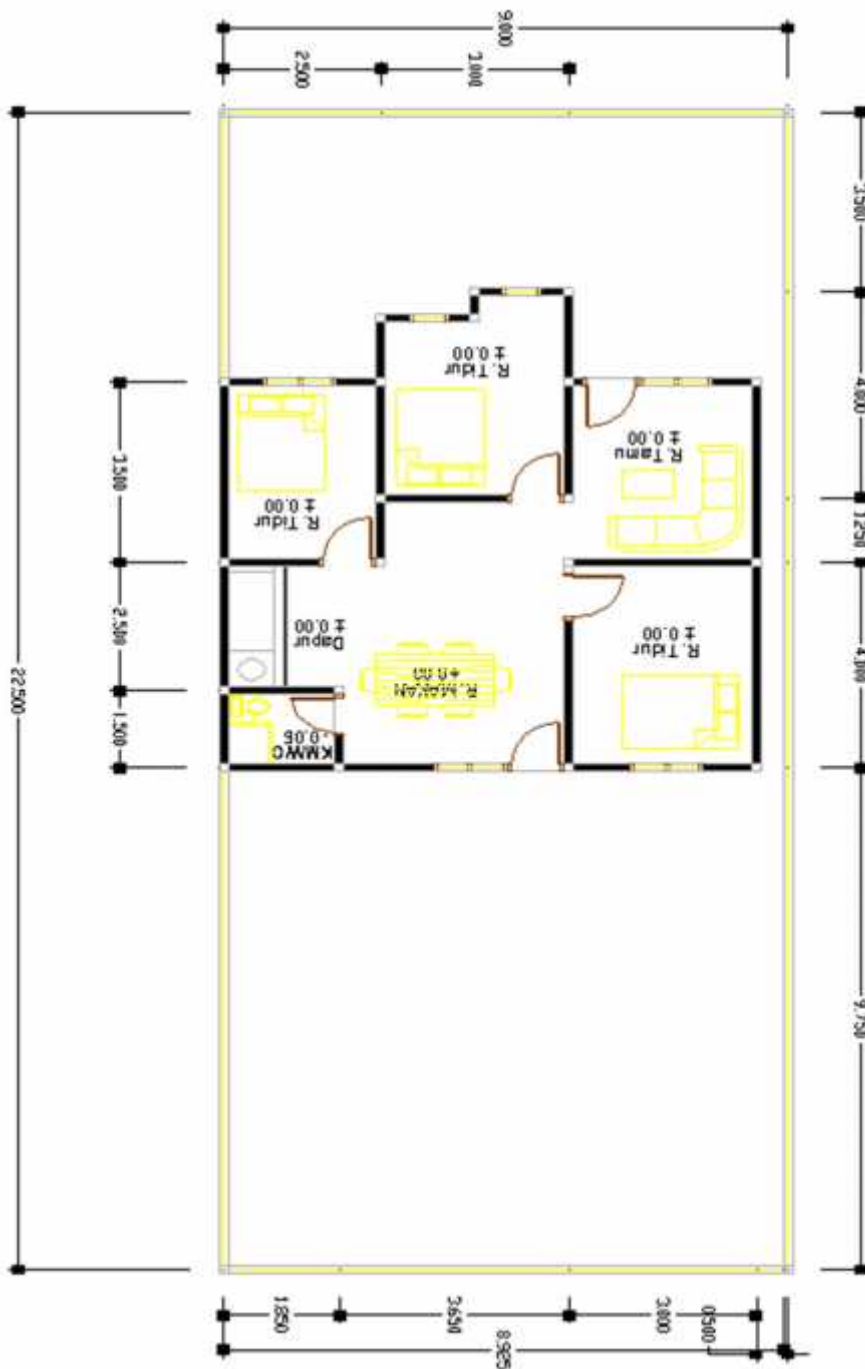
membutuhkan waktu yang lama untuk menjualnya, karena jalur daerah tersebut berada pada jalan lintas dan berada cukup jauh dari perkotaan, hal ini yang menjadikan salah satu daya tarik konsumen yang ingin memiliki rumah yang jauh dari keramaian kota, meskipun begitu daerah inipun sudah cukup berkembang, dimana telah banyak bangunan-bangunan ruko yang rata-rata para pedagang, sehingga sosial ekonomi masyarakat sekitar di kategorikan maju, sehingga meskipun jauh dari perkotaan, untuk melengkapi kebutuhan, masyarakat dapat mendapatkannya di sekitar daerah tersebut tanpa harus jauh-jauh pergi ke daerah perkotaan.

Selain pertokoan serta perumahan-perumahan yang telah berdiri pada daerah tersebut, tidak jauh dari lokasi tanah telah terdapat masjid, ini menjadi salah satu fasilitas yang telah tersedia sehingga pihak pembangun tidak perlu mendirikan sarana rumah ibadah, di samping itu juga pada lokasi tanah tersebut terdapat tempat-tempat rekreasi yang menjadi pilihan keluarga saat berakhir pekan, rekreasi yang sangat dekat dengan lokasi adalah adanya rekreasi *water boom* dan alam mayang sehingga daerah tersebut termasuk sebagai salah satu daerah yang sangat ingin di huni oleh konsumen, terutama yang telah berkeluarga dan mempunyai putra dan putri.

Sesuai dengan studi kasus di atas, maka suatu pertimbangan harus di pikirkan oleh PT. Gilang Permata karena ini pertama kalinya perusahaan tersebut mengolah pendirian dan penjualan perumahan sistem bagi hasil, maka dari itu agar nantinya dapat mengetahui apakah layak perusahaan tersebut mengambil resiko sistem bagi hasil ini maka penulis melakukan penelitian dengan judul : *“Analisis Kelayakan pembangunan perumahan bukit barisan, pekanbaru tipe 70/200 dengan sistem bagi hasil oleh PT. Gilang Permata”*. Dimana hasil dari penelitian ini akan mengetahui layak tidak layaknya pembangunan perumahan tersebut dengan teori ilmu kelayakan, sehingga PT. Gilang Permata mendapat pandangan awal terhadap investasi mereka terhadap pembangunan perumahan tersebut.



Gambar 1.1 Denah Lokasi Tanah



Gambar 1.2 Layout bangunan

1.2 Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana analisis kelayakan industri pembangunan

perumahan bukit barisan tipe 70/200 dengan sistem bagi hasil bila ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran dan aspek finansial ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah “Mengetahui kelayakan industri pembangunan perumahan dengan sistem bagi hasil berdasarkan dari aspek pasar dan pemasaran dan aspek finansial (*Net Present Value, Intern Rate of Return, Payback Period*)”

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini di harapkan bermanfaat bagi :

1. PT. Gilang Permata sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan layak tidaknya mendirikan perumahan dengan sistem bagi hasil.
2. Penulis sebagai bahan peningkatan kemampuan dalam menganalisis masalah dan penerapan ilmu yang telah di pelajari.
3. Peneliti dapat di jadikan bahan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

1.5 Batasan Masalah

Dalam melakukan penelitian, perlu dilakukan pembatasan agar penelitian lebih terfokus pada pokok permasalahan dan tujuan penelitian. Untuk itu, batasan masalah dalam penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini tidak membahas mengenai pesaing, karena pada lokasi tidak adanya pesaing.
2. Aspek finansial mebahas Rencana Anggaran Biaya (RAB) pembangunan perumahan.
3. Analisis aspek finansial menggunakan metode *Payback Period (PP)*, *Net Present Value (NPV)* dan *Internal Rate of Return (IRR)*.
4. Pengolahan kuisioner menggunakan *software SPSS for windows 16*

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam laporan tugas akhir adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah serta sistematika penulisan. Dalam bab ini, menjelaskan secara umum gambaran permasalahan yang akan dibahas.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang akan digunakan dalam mendukung proses penelitian. Dalam hal ini analisis dalam kelayakan bisnis antara lain aspek pasar, aspek pemasaran, aspek finansial.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan langkah-langkah dalam penyelesaian masalah yang menjadi objek penelitian agar diperoleh pembahasan dan analisa masalah yang sistematis.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini menguraikan tentang cara pengolahan data dan data-data yang diperlukan dalam penyelesaian masalah.

BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang analisa dan pembahasan mengenai hasil dari pengolahan data.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil analisis pengolahan data yang telah dilakukan.

1.7 Posisi Penelitian

Adapun untuk posisi penelitian sebagai berikut.

Tabel 1.1 Posisi Penelitian

No	Penulis	Judul	Jenis Usaha	Alat Analisa	Tahun
1	Ratna Puspita Sari	Analisis kelayakan usaha jati unggul nusantara dengan pola bagi hasil (Studi kasus pada unit usaha bagi hasil koperasi perumahan wanabaktinusantara	koperasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis kelayakan secara finansial usaha Jati Unggul Nusantara UBHKPWN yang menerapkan pola bagi hasil.. 2. Menganalisis kelayakan usaha Jati Unggul Nusantara UBHKPWN di tinjau dari aspek pasar-pemasaran, aspek teknis dan teknologis dan aspek manajemen, aspek social, ekonomi dan lingkungan. 	2009
2	Muhammad Fauzi	Analisis kelayakan bisnis pengembangan Maroon cafe n' resto di Panam, Pekanbaru.	Cafe n' resto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis strategi pemasaran meliputi produk, harga, lokasi, promosi, karyawan, bukti fisik dan proses jasa menggunakan kuesioner. 2. Menganalisis aspek finansial berdasarkan nilai <i>Net Present Value</i> (NPV), <i>Internal Rate of Return</i> (IRR) dan <i>Payback Period</i> (PP). 	2012
3	Eko Purnama Putra	Analisis kelayakan Investasi pembangunan perumahan tipe 70/200 di bukit barisan, tenanan raya dengan sistem bagi hasil (studi kasus PT.Gilang Permata)	PT. Gilang Permata	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis kelayakan secara finansial pembangunan perumahan dengan sistem bagi hasil 2. Menganalisis aspek finansial berdasarkan nilai <i>Net Present Value</i> (NPV), <i>Internal Rate of Return</i> (IRR) dan <i>Payback Period</i> (PP). 3. Menganalisis kelayakan industri di tinjau dari aspek pasar-pemasaran. 	2013

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

“Studi kelayakan bisnis ialah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan” (Kasmir & Jakfar, 2003). Mempelajari secara mendalam artinya meneliti secara sungguh-sungguh data dan informasi yang ada kemudian diukur, dihitung dan dengan metode-metode tertentu.

Kelayakan artinya penelitian yang dilakukan secara mendalam untuk menentukan apakah usaha yang akan dijalankan akan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang akan dikeluarkan. Sedangkan pengertian bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan yang dimaksud dalam perusahaan bisnis ialah keuntungan finansial.

Menurut (Husein Umar, 2001) “studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat diopersionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan”.

Untuk menentukan layak atau tidaknya suatu usaha dapat dilihat dari berbagai aspek. Setiap aspek untuk bisa dikatakan layak harus memiliki suatu standar nilai tertentu, namun keputusan penilaian tidak hanya dilakukan pada satu aspek saja. Penilaian untuk menentukan kelayakan harus didasarkan kepada seluruh aspek yang akan dinilai nantinya. Ukuran kelayakan masing-masing jenis usaha sangat berbeda, misalnya antara usaha jasa dan usaha nonjasa, seperti pendirian hotel dengan usaha pembukaan perkebunan kelapa sawit atau usaha peternakan dengan pendidikan. Akan tetapi, aspek-aspek yang digunakan untuk menyatakan layak atau tidaknya adalah sama sekalipun jenis usahanya berbeda.

2.2 Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Jakfar dan Kasmir (2008) ada 5 (lima) tujuan mengapa sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan, yaitu :

a. Menghindari resiko kerugian

Karena di masa yang akan datang ada semacam kondisi ketidak pastian. Dalam hal ini fungsi studi kelayakan adalah untuk meminimalkan resiko yang tidak diinginkan.

b. Memudahkan perencanaan

Jika sudah dapat meramalkan apa yang akan terjadi di masa yang akan datang, maka akan mempermudah dalam melakukan perencanaan dan hal-hal apa saja yang perlu direncanakan.

c. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan

Dengan adanya berbagai rencana yang disusun akan sangat mempermudah melaksanakan bisnis. Para pelaksana yang mengerjakan bisnis tersebut telah memiliki pedoman yang harus dikerjakan. Kemudian pengerjaan dapat dilakukan secara sistematis, sehingga tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang telah disusun.

d. Memudahkan Pengawasan

Pengawasan ini perlu dilakukan agar pelaksanaan usaha tidak melenceng dari rencana yang telah disusun.

e. Memudahkan pengendalian

Jika dalam pelaksanaan pekerjaan telah dilakukan pengawasan, maka apabila terjadi suatu penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga akan bisa dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah untuk mengembalikan pelaksanaan pekerjaan yang melenceng ke rel yang sesungguhnya, sehingga pada akhirnya tujuan perusahaan akan tercapai.

2.3 Manfaat Studi Kelayakan

Seperti yang diketahui, hasil dari studi kelayakan bisnis ialah laporan tertulis yang menyatakan bahwa layak atau tidaknya suatu bisnis dijalankan.

Berikut dijelaskan manfaat studi kelayakan bisnis untuk pihak-pihak terkait (Kasmir dan Jakfar : 2008) :

a. Pihak Investor

Jika hasil studi kelayakan yang telah dibuat ternyata layak direalisasikan pemenuhan kebutuhan pendanaan dapat mulai dicari. Misalnya dengan mencari investor atau pemilik modal yang mau turut serta menanamkan modal pada bisnis yang akan dikerjakan itu. Dari laporan studi kelayakan ini investor tersebut dapat mengetahui berapa keuntungan yang akan diperoleh serta jaminan keselamatan atas modal yang akan ditanamkannya.

b. Pihak Kreditor

Pendanaan bisnis dapat juga dipinjam dari bank. Pihak bank, sebelum memutuskan untuk memberikan kredit atau tidak, perlu mengkaji ulang studi kelayakan bisnis yang telah dibuat, termasuk mempertimbangkan sisi-sisi lain, misalnya bonafiditas dan tersedianya agunan yang dimiliki perusahaan.

c. Pihak Manajemen Perusahaan

Studi kelayakan dapat dibuat oleh pihak internal atau pihak eksternal perusahaan. Terlepas dari itu, sebagai pihak yang menjadi *project leader*, sudah tentu pihak manajemen perlu mempelajari studi kelayakan, misalnya dalam hal pendanaan, berapa yang dialokasikan dari modal sendiri, rencana pendanaan dari investor dan dari kreditor.

d. Pihak Pemerintah dan Masyarakat

Penyusunan studi kelayakan bisnis perlu memperhatikan kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan oleh pemerintah karena bagaimanapun pemerintah dapat secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kebijakan perusahaan. Misalnya dalam hal surat-surat perizinan. Pihak perusahaan juga hendaknya mampu membantu kebijakan pemerintah misalnya dengan penerimaan tenaga kerja misal.

2.4 Tahapan Studi Kelayakan Bisnis

Dalam melaksanakan studi kelayakan bisnis, ada beberapa tahapan yang hendaknya dikerjakan. Tahapan-tahapan tersebut secara umum adalah sebagai berikut :

a. Penemuan Ide

Produk yang akan dibuat haruslah berpotensi untuk laku dijual dan menguntungkan. Jika terdapat ide lebih dari satu, maka yang dipilih oleh pengambil keputusan biasanya tergantung pada faktor kesesuaian dengan ide pengambil keputusan tersebut, faktor dimana pengambil keputusan akan mampu melibatkan diri dalam hal-hal yang sifatnya teknis dan keyakinan akan kemampuan proyek untuk menghasilkan laba.

b. Tahap Penelitian

Setelah ide proyek dipilih, selanjutnya dilakukan penelitian yang lebih mendalam dengan memakai metode ilmiah. Dimulai dengan mengumpulkan data, lalu mengolah data berdasarkan teori-teori yang relevan, menganalisis hasil pengolahan data dengan alat-alat analisis yang sesuai, menyimpulkan hasil sampai pada pekerjaan membuat laporan hasil penelitian tersebut.

c. Tahap Evaluasi

Evaluasi berarti membandingkan sesuatu dengan satu atau lebih standar/kriteria. Hal yang dibandingkan dalam evaluasi bisnis ialah seluruh ongkos yang akan ditimbulkan oleh usulan bisnis serta manfaat atau benefit yang diperkirakan akan diperoleh

d. Tahap Pengurutan Usulan yang Layak

Jika terdapat lebih dari satu usulan rencana bisnis yang dianggap layak dan terdapat keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki oleh manajemen untuk merealisasikan semua rencana bisnis tersebut, misalnya keterbatasan dana, maka perlu dilakukan pemilihan rencana bisnis yang dianggap paling penting direalisasikan. Sudah tentu yang diprioritaskan adalah rencana bisnis yang mempunyai skor tertinggi jika dibandingkan dengan usulan yang lain berdasarkan kriteria-kriteria penilaian yang telah ditentukan.

e. Tahap Rencana Pelaksanaan

Setelah rencana bisnis dipilih untuk direalisasikan, perlu dibuat rencana kerja pelaksanaan pembangunan proyek. Mulai dari menentukan jenis pekerjaan, waktu yang dibutuhkan untuk tiap jenis pekerjaan, jumlah dan kualifikasi tenaga pelaksana, ketersediaan dana dan sumber daya yang lain, kesiapan manajemen dan lain-lain.

f. Tahap Pelaksanaan

Setelah semua persiapan yang harus dikerjakan selesai disiapkan, tahap berikutnya adalah merealisasikan pembangunan proyek tersebut. Kegiatan ini membutuhkan manajemen proyek. Jika proyek telah selesai dikerjakan, selanjutnya menjalankan operasional bisnis ini secara rutin.

2.5 Hasil Studi Kelayakan Bisnis

Hasil studi kelayakan bisnis adalah berupa dokumentasi lengkap dalam bentuk tertulis. Dokumentasi ini memperlihatkan bagaimana rencana bisnis memiliki nilai-nilai positif bagi aspek-aspek yang diteliti, sehingga akan dinyatakan sebagai proyek bisnis yang layak.

2.6 Aspek-aspek dalam Penilaian Kelayakan

Dalam melakukan studi kelayakan melalui tahap-tahap yang telah ditentukan, hendaknya dilakukan secara benar. Kemudian setiap tahapan memiliki berbagai aspek yang harus diteliti, diukur dan dinilai sesuai dengan ketentuan yang telah ditentukan.

Secara umum prioritas aspek-aspek yang perlu dilakukan studi kelayakan adalah aspek pasar dan pemasaran, aspek finansial, aspek teknis aspek manajemen, aspek sosial ekonomi.

2.6.1 Aspek Pasar dan Pemasaran

2.6.1.1 Pengertian Pasar dan Pemasaran

Pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Dengan kata lain, setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh

pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar.

Secara sederhana, definisi pasar ialah tempat terjadinya transaksi jual beli (penjualan dan pembelian) yang dilakukan oleh penjual dan pembeli yang terjadi pada waktu dan tempat tertentu. Namun seiring kemajuan teknologi, transaksi jual beli antara pembeli dan penjual bisa saja tidak bertemu secara langsung, mereka dapat saja berada di tempat yang berbeda atau berjauhan. Artinya, dalam proses pembentukan pasar, hanya dibutuhkan adanya penjual, pembeli, dan barang yang diperjualbelikan serta adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli. Menurut W.J. Stanton, pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang untuk belanja serta kemauan untuk membelanjakannya.

Menurut Kotler (Kasmir & Jakfar , 2003) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain.

Tujuan pemasaran jasa atau produk secara umum adalah sebagai berikut (Kasmir & Jakfar , 2003):

- a. Memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan atau merangsang konsumen.
- b. Memaksimalkan kepuasan konsumen
- c. Memaksimalkan pilihan (ragam produk)
- d. Memaksimalkan mutu hidup (kualitas, ketersediaan, harga pokok barang)
- e. Meningkatkan penjualan dan jasa
- f. Ingin menguasai pasar dan menghadapi pesaing
- g. Memenuhi kebutuhan akan suatu produk maupun jasa
- h. Memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk atau jasa.

2.6.1.2 Segmentasi, Target dan Posisi di Pasar

Perusahaan hendaknya mengetahui pasar dimana produk/jasa yang akan diproduksi akan ditawarkan. Tindak lanjut dari penentuan pasar adalah

melakukan segmentasi pasar karena sifat pasar yang heterogen. Agar perusahaan lebih mudah masuk ke pasar yang heterogen, hendaknya hendaknya pasar tersebut dipilah-pilah sehingga membentuk segmen-segmen yang relatif homogeny. Selanjutnya setelah pasar yang dituju menjadi homogeny, perusahaan hendaknya melakukan keputusan memilih sasaran yang lebih jelas. Hal ini dilakukan karena perusahaan memiliki sumber daya terbatas untuk dapat memenuhi pasar walaupun telah disegmentasikan. Setelah sasaran pasar menjadi lebih terarah, produk hendaknya memiliki posisi yang jelas di pasaran.

a. Segmentasi Pasar

Pasar terdiri dari banyak sekali pembeli yang berbeda dalam beberapa hal, misalnya keinginan, kemampuan keuangan, lokasi, sikap pembelian dan praktek-praktek pembeliannya. Komponen-komponen utama dari aspek segmentasi pasar antara lain :

1. Aspek Geografis
 - Bangsa
 - Negara
 - Provinsi
 - Kabupaten/Kotamadya
2. Aspek Demografis
 - Usia
 - Jenis Kelamin
 - Pendapatan
3. Aspek Psikografis
 - Kelas Sosial
 - Gaya hidup
 - Kepribadian
4. Aspek Prilaku
 - Kesempatan
 - Tingkat penggunaan
 - Status kesetiaan
 - Tahap kesiapan pembeli

b. Menetapkan Pasar Sasaran

Setelah segmen pasar diketahui, selanjutnya perusahaan perlu melakukan analisis untuk dapat memutuskan segmen pasar yang akan dicakup, lalu memilih segmen mana yang akan dilayani.

c. Menentukan Posisi Pasar

Menentukan posisi pasar yaitu menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau pasar. Kegiatan ini dilakukan setelah menentukan segmen mana yang akan dimasuki, maka harus pula menentukan posisi pasar mana yang ingin ditempati dalam segmen tersebut.

Posisi produk ialah bagaimana suatu produk yang didefinisikan oleh konsumen atas dasar atribut-atributnya. Tujuan penetapan posisi pasar (*market positioning*) adalah untuk membangun dan mengomunikasikan keunggulan bersaing produk yang dihasilkan kepada konsumen.

2.6.1.3 Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix Strategy*)

2.6.1.3.1 Strategi Bauran Pemasaran Produk Barang

Pemasaran produk barang, manajemen pemasaran akan dipecah atas 4 (empat) kebijakan pemasaran yaitu :

1. Strategi Produk

Pihak perusahaan terlebih dahulu harus mendefinisikan, memilih dan mendesain suatu produk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang akan dilayaninya, agar investasi yang ditanam dapat berhasil dengan baik. Untuk produk barang, isalnya dalam bentuk seperti mutu, ciri dan desain. Mutu produk menunjukkan kemampuan sebuah produk untuk menjalankan fungsinya, ciri produk merupakan sarana kompetitif untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing, sedangkan desain dapat menyumbangkan kegunaan atau manfaat produk serta coraknya.

2. Strategi Harga

Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Penentuan harga sangat penting diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya

barang produk yang ditawarkan. Langkah-langkah yang perlu ditempuh dalam menetapkan harga yang tepat terhadap suatu produk adalah (Kasmir & Jakfar, 2003) :

- a. Menentukan tujuan penetapan harga
- b. Memperkirakan permintaan, biaya dan laba
- c. Memilih strategi harga untuk membantu menentukan harga dasar
- d. Menyesuaikan harga dasar dengan taktik penetapan harga

Besarnya harga yang harus dipasang tentu disesuaikan dengan tujuan penentuan harga. Ada tiga strategi dasar dalam penetapan harga, yaitu (Kasmir & Jakfar, 2003) :

- a. *Skimming Pricing*, yaitu harga awal produk yang ditetapkan setinggi-tingginya dengan tujuan bahwa produk memiliki kualitas tinggi.
- b. *Penetration Pricing*, yaitu dengan menetapkan harga yang serendah mungkin dengan tujuan untuk menguasai pasar.
- c. *Status quo Pricing*, yaitu penetapan harga yang ditetapkan disesuaikan dengan harga yang ditetapkan pesaing.

3. Strategi Lokasi dan Distribusi

Penetapan lokasi dan distribusi beserta saran dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau lokasi. Begitu pula harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh konsumennya. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi adalah dengan pertimbangan sebagai berikut (Kasmir & Jakfar, 2003) :

- a. Dekat dengan kawasan industri
- b. Dekat dengan lokasi perkantoran
- c. Dekat dengan lokasi pasar
- d. Dekat dengan pusat pemerintahan
- e. Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat
- f. Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi
- g. Sarana dan prasarana (jalan, listrik dan lain-lain)

4. Strategi Promosi

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen. Paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam mempromosikan produk dan jasa (Kasmir & Jakfar, 2003) :

a. Periklanan (*advertising*)

Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti *billboard* di jalan-jalan strategis, televisi, koran, majalah dan media lainnya. Pertimbangan penggunaan media yang akan dipakai untuk pemasangan iklan di suatu media, antara lain :

1. Jangkauan media yang akan digunakan
2. Sasaran atau konsumen yang akan dituju
3. Besarnya biaya yang akan dikeluarkan

b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan dilakukan untuk menarik pelanggan untuk segera membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui :

1. Pemberian harga khusus atau potongan harga (*discount*) untuk produk tertentu
2. Pemberian undian kepada setiap pelanggan yang membeli dalam jumlah tertentu
3. Pemberian cenderamata kepada konsumen yang loyal, dan lain sebagainya.

c. Publisitas (*publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing konsumen melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial serta kegiatan lain. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor perusahaan di mata konsumennya.

d. Penjualan pribadi (*Personal Selling*)

Dalam dunia bisnis penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh *saleman* dan *salesgirl*. Bagi sebagian perusahaan *personal selling* dilakukan oleh petugas *customer service* atau *service assistance*.

2.6.1.3.2 Strategi Bauran Pemasaran Produk Jasa

Bauran pemasaran untuk produk jasa lebih luas daripada bauran produk barang. Untuk jasa, baurannya dapat diperluas lagi dengan menambah tiga elemen, yaitu elemen orang (*people*), bukti fisik dan proses jasa itu sendiri (*process*).

1. Orang (*people*)

Yang dimaksud orang disini ialah semua partisipan yang memainkan penyajian jasa selama proses dan konsumsi jasa berlangsung, oleh karenanya dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Yang dimaksud dengan partisipan ini antara lain adalah staf perusahaan, konsumen dan lain-lain.

2. Bukti Fisik

Yang dimaksud bukti fisik ialah suatu lingkungan dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi, dan setiap komponen *tangible* memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa tersebut.

3. Proses Jasa

Proses ini mencerminkan bagaimana semua bauran pemasaran jasa dikoordinasikan untuk menjamin kualitas dan konsistensi jasa yang diberikan kepada konsumen.

2.6.1.4 Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data dilakukan dengan cara observasi langsung, wawancara, dan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan data primer, sedangkan untuk mendapatkan data sekunder berasal dari studi pustaka. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Wawancara dengan pihak manajemen perusahaan, hal ini dilakukan dalam bentuk diskusi dan melalui percakapan dua arah atas inisiatif penulis

dengan terlebih dahulu menyusun daftar pertanyaan sebelumnya untuk memudahkan memperoleh informasi dari perusahaan.

2. Kuesioner yang bertujuan untuk mendapatkan data mengenai pelayanan yang diharapkan oleh para konsumen dan bagaimana tingkat kepuasan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh produsen. Sebelum kuesioner disebar, dilakukan uji coba kuesioner terlebih dahulu dengan tujuan untuk mengetahui tingkat validitas realibilitas kuesioner.
3. Studi Pustaka dengan cara mengumpulkan data dan informasi baik yang berasal dari data internal perusahaan maupun pihak eksternal seperti pustaka, literatur, laporan-laporan, serta penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua data yang diambil, adapun data yang diambil adalah :

1. Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner. Misalnya, bank memproduksi suatu produk layanan yang baru dan ingin mengetahui bagai mana sikap konsumen terhadap produk tersebut, maka diadakanlah wawancara atau pengisian kuesioner pada konsumen tersebut (Husain umar, 1999)

2. Sekunder

Menurut J. Supranto (1993) Data Sekunder adalah data yang dihimpun dalam bentuk yang sudah ada atau sudah jadi serta dapat dipublikasikan data tersebut sudah dikumpulkan dan diolah lembaga atau perusahaan administrasi dan sekunder yang dihimpun meliputi :

- a. Volume Penjualan
- b. Sejarah Perusahaan
- c. Jumlah Tenaga Kerja

Jadi dapat diartikan bahwa data skunder adalah data yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain.

2.6.1.5 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

1. Angket (Kuesioner)

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden. Jawaban responden atas semua pertanyaan dalam kuesioner kemudian dicatat/direkam. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang efisien bila peneliti mengetahui secara pasti data/informasi apa yang dibutuhkan dan bagaimana variabel yang menyatakan informasi yang dibutuhkan tersebut diukur.

Teknik yang digunakan kuisisioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan dapat bersifat terbuka, jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya, sedangkan bersifat tertutup jika alternatif-alternatif jawaban telah disediakan.

Dalam pembuatan kuisisioner, perlu diketahui bahwa kuisisioner disamping bertujuan untuk menampung data sesuai dengan kebutuhan, juga merupakan suatu kertas yang harus ditatalaksanakan secara baik.

Emory (1995), mengatakan bahwa ada 4 komponen inti dari sebuah kuisisioner, keempat komponen itu adalah :

1. Adanya subjek, yaitu individu atau lembaga melaksanakan riset.
2. Adanya ajakan, yaitu permohonan dari periset kepada responden untuk turut serta mengisi secara aktif dan objektif pertanyaan maupun pertanyaan yang tersedia.
3. Adanya petunjuk pengisian kuisisioner, dan petunjuk yang tersedia harus mudah dimengerti dan tidak biasa.
4. Adanya pertanyaan maupun pernyataan beserta tempat mengisi jawaban, baik secara tertutup, semi tertutup, atau terbuka. Dalam pembuatan pertanyaan jangan dilupakan isian untuk identifikasi responden.

2.6.1.6 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran itu mampu mengukur apa yang ingin diukur. Bila, seorang ingin mengukur berat suatu benda, maka dia harus menggunakan timbangan. Alat ini merupakan pengukuran yang valid bila dipakai untuk mengukur berat, karena timbangan memang mengukur berat. Bila panjang suatu benda yang ingin diukur, maka dia harus menggunakan meteran. Meteran adalah alat pengukuran yang valid bila digunakan untuk mengukur panjang, karena memang meteran mengukur panjang. Tetapi timbangan bukanlah alat pengukuran yang valid bila digunakan untuk mengukur panjang.

Perhitungan manual uji validitas menggunakan rumus :

$$r = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{N \sum X^2 - \sum X^2} \sqrt{N \sum Y^2 - \sum Y^2}}$$

Dimana :

N : Jumlah data yang diambil (responden)

X : Jumlah skor X

X² : Jumlah skor X yang dikuadratkan

Y : Jumlah skor Y

Y² : Jumlah skor Y yang dikuadratkan

XY : Jumlah perkalian X dan Y

Uji validitas akan dilakukan dengan menghitung koefisien korelasi antar subjek pada item pernyataan dengan skor test yang diperoleh dari hasil kuesioner. (aplikasi uji validitas dengan menggunakan bantuan *software SPSS 16 for windows*).

2.6.1.7 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Misalkan, seorang mengukur jarak dua buah bangunan dengan dua jenis alat pengukuran, yang pertama menggunakan meteran yang terbuat dari logam, sedangkan yang kedua dengan menggunakan jumlah langkah kaki. Setiap alat pengukuran digunakan sebanyak dua kali untuk mengukur jarak yang sama. Besar sekali kemungkinan hasil pengukuran yang diperoleh dengan kedua alat

pengukuran tersebut akan berbeda. Pengukuran yang dilakukan dengan meteran yang terbuat dari logam secara relatif akan menunjukkan hasil yang sama antara pengukuran pertama dengan pengukuran yang kedua. Sedangkan pengukuran yang menggunakan langkah kaki, besar kemungkinan akan tidak sama karena besar langkah antara pengukuran pertama dengan yang kedua mungkin berlainan. Dari contoh di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa meteran adalah alat pengukuran yang reliabel, sedangkan langkah kaki adalah alat pengukuran yang kurang reliabel.

Perhitungan reliabilitas secara manual rumus yang digunakan adalah :

$$r_{\text{cronbach's Alpha}} = \frac{M}{M - 1} \left(1 - \frac{JK_X}{JK_Y} \right)$$

Dimana :

M : Jumlah responden

JK_X : Jumlah kuadrat total skor butir

JK_Y : Jumlah kuadrat total skor faktor

Sama halnya dengan pengujian validitas di atas, pengujian reliabilitas ini juga dilakukan dengan menggunakan bantuan *software SPSS 16 for windows*

2.6.2 Aspek Teknis

Aspek teknis atau operasi juga dikenal sebagai aspek produksi. Penilaian kelayakan terhadap aspek merupakan hal yang penting dilakukan sebelum perusahaan dijalankan. Penentuan kelayakan teknis atau operasi perusahaan menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan teknis/operasi, sehingga apabila tidak dianalisis dengan baik, maka akan berakibat fatal bagi peran dalam perjalanannya di kemudian hari. Kelengkapan kajian aspek teknis tergantung jenis usaha yang akan dijalankan, karena setiap jenis usaha memiliki prioritas tersendiri.

2.6.2.1 Tujuan Aspek Teknis

Menurut Kasmir & Jakfar (2003), secara umum ada beberapa hal yang hendak dicapai dalam penilaian aspek teknis/operasi, yaitu :

- a. Agar perusahaan dapat menentukan lokasi yang tepat, baik untuk lokasi pabrik, gudang, cabang maupun kantor pusat.

- b. Agar perusahaan dapat menentukan *layout* yang sesuai dengan proses produksi yang dipilih sehingga dapat memberikan efisiensi.
- c. Agar perusahaan bisa menentukan teknologi yang paling tepat dalam menjalankan produksinya.
- d. Agar perusahaan bisa menentukan metode persediaan yang paling baik untuk dijalankan sesuai dengan bidang usahanya.
- e. Agar dapat menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan sekarang dan di masa yang akan datang.

2.6.2.2 Masalah Proses Produksi dan Operasi

Berkaitan dengan studi kelayakan bisnis untuk aspek teknis, hendaknya permasalahan-permasalahan proses operasional untuk barang maupun jasa dapat dianalisis dengan cermat agar dapat dipakai untuk menyatakan layak atau tidak layak rencana bisnis dilihat dari aspek ini.

a. Pemilihan Startegi Produksi

Agar barang/jasa yang akan diproduksi dapat memenuhi kebutuhan konsumen, biasanya didahului dengan suatu kegiatan penelitian, seperti penelitian pasar dan pemasaran.

b. Pemilihan dan perencanaan Produk

Setelah beberapa alternatif ide produk tersaring, selanjutnya akan dikaji produk (beberapa produk) apa yang menjadi prioritas untuk diproduksi. Biasanya, untuk menetapkan produk (produk-produk) tersebut akan dilakukan melalui tahap pekerjaan. Pada umumnya, tahap itu meliputi :

1. Penentuan Ide produk dan Seleksi

Seperti telah diketahui, bahwa ide produk dapat diciptakan atas masukan berbagai aspek, seperti pada aspek pasar dan pemasaran. Akan tetapi, masih banyak aspek lain yang dapat mendorong terciptanya ide produk misalnya, atas perkembangan teknologi dan kebijakan-kebijakan internal perusahaan.

2. Penentuan Desain Produk Awal

Gambaran desain awal akan lebih jelas bila dibandingkan dengan produk biasa. Dalam membuat desain produk awal, hendaknya dipertimbangkan hal

seperti manfaat prooduk yang akan dibuat, fungsi yang hendaknya dimiliki barang agar menunjukkan manfaatnya, desain, seni dan etika barang yang akan diproduksi.

3. Pembuatan Prototipe dan Pengujian

Prototipe adalah produk yang akan dibuat sebagai produk cobaan sebelum produk dibuat secara besar-besaran. Ini berguna untuk menilai kemampuan produk agar sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

4. Implementasi

Tahap ini mencoba untuk menilai apakah produk yang sudah mulai diproduksi dan ditawarkan memiliki masa depan yang baik.

c. Rencana Kualitas

Rencana kualitas merupakan hal penting bagi konsumen. Kualitas produk, baik yang merupakan barang maupun jasa perlu ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Perusahaan hendaknya menentukan suatu tolak ukur rencana kualitas produk dari tiap dimensi kualitasnya.

d. Pemilihan Teknologi

Hendaknya, kemajuan teknologi membawa efisiensi yang tinggi pada proses produksi sekaligus menghasilkan produktivitas yang tinggi pula. Patikan umum yang dapat dipakai misalnya dengan mengetahui seberapa jauh derajat mekanisasi yang diinginkan dan manfaat ekonomi yang diharapkan. Beberapa kriteria lainnya adalah kesesuaian dengan bahan mentah yang dipakai, keberhasilan pemakaian teknologi di tempat lain, kemepuan tenaga kerja dalam pengoperasian teknologi dan kemampuan antisipasi terhadap teknologi lanjutan.

e. Rencana Kapasitas Produksi

Kapasitas didefinisikan sebagai suatu kemampuan pembatas dari unit produksi untuk memproduksi dalam waktu tertentu. Kapasitas dapat dilihat dari sisi masukan (*input*) atau keluaran (*output*).

f. Perencanaan Letak Pabrik

1. Bagi Perusahaan Manufaktur

Letak pabrik sebagai tempat proses produksi perlu dianalisis secara saksama karena sangat berpengaruh terhadap banyak aspek, seperti aspek biaya. Murah atau mahal nya harga produk tergantung pula pada letak pabrik karena jarak berpengaruh terhadap harga di pasar. Rentetan akibat lainnya adalah masalah kemampuan bersaing di pasar, yang pada ujungnya akan berpengaruh pada laba yang akan dihasilkan.

2. Bagi perusahaan Jasa

Letak lokasi fasilitas jasa dapat dibagi dua. Pertama, pelanggan datang ke lokasi fasilitas jasa, seperti pasien mendatangi tempat praktek dokter. Kedua, penyedia jasa mendatangi konsumen, seperti mobil kebakaran mendatangi lokasi kebakaran. Penentuan lokasi fasilitas jasa perlu mempertimbangkan banyak hal, antara lain mudah dan dapat diakses oleh konsumen, parkir yang memadai, dapat diekspansi, lingkungan yang mendukung usaha, kesesuaian dengan lokasi pesaing dan izin lokasi dari pihak berwenang.

g. Perencanaan Tataletak (*Layout*)

1. Bagi Industri Manufaktur

Bagi perusahaan manufaktur, paling tidak ada tiga jenis tempat yang perlu diatur *layout*-nya, yaitu :

a. Tataletak Pabrik

Tata letak disebut juga tata ruang, artinya penempatan fasilitas-fasilitas yang dipakai di dalam pabrik, seperti letak mesin-mesin, letak alat-alat produksi, lajur pengangkutan barang dan seterusnya. Letak dari fasilitas-fasilitas tersebut harus dikaji agar proses produksi dapat dijalankan secara efektif dan efisien.

b. Tataletak Kantor

Tataletak kantor hendaknya disesuaikan dengan besar/kecilnya investasi. Selain itu, tataletak harus dirancang memperhatikan kemudahan dalam

komunikasi, fleksibilitas pemakaian ruangan, struktur organisasi yang diterapkan serta bentuk layanan yang dilaksanakan secara rutin.

c. Tataletak Gudang

Hal utama yang harus diperhatikan dalam penyusunan tataletak gudang antara lain besar/kecilnya investasi, bahwa tataletak gudang hendaknya dapat memudahkan aktivitas bongkar muat barang, juga harus fleksibel untuk memudahkan pengaturan kembali jika jumlah barang yang disimpan berkurang atau bertambah. Tataletak gudang juga perlu memperhatikan keselamatan barang di gudang serta lingkungan dan keselamatan kerja di dalam gudang.

2. Bagi Industri Jasa

Tataletak fasilitas jasa yang tersedia akan berpengaruh pada persepsi pelanggan atas kualitas suatu jasa. Jadi, persepsi pelanggan terhadap suatu jasa dapat dipengaruhi oleh suasana yang dibentuk oleh eksterior dan interior fasilitas jasa tersebut, sehingga tataletak dan lingkungan tempat penyampaian jasa menjadi penting untuk diperhatikan.

a. Pertimbangan Parsial

Maksudnya adalah aspek seperti simetri, proporsi, tekstur, warna dan lain-lain hendaknya dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

b. Perencanaan Ruang

Unsur ini mencakup perancangan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapan dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain.

c. Perlengkapan/Perabotan

Unsur ini memiliki berbagai fungsi, antara lain sebagai sesuatu yang menunjukkan status pemilik atau penggunaannya.

d. Tata cahaya

Unsur ini selain berfungsi sebagai penerang ruangan, hendaknya juga diperhatikan aktivitas-aktivitas apa saja yang dilakukan di ruangan

tersebut agar sesuai dengan persepsi penyedia jasa dan pelanggan mereka.

e. Warna

Banyak orang yang menyatakan bahwa warna memiliki bahasanya sendiri, dimana warna dapat menggerakkan perasaan dan emosi. Sehingga pemilihan warna dalam ruangan menjadi penting.

f. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Aspek yang penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang digunakan untuk maksud tertentu (misalnya penunjuk arah/tempat, keterangan informasi dan sebagainya)

h. Perencanaan Jumlah Produksi

Aktivitas produksi hendaknya direncanakan dengan baik agar jumlah produksi yang dihasilkan tidak terlalu banyak atau terlalu sedikit. Dalam industri manufaktur, ada beberapa faktor yang mempengaruhi rencana produksi, yaitu :

1. Permintaan pasar
2. Kapasitas pabrik
3. Suplai bahan baku
4. Modal kerja
5. Peraturan pemerintah dan ketentuan teknis lainnya

i. Manajemen Persediaan

Persediaan barang biasanya digunakan untuk mengantisipasi permintaan konsumen yang meningkat secara tajam atau untuk mensuplai kekurangan bahan baku.

j. Pengawasan Kualitas Produk

Kualitas baik barang maupun jasa merupakan suatu kesatuan karakteristik produk dan jasa dari pemasaran rekayasa, manufaktur dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa dapat memenuhi harapan-harapan konsumen.

2.6.3 Aspek Keuangan

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

2.6.3.1 Biaya Kebutuhan Investasi

Investasi merupakan penanaman modal dalam suatu kegiatan yang memiliki jangka waktu relatif panjang dalam berbagai bidang usaha. Sedangkan menurut (William, Gordon dan Jeffry 1995) investasi adalah mengorbankan dolar sekarang untuk dolar dimasa yang akan datang, dari pengertian ini terkandung 2 (dua) atribut penting dalam investasi yakni adanya resiko dan tenggang waktu.

Mengorbankan uang atau dolar artinya menanamkan sejumlah dana (uang) dalam suatu usaha saat sekarang atau saat investasi dimulai, kemudian mengharapkan pengembalian investasi disertai dengan tingkat keuntungan yang diharapkan dimasa yang akan datang (dalam waktu tertentu).

Komponen yang terkandung dalam dalam biaya kebutuhan investasi biasanya disesuaikan dengan jenis usaha yang akan dijalankan. Secara garis besar biaya kebutuhan investasi meliputi biaya pra-investasi, biaya aktiva tetap dan biaya operasi (biaya modal kerja). Biaya pra-investasi merupakan biaya yang akan dikeluarkan perusahaan dalam rangka membuat usaha baru, baik dalam hal aktiva tetap atau biaya modal kerja. Biaya yang dikeluarkan untuk aktiva tetap meliputi pembelian tanah, pendirian bangunan atau gedung pabrik, pembelian mesin-mesin dan kendaraan. Biaya operasi (biaya modal kerja) adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya pemeliharaan dan biaya-biaya lainnya. Secara umum komponen biaya investasi adalah sebagai berikut:

- a. Biaya pra-investasi terdiri dari
 1. Biaya pembuatan studi kelayakan
 2. Biaya pengurusan izin-izin
 - 3.

- b. Biaya pembelian aktiva tetap, seperti
 - 1. Aktiva tetap berwujud antara lain:
 - a. Tanah
 - b. Mesin-mesin
 - c. Bangunan
 - d. Peralatan
 - e. Inventaris kantor
 - 2. Aktiva tetap tidak berwujud antara lain:
 - a. Hak cipta
 - b. Lisensi
 - c. Merek dagang
- c. Biaya operasional, meliputi:
 - 1. Upah dan gaji karyawan
 - 2. Biaya listrik
 - 3. Biaya telepon dan air
 - 4. Biaya pemeliharaan
 - 5. Pajak
 - 6. Premi asuransi
 - 7. Biaya pemasaran

2.6.3.2 Arus Kas (*Cash Flow*)

Cash flow merupakan arus kas atau aliran kas yang ada diperusahaan dalam periode tertentu (Jakfar dan Kasmir, 2003). *Cash flow* menggambarkan tentang berapa uang yang masuk keperusahaan dan jenis-jenis pemasukan tersebut. *Cash flow* juga menggambarkan berapa uang yang keluar serta jenis-jenis biaya yang dikeluarkan.

Uang masuk dapat berupa pinjaman dari lembaga keuangan atau hibah dari pihak tertentu. Uang masuk juga dapat diperoleh dari penghasilan atau pendapatan yang diperoleh dari yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankan seperti penjualan. Uang masuk dapat pula dari pendapatan yang lainnya yang bukan dari usaha utama.

Uang keluar merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan perusahaan dalam suatu periode baik yang langsung berhubungan dengan usaha yang dijalankan maupun yang tidak ada hubungan sama sekali dengan usaha utama. Misalnya pembayaran cicilan hutang dan bunga pinjaman, biaya produksi, biaya tenaga kerja dan biaya pemasaran.

Estimasi pendapatan dan biaya merupakan perkiraan berapa pendapatan dan biaya yang akan diperoleh dan berapa besar biaya yang harus dikeluarkan dalam suatu periode. Kemudian jenis-jenis pendapatan dan biaya apa saja yang dikeluarkan serta berapa besar pendapatan yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan tiap pos. Pada akhirnya *cash flow* akan terlihat kas akhir yang diterima perusahaan.

Jadi kas adalah jumlah uang yang masuk dan keluar perusahaan mulai dari investasi dilakukan sampai dengan berakhirnya investasi tersebut. Pentingnya kas akhir bagi investor jika dibandingkan dengan laba yang diterima perusahaan dikarenakan :

- a. Kas diperlukan untuk memenuhi kebutuhan uang tunai sehari-hari.
- b. Kas digunakan untuk membayar berbagai kewajiban yang jatuh tempo.
- c. Kas juga digunakan untuk melakukan investasi kembali.

Oleh karena itu bagi investor kas lebih penting dari laba. Jenis-jenis *cash flow* yang dikaitkan dengan suatu usaha terdiri dari :

- a. *Initial cash flow* atau kas awal yang merupakan pengeluaran-pengeluaran pada awal periode untuk investasi, misalnya biaya prainvestasi, pembelian tanah, gedung, mesin, peralatan dan modal kerja.
- b. *Operasional cash flow* merupakan kas yang diterima atau dikeluarkan pada saat operasi usaha seperti: penghasilan yang diterima dan pengeluaran yang dikeluarkan pada suatu periode.
- c. *Terminal cash flow* merupakan uang kas yang diterima pada saat usaha tersebut berakhir.

Terdapat dua cara yang dapat digunakan untuk menghitung aliran kas masuk, diantaranya sebagai berikut:

- a. Rumus aliran kas masuk dapat digunakan apabila investasi dilakukan dengan 100 % modal sendiri, artinya tanpa modal pinjaman, sehingga aliran kas masuk, dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$\text{Aliran Kas Masuk Bersih} = EAT + \text{Penyusutan} \dots\dots\dots (2.1)$$

Keterangan :

- *Earning Before Tax (EBT)* atau laba sebelum pajak
- *Earning After Tax (EAT)* atau laba setelah pajak

Sedangkan rumus penyusutan sebagai berikut:

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Investasi}}{\text{Umur Ekonomis}} \dots\dots\dots (2.2)$$

- b. Rumus aliran kas masuk jika menggunakan modal pinjaman adalah sebagai berikut:

$$\text{Kas Masuk bersih} = EAIT + \text{Penyusutan} + \text{Bunga} (1 - \text{Tax}) \dots\dots\dots (2.3)$$

Dimana :

- *Earning Before Interest and Tax (EBIT)* atau laba sebelum bunga dan pajak.
- *Earning After Interest and Tax (EAIT)* atau laba setelah bunga dan pajak.

2.6.3.3 Kriteria Penilaian Investasi

Ada beberapa kriteria untuk menentukan apakah suatu usaha layak atau tidak dijalankan ditinjau dari aspek keuangan. Kriteria ini sangat tergantung dari kebutuhan masing-masing perusahaan dan metode mana yang akan digunakan. Setiap metode memiliki kelebihan dan kelemahannya masing-masing. Dalam penilaian suatu usaha hendaknya penilai menggunakan beberapa metode sekaligus. Artinya, semakin banyak metode yang digunakan, maka akan semakin memberikan gambaran yang lengkap sehingga diharapkan memberikan hasil yang akan diperoleh menjadi lebih sempurna. Sedangkan metode penilaian yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

- a. *Payback Period (PP)*

Metode *Payback Period (PP)* merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu usaha atau proyek. Perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan kas bersih yang diperoleh setiap tahun. Nilai

kas bersih merupakan penjumlahan laba setelah pajak ditambah dengan penyusutan (dengan catatan jika investasi 100% menggunakan modal sendiri)

$$PP = n + \left(\frac{a - b}{c - b} \right) \cdot 12 \dots\dots\dots(2.4)$$

Dimana :

n = tahun terakhir dimana kas bersih belum bisa menutupi biaya investasi

a = jumlah investasi

b = jumlah kumulatif kas bersih pada tahun ke-n

c = jumlah kumulatif kas bersih pada tahun ke- n + 1

Untuk menilai apakah usaha layak diterima atau tidak dari segi *PP*, maka hasil perhitungan tersebut harus sebagai berikut:

1. *PP* sekarang lebih kecil dari umur investasi
2. Dengan membandingkan industri unit usaha sejenis
3. Sesuai dengan target perusahaan

Kelemahan metode ini sebagai berikut:

1. Mengabaikan *time value of maney* (nilai uang dari waktu)
2. Tidak mengabaikan arus kas yang terjadi setelah masa pengembalian

b. *Net Present Value (NPV)*

Net Present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang menurut (Kasmir dan Jakfar, 2003) merupakan perbandingan antara *Present Value (PV)* kas bersih (*PV* dari proses) dengan *PV* investasi (*capital outlays*/modal yang dikeluarkan) selama umur investasi. Selisih antara nilai kedua *PV* tersebut yang kita kenal dengan *Net Present Value (NPV)*.

Cara menghitung *NPV*, terlebih dahulu kita harus tahu berapa *PV* kas bersihnya. *PV* kas bersih dapat dicari dengan jalan membuat dan menghitung dari *cash flow* perusahaan selama umur investasi tertentu.

Rumus yang biasa digunakan dalam menghitung *NPV* adalah sebagai berikut:

$$NPV = \frac{\text{Kas Bersih 1}}{(1+r)} + \frac{\text{Kas Bersih 2}}{(1+r)^2} + \dots + \frac{\text{Kas Bersih N}}{(1+r)^n} - \text{Investasi} \dots\dots\dots (2.5)$$

Dimana :

r = Tingkat bunga pengembalian

N = Tahun

Dengan ketentuan :

Jika NPV positif, maka investasi diterima,

Jika NPV negatif, sebaiknya investasi ditolak.

c. *Internal Rate Of Return (IRR)*

Internal Rate Of Return (IRR) merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern. Adapun cara yang digunakan untuk mencari *IRR*, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$IRR = i_1 + \left(\frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \right) \cdot (i_2 - i_1) \dots\dots\dots(2.6)$$

Dimana:

i_1 = Tingkat bunga 1

i_2 = Tingkat bunga 2

Jika perhitungan dengan cara *trial and error*, maka *IRR* dapat dicari dengan cara mencari NPV positif dan NPV negatif terlebih dahulu sampai diperoleh dengan menggunakan tingkat suku bunga tertentu.

Kesimpulan :

Jika IRR lebih besar ($>$) dari bunga pinjaman maka diterima.

Jika IRR lebih kecil ($<$) dari bunga pinjaman maka ditolak.

2.7 Sistem bagi hasil

Sistem bagi hasil dewasa ini mulai menjadi alternatif pilihan bagi pelaku bisnis atau usaha. Bagi hasil atau biasa dikenal dengan istilah '*Profit Sharing*' diartikan sebagai distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan (Barus 2005). Bagi hasil ini dilaksanakan berdasarkan normanorma Islam diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Perdagangan barang yang halal.
2. Bersikap benar, amanah, dan jujur.
3. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga.

4. Menegakkan toleransi dan persaudaraan (Jusmaliani 2008).

Oleh karena itu, pada sistem bagi hasil ini selain pembagian untung, juga rugi ditanggung bersama oleh kedua belah pihak. Besarnya bagi hasil juga dapat berubah-ubah, tergantung dari keuntungan yang diterima perusahaan. Namun, besarnya persentase bagi hasil sudah ditetapkan di awal.

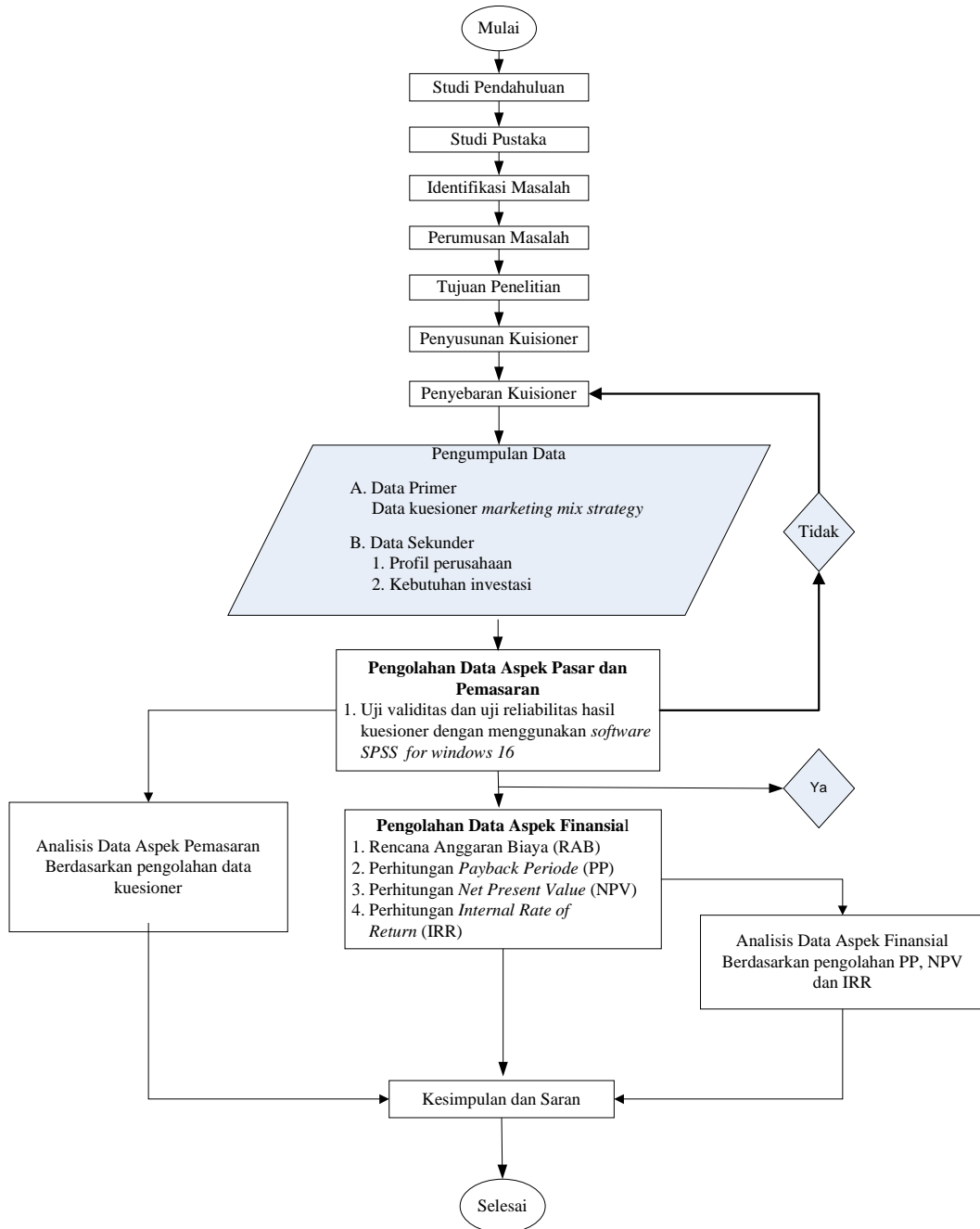
Terdapat dua jenis perhitungan bagi hasil yaitu *profit/loss sharing* dan *revenue sharing*. Pada *profit/loss sharing* jumlah pendapatan bagi hasil yang diterima tergantung keuntungan usaha, sedangkan pada *revenue sharing* penentuan bagi hasil tergantung pendapatan kotor usaha (harga jual dikalikan dengan jumlah barang yang di jual). Pada umumnya di Indonesia menerapkan sistem *revenue sharing*. Pola ini dapat memperkecil kerugian bagi pemilik dana. Jenis-jenis bentuk kerjasama yang menerapkan prinsip dasar bagi hasil antara lain:

1. Al-Musyarakah (*Partnership, Project Financing, Participation*), adalah penanaman dana dari pemilik modal untuk mencampurkan dana atau modal pada suatu usaha tertentu, dengan pembagian bagi hasil berdasarkan nisbah (proporsi) yang telah disepakati sebelumnya, sedangkan kerugian ditanggung semua pemilik dana berdasarkan bagian modal masing-masing.
2. Al-Muzara'ah (*Harvest-Yield Profit Sharing*), adalah kerja sama pengolahan pertanian antara pemilik lahan dan penggarap, di mana pemilik lahan memberikan lahan kepada si penggarap untuk ditanami dan dipelihara dengan imbalan bagian tertentu dan hasil panen.
3. Al-Musaqah (*Plantation Management FeeBased on Certain Portion of Yield*), adalah bentuk sederhana dari AL-Muzaraah dimana si penggarap hanya bertanggung jawab atas penyiraman dan pemeliharaan. Sebagai imbalan, penggarap berhak atas nisbah tertentu dari hasil panen. (Tim Penelitian dan Pengembangan Bank Indonesia 2006)

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tahapan Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dengan tahapan sebagai berikut :



Gambar 3.1 Metodologi Penelitian

3.2 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan dilakukan di tanah kosong yang akan di bangun perumahan tipe 70/200 berada di JL. Gajah Mungkur, Bukit Barisan, Tenanan Raya. Pada tahap ini, peneliti melakukan wawancara terhadap pihak perusahaan untuk mengetahui sejarah perusahaan dan seputar rencana pembangunan perumahan tipe 70/200 serta menemukan apa yang dapat di teliti secara kajian analisa kelayakan dalam usaha pembangunan perumahan tipe 70/200 ini.

3.3 Studi Pustaka

Dalam penelitian ini studi pustaka dilakukan untuk mencari referensi mengenai teori yang berkaitan dengan pembanguna perumahan, studi kelayakan bisnis/usaha dengan pola bagi hasil. Referensi mengenai aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis serta aspek finansial merupakan referensi utama karena aspek inilah yang diteliti dalam melakukan analisa kelayakan pembangunan perumahan tipe 70/200 di bukit barisan, tananan raya ini.

3.4 Identifikasi Permasalahan

Berdasarkan studi pendahuluan yang telah dilakukan, maka dapat diidentifikasi bahwa perusahaan ingin mengetahui studi kelayakan pembangunan perumahan tipe 70/200 di bukit barisan, tenanan raya dengan pola bagi hasil.

3.5 Perumusan Masalah

Setelah masalah yang akan diteliti ditentukan, dan supaya masalah dapat terjawab secara akurat, maka masalah yang akan diteliti perlu dirumuskan secara spesifik. Dalam hal ini permasalahan yang akan dikaji yaitu “Bagaimana analisis kelayakan industri pembangunan perumahan bukit barisan tipe 70/200 dengan sistem bagi hasil bila ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis serta aspek *financial*”?

3.6 Tujuan Penelitian

Setelah dilakukan studi pendahuluan, studi pustaka, indentifikasi masalah dan perumusan masalah, selanjutnya menentukan tujuan penelitian untuk memberikan gambaran yang jelas terhadap langkah-langkah dalam memecahkan permasalahan sehingga tujuan penelitian bisa tercapai. Adapun tujuan dalam penelitian ini ialah mengetahui apakah pembangunan perumahan tipe 70/200 di bukit barisan, tenanan raya layak untuk di bangun.

3.7 Penyusunan Kuisisioner

Kuisisioner merupakan daftar pertanyaan yang akan digunakan oleh periset untuk memperoleh data dari sumbernya secara langsung melalui proses komunikasi atau dengan mengajukan pertanyaan.

Penyusunan keosioner dilakukan untuk memilih pertanyaan-pertanyaan yang akan disajikan dalam kuisisioner agar pertanyaan – pertanyaan yang diajukan kepada responden mudah dingerti dan tidak bertele-tele. Pada pembuatan kuisisioner juga harus dilihat sesuai dengan apa yang kita teliti contohnya, pada penelitian ini mengenai kualitas pelayanan isi kuisisioner juga berkaitan dengan kualitas pelayanan.

Kuisisioner sebagai alat pengumpulan data disusun dalam dua bentuk pertanyaan yang bersifat terbuka dan pertanyaan yang bersifat tertutup. Pertanyaan terbuka di mana responden dapat menjawab sesuai dengan diinginkan dengan kata-kata mereka sendiri. Sedangkan pertanyaan tertutup di mana peneliti memerikan semua kemungkinan jawaban, dan responden tinggal memilih di antaranya (Philip Kotler dkk., 1999).

Untuk pengukuran atribut digunakan Skala *Likert*. Dalam skala ini dibagi atas lima kategori jawaban yang menunjukkan derajat kepentingan (untuk data harapan), dan derajat kepuasan (untuk data kinerja/persepsi).

3.8 Penyebaran Kuisisioner

Sebelum dilakukan penyebaran kuisisioner, penulis terlebih dahulu melakukan tes kuisisioner, dengan menyebarkan 30 kuisisioner. Hal ini dilakukan agar kuisisioner yang akan disebarakan sesuai dengan data yang ingin diperoleh dari lapangan dan sekaligus juga untuk mendapatkan masukan mengenai kuisisioner itu sendiri, apakah bahasa yang disajikan sulit dimengerti oleh responden atau tidak. Setelah melakukan tes kuisisioner, selanjutnya melakukan penyebaran kuisisioner yang harus sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan penulis untuk menganalisa data kuisisioner.

3.9 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber *primer* dan sumber *sekunder*, selanjutnya bila dilihat dari segi

cara atau teknik pengumpulan data, pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), kuesioner, observasi (pengamatan) dan gabungan ketiganya (Sugiyono, 2009).

3.9.1 Jenis Data

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2009).

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh dari konsumen berupa jawaban dari pertanyaan dalam kuesioner yang dibagikan kepada konsumen. Dalam kuesioner, atribut-atribut yang ditanyakan kepada konsumen harus *valid* dan *reliable*. Selain itu juga jumlah data yang dikumpulkan harus memenuhi dari segi kuantitas dan jumlah, untuk itu perlu dilakukan uji kecukupan data.

b. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang didapatkan dengan mempelajari literatur yang berhubungan dengan penelitian dan dokumen-dokumen perusahaan. Data-data ini berisi tentang petunjuk dalam pelaksanaan penelitian dan semua informasi yang berguna dalam penyusunan laporan.

3.9.2 Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2009).

Pertanyaan dalam kuesioner berdasarkan *marketing mix strategy* yang dibagi kedalam 4 variabel penelitian sebagai berikut :

I. Strategi produk

1. Bagaimana menurut anda jika perumahan Tipe 70/200 memakai konsep minimalis dan modern ?
2. Bagaimana menurut anda jika di sekitar perumahan menyediakan masjid?
3. Bagaimana menurut anda jika pada perumahan tipe 70/200 di lengkapi perkarangan untuk menanam bunga?

4. Bagaimana menurut anda jika perumahan tipe 70/200 di lengkapi halaman parkir kendaraan?

II. Strategi harga

1. Bagaimana menurut anda jika perumahan tipe 70/200 ditawarkan dengan harga 350.000.000 ?
2. Bagaimana menurut anda jika perumahan tipe 70/200 menawarkan DP 15% dari harga jual rumah?
3. Bagaimana menurut anda jika perumahan tipe 70/200 menawarkan cicilan yang rendah?

III. Strategi Lokasi

1. Bagaimana menurut anda jika perumahan tipe 70/200 berdekatan dengan lembaga pendidikan?
2. Bagaimana menurut anda jika perumahan tipe 70/200 berdekatan dengan pusat perbelanjaan?
3. Bagaimana menurut anda jika perumahan tipe 70/200 berjauhan dengan kota untuk meningkatkan kenyamanan dalam beristirahat ?
4. Bagaimana menurut anda jika perumahan tipe 70/200 dekat dengan rekreasi keluarga ?

IV. Strategi Promosi

1. Bagaimana menurut anda jika perumahan tipe 70/200 telah di lengkapi dengan pendingin ruangan gratis?
2. Bagaimana menurut anda jika perumahan tipe 70/200 di lengkapi dengan Sofa Tamu?
3. Bagaimana menurut anda jika perumahan tipe 70/200 di promosikan pada surat kabar?

b. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Skala *Likert* untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang variabel penelitian (Sugiyono, 2009).

Tabel 3.1 Kategori Jawaban Menurut Skala

Kategori	Skala
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono (2007)

3.9.3 Penentuan Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan suatu himpunan unit yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya (Kuncoro, 2009). Dalam penelitian ini populasi yang dimaksudkan adalah orang dewasa yang telah memiliki pekerjaan tetap.

2. Penentuan Jumlah Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampel secara kebetulan (*Accidental sampling*). Di mana metode ini merupakan prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses (Suyatno, 2001).

Untuk menentukan besar sampel dari jumlah populasi yang tidak diketahui, penulis mengacu kepada kutipan Suyatno (2001) yang dikutip dari Snedecor GW dan Chocran WG (1997) menggunakan rumus :

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 p(1-p)}{E^2} \dots\dots\dots(3.1)$$

Dimana :

- n : besarnya sampel yang diperlukan
- p : proporsi yang diduga (jika nilai p tidak diketahui, maka bisa menggunakan nilai estimasi tertinggi, yaitu p = 0.5)
- $Z_{\alpha/2}$: nilai z (tabel normal) yang berhubungan dengan tingkat kepercayaan
- E : kesalahan maksimum yang dapat diterima

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 90% ($Z_{r/2}=1.64$), standar error 10 % serta dengan nilai p sebesar 0.5, maka jumlah sampel adalah :

$$n = \frac{1.64^2 \times 0.5 \times (1-0.5)}{0.1^2}$$

$n = 67,24 \approx 68$ maka sampel yang perlu diambil adalah 68 responden

3.10 Pengolahan Data

Beberapa langkah yang dilakukan dalam proses pengolahan data untuk melakukan studi kelayakan pembangunan perumahan tipe 70/200 bukit barisan, tenanan raya meliputi beberapa aspek diantaranya:

3.10.1 Strategi Pasar dan Pemasaran

Pada tahap ini langkah yang dilakukan adalah melakukan rekapitulasi jawaban responden dan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Validitas adalah tingkat kemampuan instrumen untuk menggunakan data sesuai dengan masalah yang hendak diungkapkan (Husein Umar, 2008). Uji validitas dilakukan untuk menguji butir-butir pertanyaan kuesioner, dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n \sum X^2 - \sum X^2)(n \sum Y^2 - \sum Y^2)}} \dots\dots\dots(3.2)$$

Dimana :

n = Jumlah responden

X = Nilai jawaban responden untuk butir pertanyaan X_i

Y = Jumlah nilai jawaban responden n_i

Uji validitas juga dilakukan dengan menggunakan *software SPSS 16.0*. Validitas pengukuran tersebut dapat dilihat pada tabel *Item Total Statistics* (nilai *Corrected Item-Total Correlation*) tampilan SPSS.

Data dikatakan valid jika nilai r pada *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari pada nilai r dalam tabel *r product moment*.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas ialah kemampuan instrumen untuk menghasilkan pengukuran yang konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih (Husein Umar, 2008). Reliabilitas dilakukan jika butir-butir pertanyaan kuesioner sudah dinyatakan valid. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s_b^2}{s_b^2} \right) \dots\dots\dots(3.3)$$

Dimana :

- r_{11} = Reliabilitas instrumen
- k = Jumlah butir pertanyaan
- s_b^2 = Deviasi standar pertanyaan
- s_b^2 = Jumlah deviasi standar butir pertanyaan

Nilai reabilitas pengukuran tersebut dapat diketahui juga dengan menggunakan *software SPSS 16.0* pada tabel *Reliability Statistics* (nilai *Cronbach's Alpha*).

Koefisien korelasi yang digunakan sebagai penilaian terhadap reliabilitas instrumen adalah sebagai berikut :

- 1. 0,800 – 1,000 = baik
- 2. 0,600 – 0,799 = dapat diterima
- 3. < 0,600 = kurang baik

c. Menentukan Skor Ideal

Untuk menentukan skala pengukuran dari hasil kuesioner tersebut, maka tahap selanjutnya yang harus dilakukan adalah dengan menentukan skor ideal setiap pertanyaan yang diajukan kepada responden. Berikut merupakan contoh menghitung skor ideal untuk setiap pernyataan yang diajukan kepada responden.

- 1. Jumlah skor untuk pilihan jawaban sangat setuju (SS) = 5 x 68 = 340
- 2. Jumlah skor untuk pilihan jawaban setuju (S) = 4 x 68 = 272
- 3. Jumlah skor untuk pilihan jawaban ragu-ragu (RR) = 3 x 68 = 204
- 4. Jumlah skor untuk pilihan jawaban tidak setuju (TS) = 2 x 68 = 136
- 5. Jumlah skor untuk pilihan jawaban sangat tidak setuju (STS) = 1 x 68 = 69

Berikut merupakan kriteria interpretasi skor, menurut Riduwan dan Sunarto (2010):

1. Angka 0% - 20% = Sangat lemah
2. Angka 21% - 40% = Lemah
3. Angka 41% - 60% = Cukup
4. Angka 61% - 80% = Kuat
5. Angka 81% - 100% = Sangat kuat

3.10.2 Aspek Finansial

Perhitungan aspek finansial menyangkut aliran masuk dan keluar dari seluruh pendapatan (proyeksi rugi laba), biaya-biaya, maupun pajak yang akhirnya merupakan pokok pengambilan keputusan layak atau tidaknya pengembangan usaha ini.

Beberapa perhitungan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

a. Perhitungan Rencana Anggaran Biaya

b. Kebutuhan Investasi

Merupakan kebutuhan biaya pra-investasi dan pembelian aktiva tetap yang harus dikeluarkan atau ditanggung perusahaan.

c. Perkiraan Perhitungan Pendapatan

Perhitungan perkiraan pendapatan diperoleh dengan menggunakan target pendapatan yang telah ditetapkan oleh *owner*.

d. Investasi Kas Bersih

Merupakan investasi bersih yang di keluarkan yang perhitungannya di dapat dari kebutuhan investasi.

e. Perhitungan *Payback Period (PP)*

Perhitungan *Payback Period* digunakan untuk menganalisa sampai berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk pengembalian modal atau investasi yang ditanamkan pada perusahaan.

f. Analisis *Net Present Value (NPV)*

Net Present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara *Present Value (PV)* kas bersih (*PV* dari proses) dengan *PV* investasi (*capital outlays*/modal yang dikeluarkan) selama umur investasi. Selisih antara

nilai kedua PV tersebut yang kita kenal dengan *Net Present Value (NPV)*. Untuk Menghitung *NPV*, terlebih dahulu harus tahu berapa *PV* kas bersihnya. *PV* kas bersih dapat dicari dengan cara menghitung *cash flow* perusahaan selama umur investasi tertentu.

g. *Internal Rate Of Return (IRR)*

Internal Rate Of Return (IRR) merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern pada perusahaan.

3.11 Analisa Data

Setelah melakukan pengolahan data, maka dilakukan analisa untuk menentukan apakah usulan pengembangan perusahaan dapat diterima atau tidak.

Adapun kriterianya adalah sebagai berikut:

- a. Analisis pasar dan strategi pemasaran meliputi strategi produk, strategi harga, strategi lokasi, strategi promosi, berdasarkan kuesioner yang diisi responden.
- b. Analisis aspek finansial meliputi :
 1. Analisis Rencana Anggaran Biaya
 2. Jika *PP* sekarang lebih kecil dari umur investasi maka proyek diterima.
 3. Jika *NPV* bernilai positif, maka investasi diterima.
Jika *NPV* bernilai negatif, sebaiknya investasi ditolak.
 4. Jika *IRR* lebih besar ($>$) dari bunga pinjaman maka diterima.
Jika *IRR* lebih kecil ($<$) dari bunga pinjaman maka ditolak.

3.12 Tahap Kesimpulan dan Saran

Hasil dari pengolahan dan analisis data dapat ditarik suatu kesimpulan yang merupakan tujuan dari penelitian, yaitu untuk mengetahui analisis kelayakan pembangunan perumahan tipe 70/200 bukit barisan,tenanan raya oleh PT. Gilang Permata yang ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan aspek finansial. Hal ini sekaligus akan memberi saran kepada pihak perusahaan untuk melakukan pembangunan perumahan tipe 70/200 bukit barisan,tenanan raya oleh PT. Gilang Permata.

BAB IV

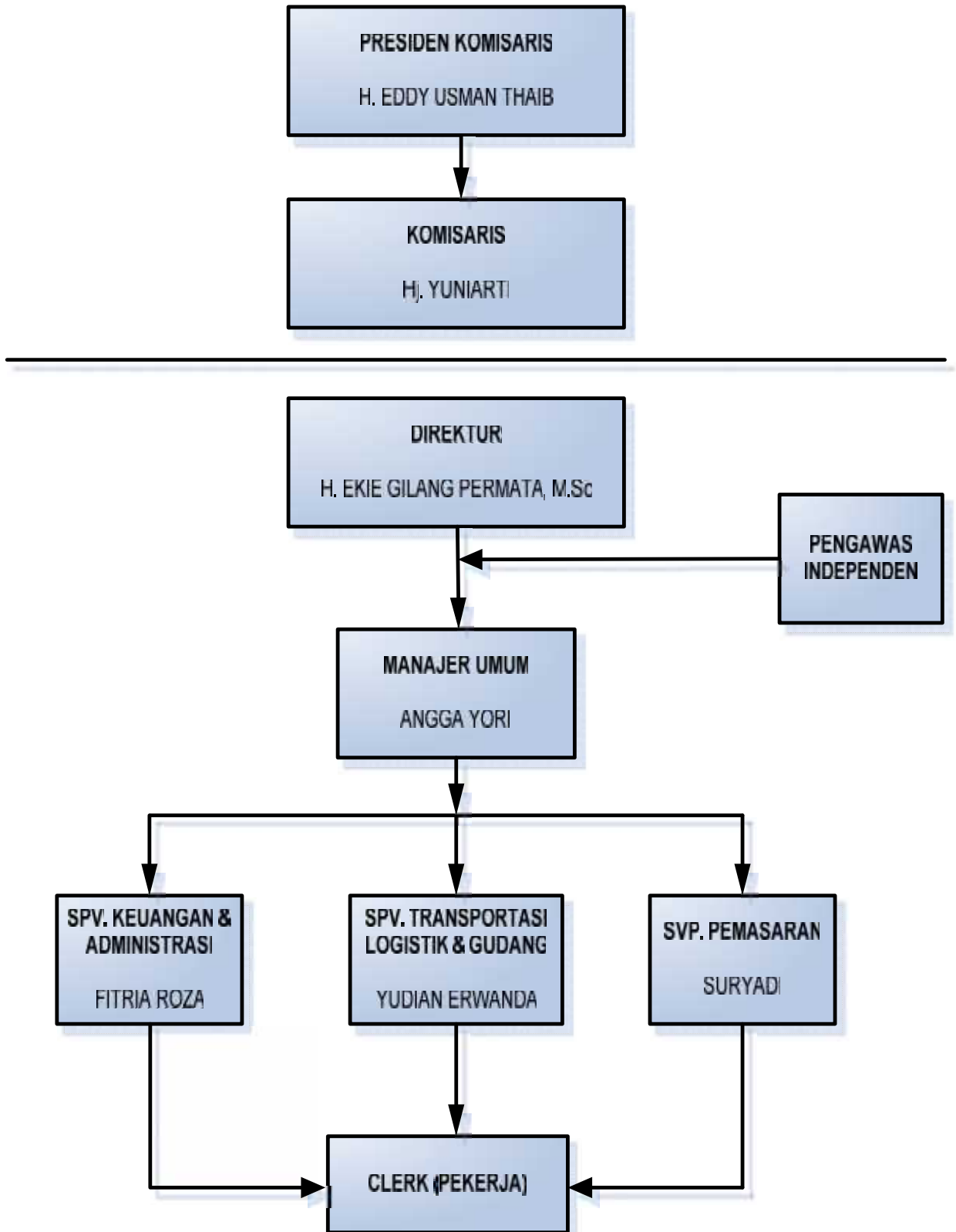
PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

4.1.1 Profil Perusahaan

PT. Tri Tunggal Permata didirikan pada tahun 2005 di Pekanbaru, tepatnya beralamat di Jalan Arifin Achmad No. 8 Gedung Tunggal Tours Lt. 2. PT. Tri Tunggal Permata merupakan perusahaan yang bergerak diberbagai bidang. Pada awal berdirinya, PT. Tri Tunggal Permata hanya menjalankan bisnis rental mobil kepada beberapa perusahaan. Kemudian pada tahun yang sama dikembangkan menjadi beberapa divisi, yaitu perdagangan umum dan kontraktor. Pada tahun 2007, PT. Tri Tunggal Permata membuka divisi kargo dan logistik ke beberapa daerah di Indonesia.

PT. Tri Tunggal Permata dimiliki oleh seorang presiden komisaris yaitu H. Eddy Usman Thaib dan Komisarisnya adalah Hj. Yuniarti. Untuk divisi kargo sendiri saat ini telah melayani jasa pengiriman pada beberapa perusahaan di Riau antara lain: PT. Dwitama Sejaya, PT. Sinar Mandau Tiga, PT. Intibora Coal, PT. Riau Global Plantation. Untuk masing-masing divisi punya manajemen pelaksana sendiri, divisi utama dipimpin oleh seorang direktur yaitu H. Ekie Gilang Permata, Msc.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Gilang Permata

4.1.2 Pengumpulan Data Demografi Responden

Data demografi diambil untuk memberikan informasi tentang jenis kelamin, umur, dan pekerjaan. Berikut rekapitulasi data demografi responden.

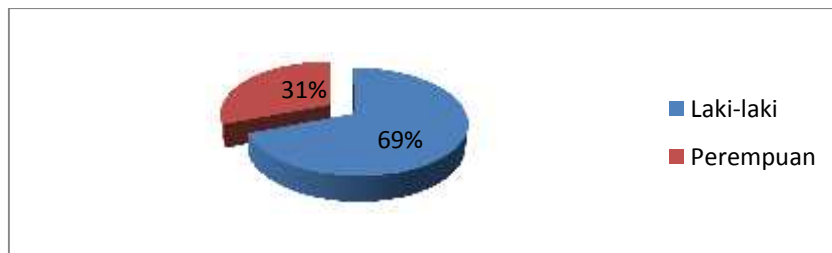
4.1.2.1 Rekapitulasi Data berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk data berdasarkan jenis kelamin item pilihan yang diberikan adalah laki-laki dan perempuan. Hal ini bertujuan untuk mengetahui berapa banyak responden laki-laki atau perempuan yang mengisi kuesioner yang disebar. Adapun hasil *outputnya* sebagai berikut :

Tabel 4.1 Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	47	69%
2	Perempuan	21	31%
Jumlah		68	100%

Sumber : Data olahan kuesioner (2013)



Gambar 4.2 Persentase Responden berdasarkan Jenis Kelamin

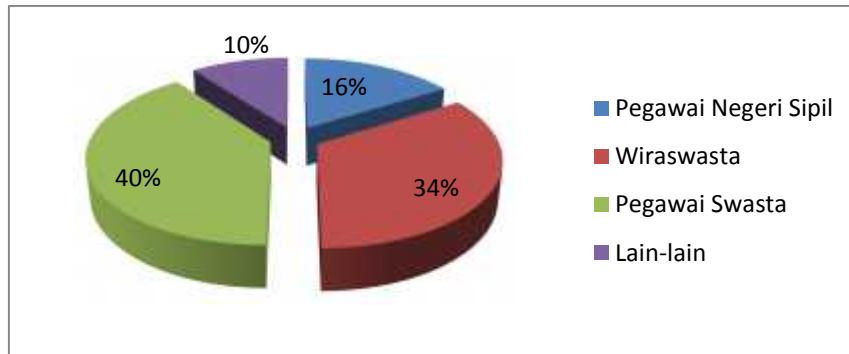
4.1.2.2 Rekapitulasi Data berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan item pilihan yang diberikan adalah pegawai negeri, pegawai swasta, wiraswasta, pelajar/mahasiswa dan lain-lain.. Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan maka diperoleh hasil *output* sebagai berikut:

Tabel 4.2 Komposisi responden berdasarkan pekerjaan

No	Umur	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pegawai Negeri Sipil	11	16%
2	Wiraswasta	23	34%
3	Pegawai Swasta	27	40%
4	Lain-lain	7	10%
Jumlah		68	100%

Sumber : Data olahan kuesioner (2013)



Gambar 4.3 Persentase Data Responden berdasarkan Pekerjaan

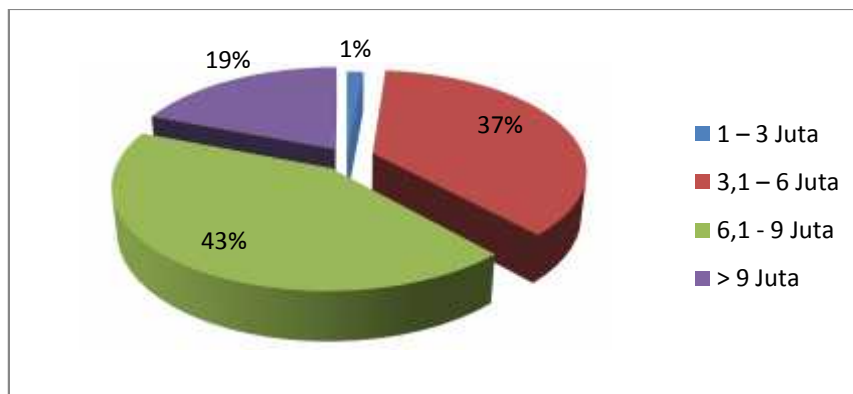
4.1.2.3 Rekapitulasi Data berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan pendapatan perbulan, pendapatan di bagi atas 4 golongan yaitu:

Tabel 4.3 Komposisi responden berdasarkan pendapatan

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	1 – 3 Juta	1	1%
2	3,1 – 6 Juta	25	37%
3	6,1 - 9 Juta	29	43%
4	> 9 Juta	13	19%
Jumlah		68	100%

Sumber : Data olahan kuesioner (2013)



Gambar 4.4 Persentase Data Responden berdasarkan Pendapatan per bulan

4.2 Pengolahan Data

4.2.1 Pengolahan Data Pasar dan Pemasaran

4.2.1.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pada perhitungan nilai r_{Tabel} dengan $\alpha = 0.05$; $n = 68$ adalah 0,239.

Berikut di rekapkan perhitungannya :

Tabel 4.4 Rekap Perhitungan r_{Hitung} dan r_{Tabel} Pemasaran

Pertanyaan	r_{hitung}	r_{Tabel} = 0.05; n= 100	Keputusan
Pertanyaan 1	0.415	0,239	Valid
Pertanyaan 2	0.432	0,239	Valid
Pertanyaan 3	0.454	0,239	Valid
Pertanyaan 4	0.410	0,239	Valid
Pertanyaan 5	0.429	0,239	Valid
Pertanyaan 6	0.313	0,239	Valid
Pertanyaan 7	0.635	0,239	Valid
Pertanyaan 8	0.390	0,239	Valid
Pertanyaan 9	0.452	0,239	Valid
Pertanyaan 10	0.238	0,239	Valid
Pertanyaan 11	0.488	0,239	Valid
Pertanyaan 12	0.564	0,239	Valid
Pertanyaan 13	0.294	0,239	Valid
Pertanyaan 14	0.613	0,239	Valid

Sumber : Data Olahan (2013)

Sedangkan nilai *cronbach's alpha* dari hasil pengolahan data menggunakan *Software SPSS 16* adalah sebagaimana ditunjukkan gambar berikut.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	14

Gambar 4.5 Nilai *cronbach's alpha* menggunakan *Software SPSS 16*

Dapat disimpulkan bahwa nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,823 dapat diterima atau reliabel.

Untuk menentukan skala pengukuran dari hasil kuesioner tersebut, maka tahap selanjutnya yang harus dilakukan adalah dengan menentukan skor ideal

setiap pertanyaan yang diajukan kepada responden. Berikut merupakan contoh menghitung skor ideal untuk setiap pernyataan yang diajukan kepada responden.

1. Jumlah skor untuk pilihan jawaban sangat setuju (SS) = $5 \times 68 = 340$
2. Jumlah skor untuk pilihan jawaban setuju (S) = $4 \times 68 = 272$
3. Jumlah skor untuk pilihan jawaban ragu-ragu (RR) = $3 \times 68 = 204$
4. Jumlah skor untuk pilihan jawaban tidak setuju (TS) = $2 \times 68 = 136$
5. Jumlah skor untuk pilihan jawaban sangat tidak setuju (STS) = $1 \times 68 = 68$

Berikut merupakan kriteria interpretasi skor

1. Angka 0% - 20% = Sangat lemah
2. Angka 21% - 40% = Lemah
3. Angka 41% - 60% = Cukup
4. Angka 61% - 80% = Kuat
5. Angka 81% - 100% = Sangat kuat

4.2.1.2 Pengukuran Variabel Produk

- a. Perumahan Tipe 70/200 memakai konsep minimalis

Pengolahan data mengenai pertanyaan Perumahan Tipe 70/200 memakai konsep minimalis ditunjukkan dalam rekapitulasi jawaban sebagai berikut :

Tabel 4.5 Perumahan Tipe 70/200 memakai konsep minimalis

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase (%)
1	Sangat setuju	50	250	80.91%
2	Setuju	8	32	10.36%
3	Ragu-ragu	7	21	6.80%
4	Tidak setuju	3	6	1.94%
5	Sangat tidak setuju	0	0	0.00%
Jumlah		68	309	100%

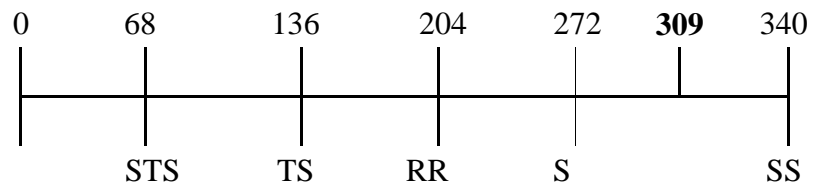
Sumber : Data Olahan Kuesioner (2013)

Berdasarkan persentase Perumahan Tipe 70/200 memakai konsep minimalis dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 80.91%, responden yang menjawab setuju sebanyak 10.36%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 6.80%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 1.94 dan 0%.

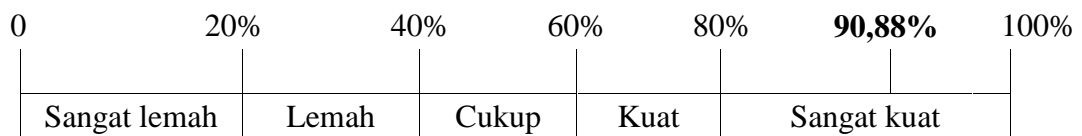


Gambar 4.6 Persentase Perumahan Tipe 70/200 memakai konsep minimalis

Berdasarkan data pada Tabel 4.6, pertanyaan di atas terletak pada range setuju dan sangat setuju yaitu bernilai 309. Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini :



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan di atas yaitu: $309/340 \times 100\% = 90,88\%$ yang tergolong sangat kuat, yang terletak antara range 80% dan 100% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



b. Perumahan menyediakan masjid

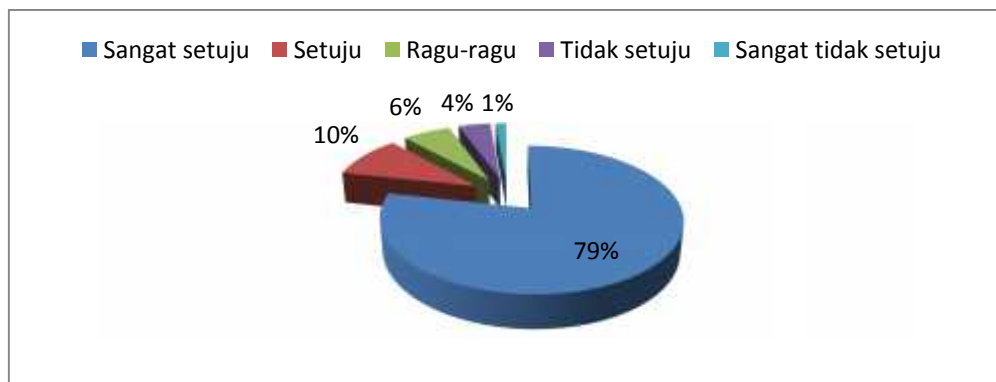
Pengolahan data mengenai pertanyaan Perumahan menyediakan masjid ditunjukkan dalam rekapitulasi jawaban sebagai berikut :

Tabel 4.6 Rekap jawaban responden mengenai Perumahan menyediakan masjid

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase (%)
1	Sangat setuju	45	225	78.40%
2	Setuju	7	28	9.76%
3	Ragu-ragu	6	18	6.27%
4	Tidak setuju	6	12	4.18%
5	Sangat tidak setuju	4	4	1.39%
Jumlah		68	287	100%

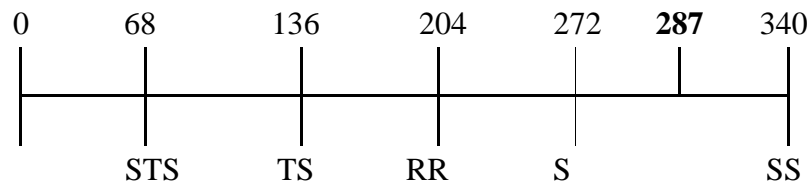
Sumber : Data Olahan Kuesioner (2013)

Berdasarkan persentase pertanyaan Perumahan menyediakan masjid dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 78.40%, responden yang menjawab setuju sebanyak 9.76%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 6.27%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 4.18% dan 1.39%.



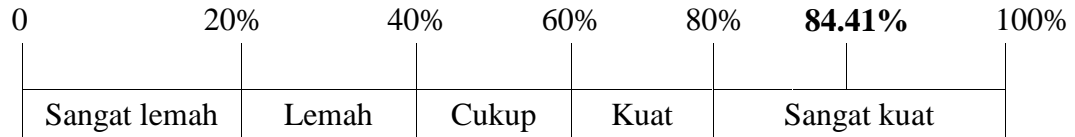
Gambar 4.7 Pertanyaan Perumahan menyediakan masjid

Berdasarkan data pada Tabel 4.6, yang mana berisikan pertanyaan mengenai Perumahan menyediakan masjid terletak pada range setuju dan sangat setuju yaitu bernilai 287. Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan di atas yaitu: $287/340 \times 100\% = 84.41\%$ yang tergolong sangat kuat,

yang terletak antara range 80% dan 100% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



c. Perumahan di lengkapi perkarangan

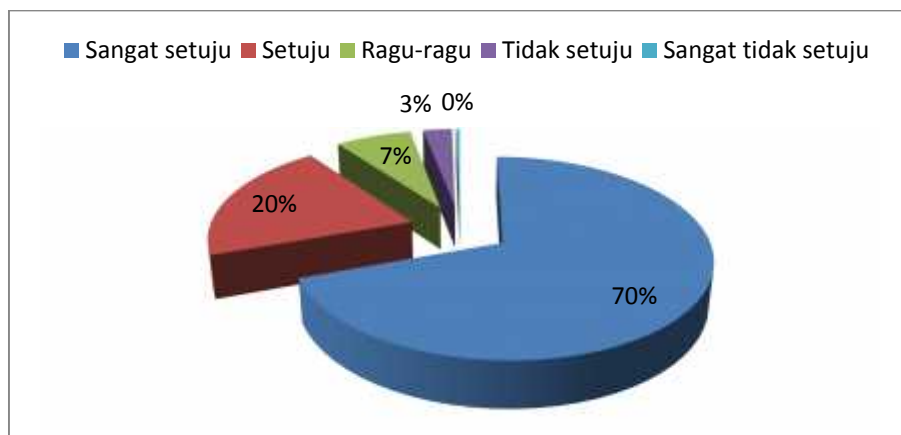
Pengolahan data mengenai pertanyaan perumahan di lengkapi dengan perkarangan ditunjukkan dalam rekapitulasi jawaban sebagai berikut :

4.7 Rekap jawaban responden mengenai Perumahan di lengkapi perkarangan

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase (%)
1	Sangat setuju	41	205	69.49%
2	Setuju	15	60	20.34%
3	Ragu-ragu	7	21	7.12%
4	Tidak setuju	4	8	2.71%
5	Sangat tidak setuju	1	1	0.34%
Jumlah		68	295	100%

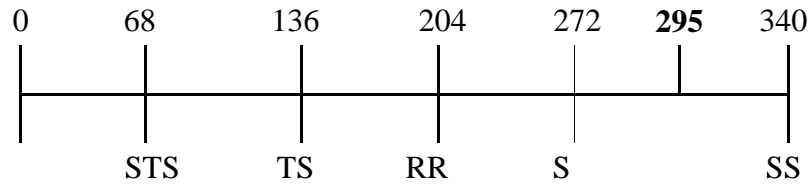
Sumber : Data Olahan Kuesioner (2013)

Berdasarkan perumahan di lengkapi dengan perkarangan dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 69,49%, responden yang menjawab setuju sebanyak 20.34%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 7.12%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 2.71% dan 0.34%.

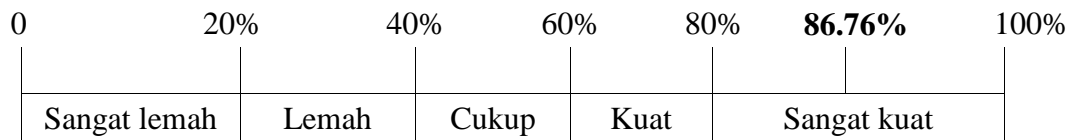


Gambar 4.8 perumahan di lengkapi dengan perkarangan

Berdasarkan data pada Tabel 4.7, yang mana berisikan pertanyaan mengenai perumahan di lengkapi dengan perkarangan terletak pada range setuju dan sangat setuju yaitu bernilai 295. Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan di atas yaitu: $295/340 \times 100\% = 86.76\%$ yang tergolong sangat kuat, yang terletak antara range 80% dan 100% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



d. Perumahan dilengkapi halaman parker kendaraan

Pengolahan data mengenai pertanyaan perumahan dilengkapi halaman parker ditunjukkan dalam rekapitulasi jawaban sebagai berikut :

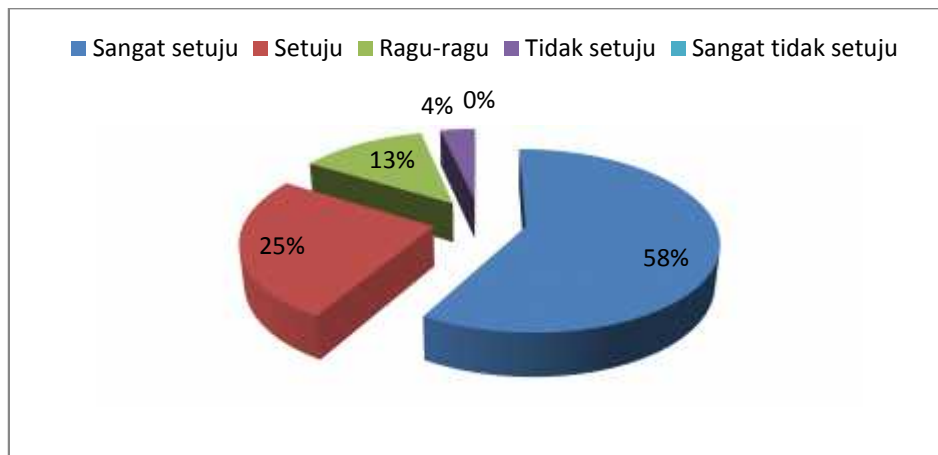
Tabel 4.8 Rekap jawaban responden mengenai perumahan dilengkapi halaman parker

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase (%)
1	Sangat setuju	33	165	58.30%
2	Setuju	18	72	25.44%
3	Ragu-ragu	12	36	12.72%
4	Tidak setuju	5	10	3.53%
5	Sangat tidak setuju	0	0	0.00%
Jumlah		68	283	100%

Sumber : Data Olahan Kuesioner (2013)

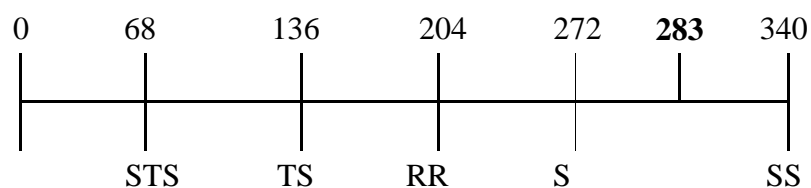
Berdasarkan pertanyaan perumahan dilengkapi halaman parker dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 58.30%, responden yang menjawab setuju sebanyak 25.44%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak

12.72%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 3.53% dan 0,00%.

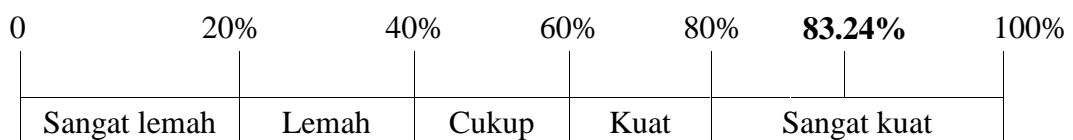


Gambar 4.9 Persentase jawaban perumahan dilengkapi halaman parker

Berdasarkan data pada Tabel 4.23, yang mana berisikan pertanyaan mengenai perumahan dilengkapi halaman parker terletak pada range setuju dan sangat setuju yaitu bernilai 283. Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan di atas yaitu: $283/340 \times 100\% = 83.24\%$ yang tergolong sangat kuat, yang terletak antara range 80% dan 100% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



4.2.1.3 Pengukuran Variabel Harga

a. Perumahan Tipe 70/200 di tawar dengan harga Rp.350 jt

Pengolahan data mengenai pertanyaan Perumahan Tipe 70/200 ditawar dengan harga Rp.350jt ditunjukkan dalam rekapitulasi jawaban sebagai berikut :

Tabel 4.9 Perumahan Tipe 70/200 ditawarkan dengan harga Rp.350jt

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase (%)
1	Sangat setuju	28	140	53.44%
2	Setuju	16	64	24.43%
3	Ragu-ragu	14	42	16.03%
4	Tidak setuju	6	12	4.58%
5	Sangat tidak setuju	4	4	1.53%
Jumlah		68	262	100%

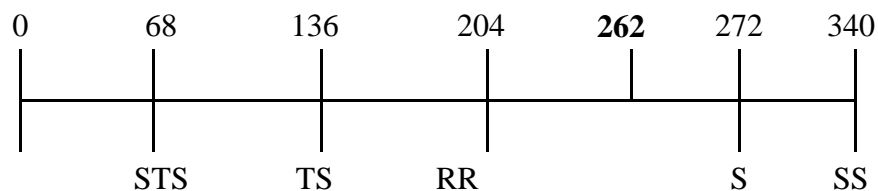
Sumber : Data Olahan Kuesioner (2013)

Berdasarkan persentase Perumahan Tipe 70/200 ditawarkan dengan harga Rp.350jt dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 53.44%, responden yang menjawab setuju sebanyak 24.43%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 16.03%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 4.58 dan 1.53%.



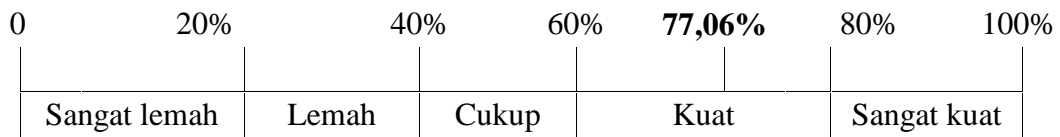
Gambar 4.10 Persentase Perumahan Tipe 70/200 ditawarkan dengan harga Rp.350jt

Berdasarkan data pada Tabel 4.9, pertanyaan di atas terletak pada range ragu-ragu dan setuju yaitu bernilai 262. Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini :



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan di atas yaitu: $262/340 \times 100\% = 77.06\%$ yang tergolong kuat, yang

terletak antara range 60% dan 80% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.

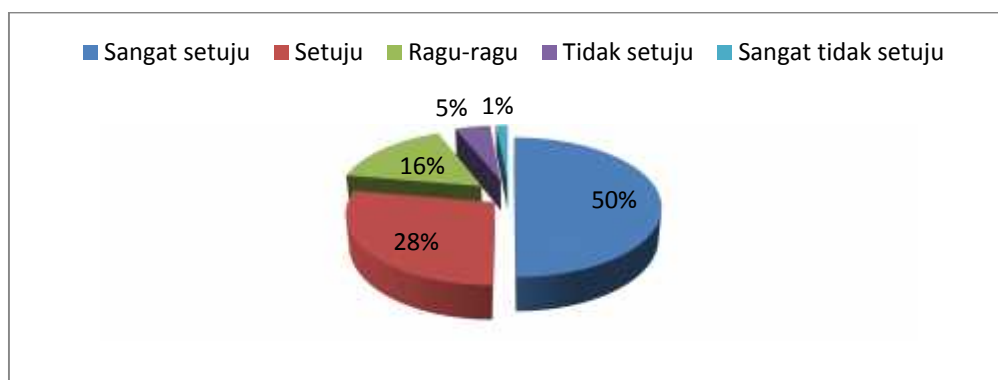


b. Perumahan tipe 70/200 menawarkan DP 15% dari harga jual rumah
 Pengolahan data mengenai pertanyaan Perumahan tipe 70/200 menawarkan DP15% dari harga jual rumah ditunjukkan dalam rekapitulasi jawaban sebagai berikut :

Tabel 4.10 Rekap jawaban responden mengenai pertanyaan Perumahan tipe 70/200 menawarkan DP15% dari harga jual rumah

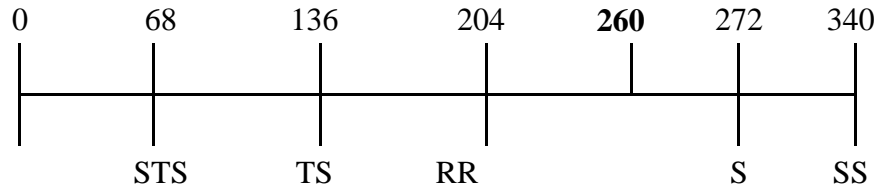
No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase (%)
1	Sangat setuju	26	130	50.00%
2	Setuju	18	72	27.69%
3	Ragu-ragu	14	42	16.15%
4	Tidak setuju	6	12	4.62%
5	Sangat tidak setuju	4	4	1.54%
Jumlah		68	260	100%

Berdasarkan persentase pertanyaan Perumahan tipe 70/200 menawarkan DP15% dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 50.00%, responden yang menjawab setuju sebanyak 27.69%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 16.15%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 4.62% dan 1.54%.

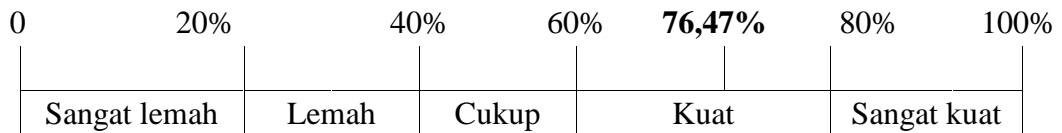


Gambar 4.11 Pertanyaan Perumahan menawarkan DP 15%

Berdasarkan data pada Tabel 4.9, pertanyaan di atas terletak pada range ragu-ragu dan setuju yaitu bernilai 260. Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini :



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan di atas yaitu: $260/340 \times 100\% = 76.47\%$ yang tergolong kuat, yang terletak antara range 60% dan 80% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



c. Perumahan menawarkan cicilan yang rendah

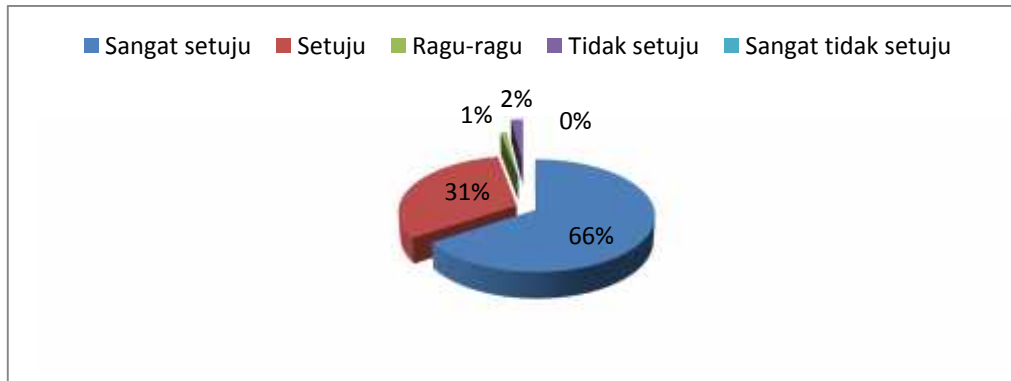
Pengolahan data mengenai pertanyaan perumahan menawarkan cicilan yang rendah ditunjukkan dalam rekapitulasi jawaban sebagai berikut :

4.11 Rekap jawaban responden mengenai perumahan menawarkan cicilan yang rendah

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase (%)
1	Sangat setuju	40	200	65.57%
2	Setuju	24	96	31.48%
3	Ragu-ragu	1	3	0.98%
4	Tidak setuju	3	6	1.97%
5	Sangat tidak setuju	0	0	0.00%
Jumlah		68	305	100%

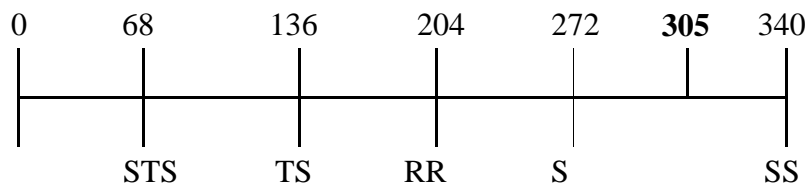
Sumber : Data Olahan Kuesioner (2013)

Berdasarkan perumahan menawarkan cicilan yang rendah dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 65.57%, responden yang menjawab setuju sebanyak 31.48%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 0.98%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 1.97% dan 0.00%.

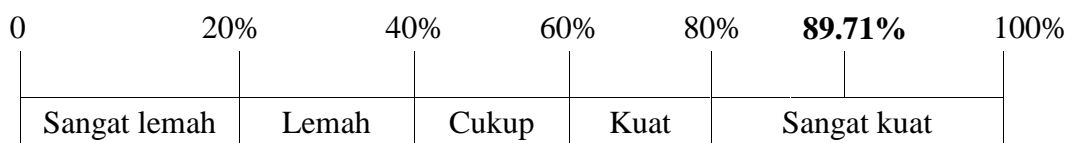


Gambar 4.12 perumahan menawarkan cicilan yang rendah

Berdasarkan data pada Tabel 4.11, yang mana berisikan pertanyaan mengenai perumahan menawarkan cicilan yang rendah terletak pada range setuju dan sangat setuju yaitu bernilai 295. Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan di atas yaitu: $305/340 \times 100\% = 89.71\%$ yang tergolong sangat kuat, yang terletak antara range 80% dan 100% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



4.2.1.4 Pengukuran Variabel Lokasi

a. Perumahan bedekatan dengan lembaga pendidikan

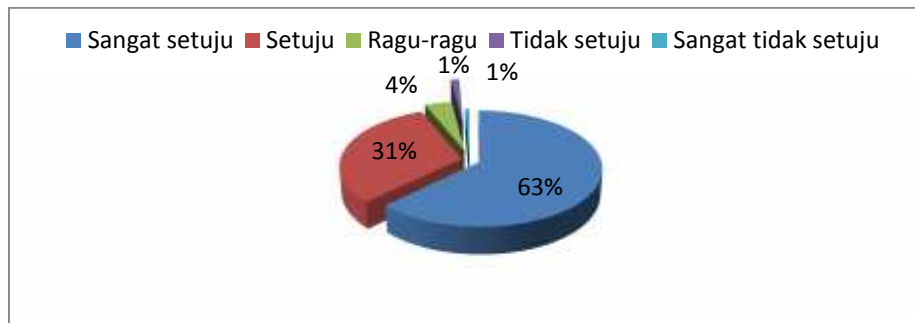
Pengolahan data mengenai pertanyaan Perumahan berdekatan dengan lembaga pendidikan ditunjukkan dalam rekapitulasi jawaban sebagai berikut :

Tabel 4.12 Perumahan berdekatan dengan lembaga pendidikan

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase (%)
1	Sangat setuju	37	185	62.71%
2	Setuju	23	92	31.19%
3	Ragu-ragu	4	12	4.07%
4	Tidak setuju	2	4	1.36%
5	Sangat tidak setuju	2	2	0.68%
Jumlah		68	295	100%

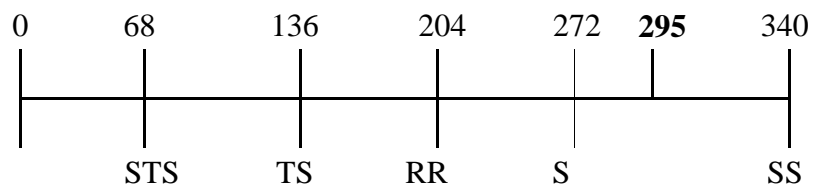
Sumber : Data Olahan Kuesioner (2013)

Berdasarkan persentase Perumahan berdekatan dengan lembaga pendidikan dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 62.71%, responden yang menjawab setuju sebanyak 31.19%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 4.07%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 1.36% dan 0.68%.



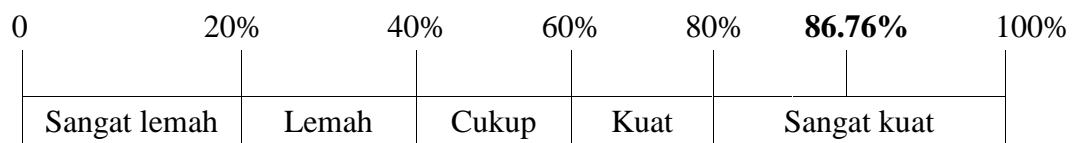
Gambar 4.13 Perumahan berdekatan dengan lembaga pendidikan

Berdasarkan data pada Tabel 4.12, yang mana berisikan pertanyaan mengenai Perumahan berdekatan dengan lembaga pendidikan terletak pada range setuju dan sangat setuju yaitu bernilai 295. Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan di atas yaitu: $295/340 \times 100\% = 86.76\%$ yang tergolong sangat kuat,

yang terletak antara range 80% dan 100% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



b. Perumahan berdekatan dengan pusat perbelanjaan

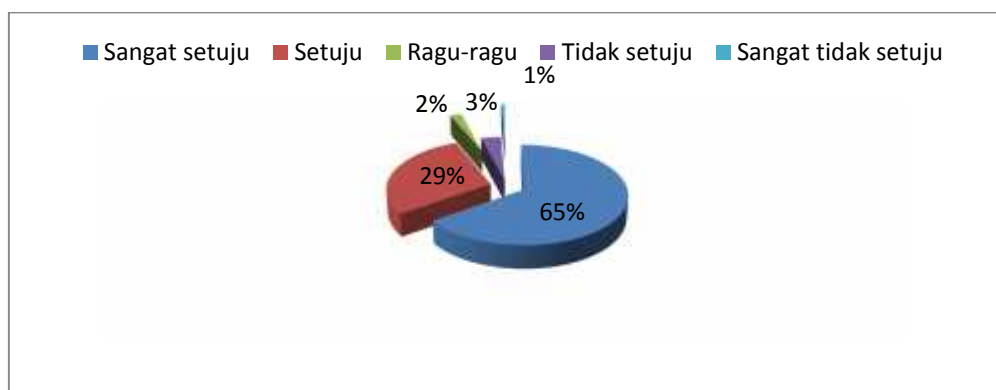
Pengolahan data mengenai pertanyaan Perumahan berdekatan dengan pusat perbelanjaan ditunjukkan dalam rekapitulasi jawaban sebagai berikut :

Tabel 4.13 Perumahan berdekatan dengan pusat perbelanjaan

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase (%)
1	Sangat setuju	38	190	65.07%
2	Setuju	21	84	28.77%
3	Ragu-ragu	2	6	2.05%
4	Tidak setuju	5	10	3.42%
5	Sangat tidak setuju	2	2	0.68%
Jumlah		68	292	100%

Sumber : Data Olahan Kuesioner (2013)

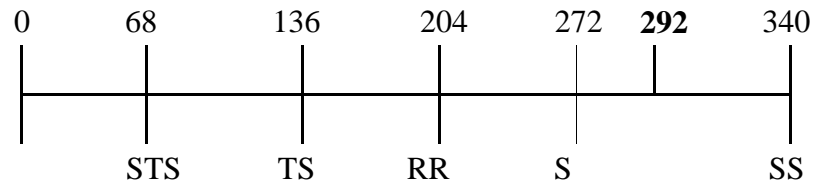
Berdasarkan persentase Perumahan berdekatan dengan pusat perbelanjaan dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 65.07%, responden yang menjawab setuju sebanyak 28.77%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 2.05%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 3.42% dan 0.68%.



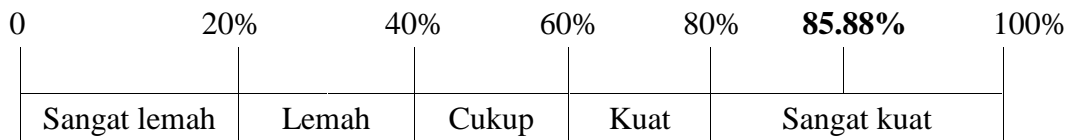
Gambar 4.14 Perumahan berdekatan dengan pusat perbelanjaan

Berdasarkan data pada Tabel 4.13, yang mana berisikan pertanyaan mengenai Perumahan berdekatan dengan pusat perbelanjaan terletak pada range

setuju dan sangat setuju yaitu bernilai 292. Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan di atas yaitu: $292/340 \times 100\% = 85.88\%$ yang tergolong sangat kuat, yang terletak antara range 80% dan 100% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



c. Perumahan berjauhan dengan kota

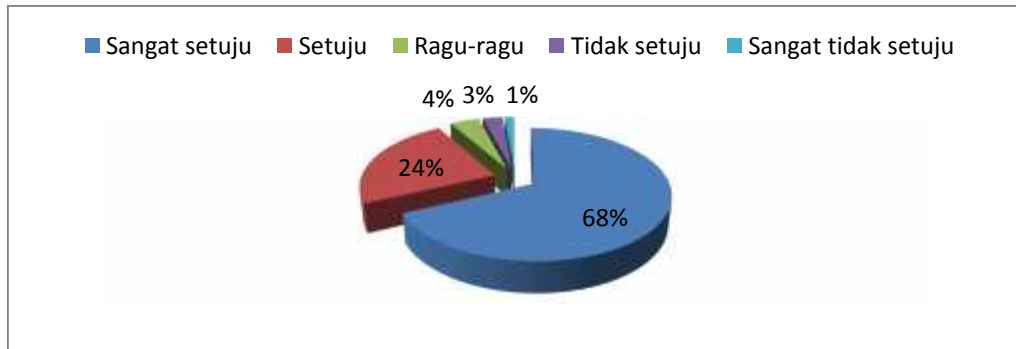
Pengolahan data mengenai pertanyaan Perumahan berjauhan dengan kota ditunjukkan dalam rekapitulasi jawaban sebagai berikut :

Tabel 4.14 Perumahan berjauhan dengan kota

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase (%)
1	Sangat setuju	39	195	67.94%
2	Setuju	17	68	23.69%
3	Ragu-ragu	4	12	4.18%
4	Tidak setuju	4	8	2.79%
5	Sangat tidak setuju	4	4	1.39%
Jumlah		68	287	100%

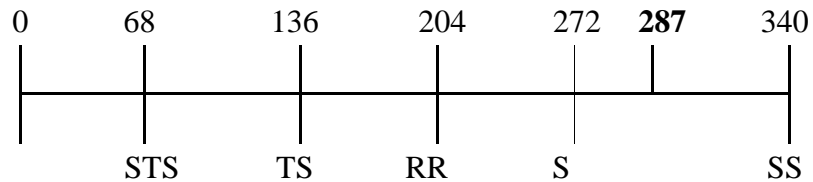
Sumber : Data Olahan Kuesioner (2013)

Berdasarkan persentase Perumahan berjauhan dengan kota dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 67.94%, responden yang menjawab setuju sebanyak 23.69%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 4.18%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 2.79% dan 1.39%.

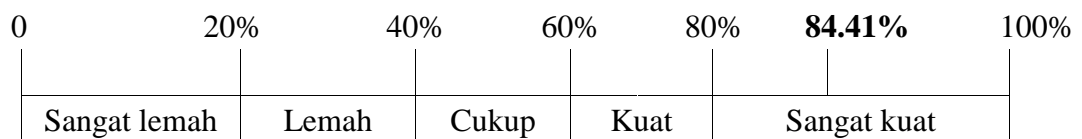


Gambar 4.15 Perumahan berjauhan dengan kota

Berdasarkan data pada Tabel 4.14, yang mana berisikan pertanyaan mengenai Perumahan berjauhan dengan kota terletak pada range setuju dan sangat setuju yaitu bernilai 287. Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan di atas yaitu: $287/340 \times 100\% = 84.41\%$ yang tergolong sangat kuat, yang terletak antara range 80% dan 100% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



d. Perumahan berdekatan dengan tempat rekreasi keluarga

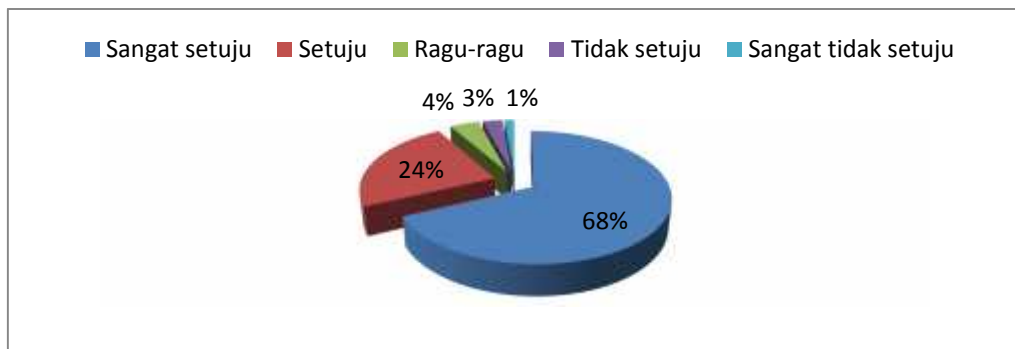
Pengolahan data mengenai pertanyaan Perumahan berdekatan dengan tempat rekreasi keluarga ditunjukkan dalam rekapitulasi jawaban sebagai berikut :

Tabel 4.15 Perumahan berdekatan dengan tempat rekreasi keluarga

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase (%)
1	Sangat setuju	35	175	63.18%
2	Setuju	17	68	24.55%
3	Ragu-ragu	5	15	5.42%
4	Tidak setuju	8	16	5.78%
5	Sangat tidak setuju	3	3	1.08%
Jumlah		68	277	100%

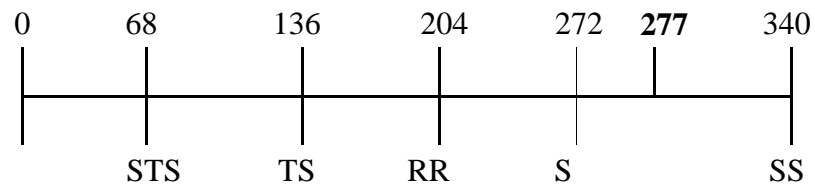
Sumber : Data Olahan Kuesioner (2013)

Berdasarkan persentase Perumahan berdekatan dengan tempat rekreasi keluarga dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 63.18%, responden yang menjawab setuju sebanyak 24.55%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 5.42%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 5.78% dan 1.08%.

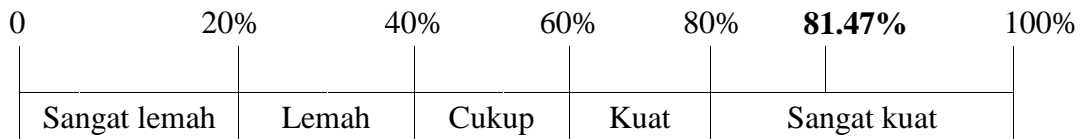


Gambar 4.16 Perumahan berdekatan dengan tempat rekreasi keluarga

Berdasarkan data pada Tabel 4.16, yang mana berisikan pertanyaan mengenai Perumahan berdekatan dengan tempat rekreasi keluarga terletak pada range setuju dan sangat setuju yaitu bernilai 277. Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan di atas yaitu: $277/340 \times 100\% = 81.47\%$ yang tergolong sangat kuat, yang terletak antara range 80% dan 100% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



4.2.1.3 Pengukuran Variabel Promosi

a. Perumahan di lengkapi dengan pendingin ruangan gratis

Pengolahan data mengenai pertanyaan Perumahan di lengkapi dengan pendingin ruangan gratis ditunjukkan dalam rekapitulasi jawaban sebagai berikut :

Tabel 4.16 Perumahan di lengkapi dengan pendingin ruangan gratis

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase (%)
1	Sangat setuju	43	215	72.15%
2	Setuju	13	52	17.45%
3	Ragu-ragu	7	21	7.05%
4	Tidak setuju	5	10	3.36%
5	Sangat tidak setuju	0	0	0.00%
Jumlah		68	298	100%

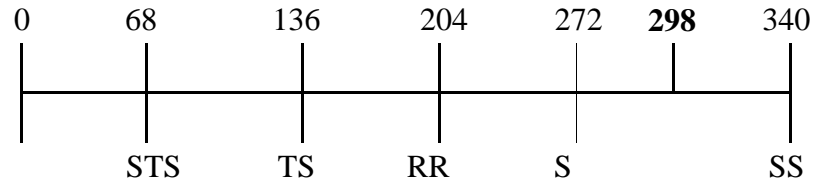
Sumber : Data Olahan Kuesioner (2013)

Berdasarkan persentase Perumahan di lengkapi dengan pendingin ruangan gratis dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 72.15%, responden yang menjawab setuju sebanyak 17.45%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 7.05%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 3.36 dan 0.00%.

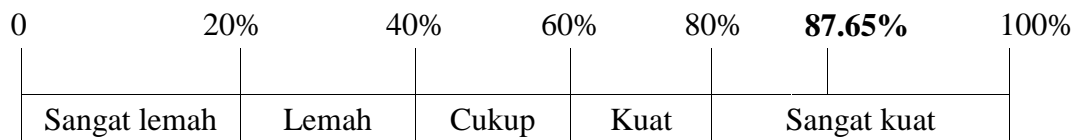


Gambar 4.17 Perumahan di lengkapi dengan pendingin ruangan gratis

Berdasarkan data pada Tabel 4.17, yang mana terletak pada range setuju dan sangat setuju yaitu bernilai 298. Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan di atas yaitu: $298/340 \times 100\% = 84.41\%$ yang tergolong sangat kuat, yang terletak antara range 80% dan 100% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



b. Perumahan di lengkapi dengan sofa tamu gratis

Pengolahan data mengenai pertanyaan Perumahan di lengkapi dengan sofa tamu gratis ditunjukkan dalam rekapitulasi jawaban sebagai berikut :

Tabel 4.17 Perumahan di lengkapi dengan sofa tamu gratis

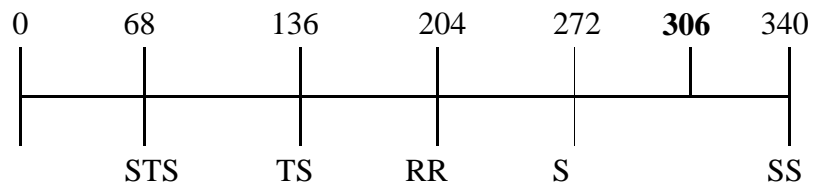
No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase (%)
1	Sangat setuju	44	220	71.90%
2	Setuju	18	72	23.53%
3	Ragu-ragu	3	9	2.94%
4	Tidak setuju	2	4	1.31%
5	Sangat tidak setuju	1	1	0.33%
Jumlah		68	306	100%

Berdasarkan persentase Perumahan di lengkapi dengan sofa tamu gratis dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 71.90%, responden yang menjawab setuju sebanyak 23.53%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 2.94%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 1.31% dan 0.33%.

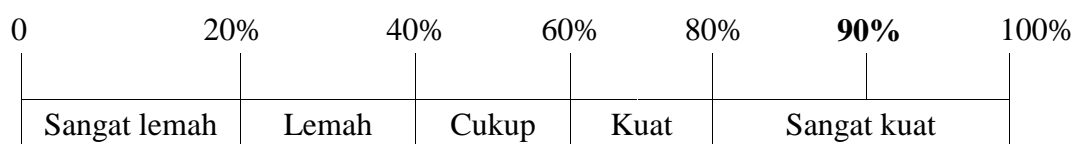


Gambar 4.18 Perumahan di lengkapi dengan sofa tamu gratis

Berdasarkan data pada Tabel 4.18, yang mana terletak pada range setuju dan sangat setuju yaitu bernilai 306. Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan di atas yaitu: $306/340 \times 100\% = 90\%$ yang tergolong sangat kuat, yang terletak antara range 80% dan 100% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



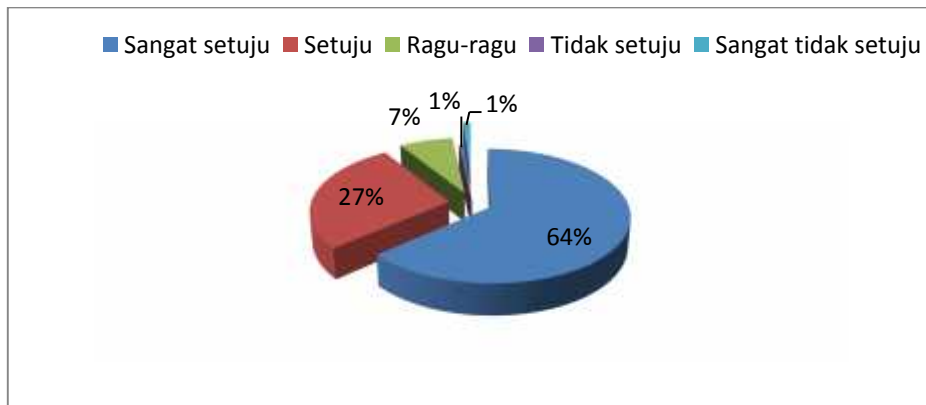
- c. Perumahan di promosikan pada seluruh media informasi masyarakat seperti baliho, surat kabar, brosure, panplate

Pengolahan data mengenai pertanyaan Perumahan di promosikan pada seluruh media informasi masyarakat ditunjukkan dalam rekapitulasi jawaban sebagai berikut :

Tabel 4.18 Perumahan di promosikan pada seluruh media informasi masyarakat

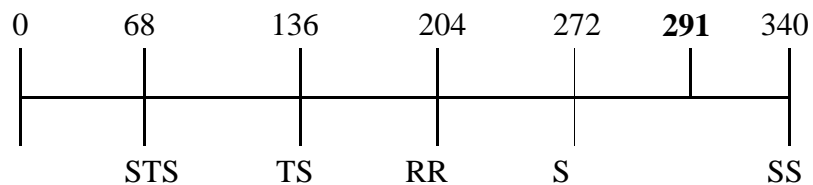
No	Kategori	Jumlah (Orang)	Skor	Persentase (%)
1	Sangat setuju	37	185	63.57%
2	Setuju	20	80	27.49%
3	Ragu-ragu	7	21	7.22%
4	Tidak setuju	1	2	0.69%
5	Sangat tidak setuju	3	3	1.03%
Jumlah		68	291	100%

Berdasarkan persentase Perumahan di promosikan pada seluruh media informasi masyarakat dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 63.57%, responden yang menjawab setuju sebanyak 27.49%, responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 7.22%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju masing masing adalah 0.69% dan 1.03%.

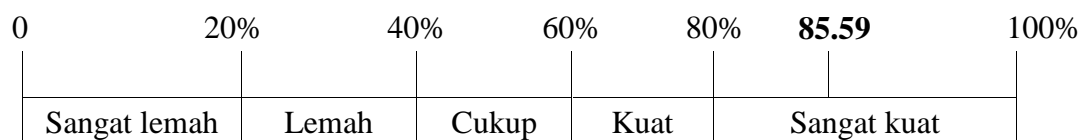


Gambar 4.19 Perumahan di promosikan pada seluruh media informasi masyarakat

Berdasarkan data pada Tabel 4.19, yang mana terletak pada range setuju dan sangat setuju yaitu bernilai 291. Secara lengkap dapat dilihat seperti diagram dibawah ini:



Dari diagram yang diperlihatkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan di atas yaitu: $291/340 \times 100\% = 85.59\%$ yang tergolong sangat kuat, yang terletak antara range 80% dan 100% . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



4.2.2 Pengolahan Data Aspek Finansial

4.2.2.1 Perhitungan Rencana Anggaran Biaya

Tabel 4.19 Rencana Anggaran Biaya (RAB)

No	Uraian Pekerjaan	Vol Pekerjaan	Satuan Pekerjaan	Harga Satuan	Jumlah Harga
				(Rp)	(Rp)
I	Pekerjaan Pendahuluan				
1	Pekerjaan Clearing	225	m ²	5,000,00	1,687,500,00
2	Pengukuran/Pas Bowplank	48	m	30,429.00	1,460,592.00
3	Biaya Pengurusan IMB	1	bh	6,000,000,00	6,000,000,00
4	Pembersihan/perapian akhir	1	ls	250,000.00	250,000.00
	Total				9,398,092,00

II	Pekerjaan Pondasi				
1	Galian Tanah Pondasi	30.25	m ³	19,400.00	586,850.00
2	Pasir urug bawah pondasi	4.32	m ³	110,500.00	477,360.00
3	lantai kerja ad.1:2:5	0.06	m ³	602,685.00	36,161.10
4	Pondasi plat setempat ad.1:2:3	0.31	m ³	3,996,400.00	1,238,884.00
5	Pondasi batu bata	1.28	m ³	686,234.00	878,379.52
6	berapen pondasi	89.1	m ²	17,647.00	1,572,347.70
7	urugan tanah kembali	7.56	m ³	9,312.00	70,398.72
8	timbunan tanah peninggian lantai	11.97	m ³	71,550.00	856,453.50
	Total				5,716,834.54

III	Pekerjaan Beton ad. 1:2:3				
1	Sloof beton 15/20 cm	1.52	m ³	4,229,200.00	6,428,384.00
2	Kolom konstruksi 30/30 cm	0.9	m ³	4,229,200.00	3,806,280.00
3	Kolom praktis 10/10 cm	0.2	m ³	4,229,200.00	845,840.00
4	Balok pet 10/50 cm	0.12	m ³	4,229,200.00	507,504.00
5	Plat pet 10/50 cm	0.29	m ³	4,229,200.00	1,226,468.00
6	Ring balok 10/15 cm	0.81	m ³	4,229,200.00	3,425,652.00
7	Balok sopy 10/10 cm	0.3	m ³	4,229,200.00	1,268,760.00
8	Plat meja dapur tebal 10 cm	0.22	m ³	4,229,200.00	930,424.00
	Total				18,439,312.00

IV	Pekerjaan pasangan dan plasteran				
1	Dinding trasram ad. 1:2	24.72	m ²	86,636.00	2,141,641.92
2	Dinding batu bata ad.1:4	188.09	m ²	79,040.00	14,866,633.60
3	Plasteran dinding ad. 1:2	49.44	m ²	30,266.00	1,496,351.04
4	Plasteran dinding ad. 1:4	376.18	m ²	26,939.00	10,133,913.02
5	Plasteran beton ad.1:3	9.72	m ²	35,344.00	343,543.68
6	Dinding kramik 20 x 25 cm dapur	2.8	m ²	127,821.00	357,898.80
7	dinding keramik 20 x 25 cm KM/WC	12.77	m ²	127,821.00	1,632,274.17
8	Band dinding keramik 20 x 10 cm	0.3	m	47,652.00	14,295.60
	Total				30,986,551.83

V	Pekerjaan kuda-kuda atap				
1	Kuda-kuda kayu kelas II	0.35	m ³	6,837,000.00	2,392,950.00
2	Gording kayu kelas II	0.15	m ³	6,307,500.00	946,125.00

3	Anker baut kuda-kuda	1	ls	500,000.00	500,000.00
4	residu rangka atap	1	ls	750,000.00	750,000.00
5	rangka atap kayu kelas II	134.93	m ²	69,966.00	9,440,512.38
6	Listpank kayu kelas II	21.3	m	73,025.00	1,555,432.50
7	Talang patahan atap	8	m	115,000.00	920,000.00
8	Pasangan atap genteng metal	134.96	m ²	87,600.00	11,822,496.00
9	pasangan bubungan genteng metal	7	m	87,287.00	611,009.00
	Total				28,938,524.88

VI	Pekerjaan kusen, pintu, dan jendela				
1	Kusen pintu dan jendela kelas II	0.78	m ³	6,454,500.00	5,034,510.00
2	Pasangan pintu panel papan	9.24	m ²	375,450.00	3,469,158.00
3	Pasangan pintu PVC KM/WC	1	unit	350,000.00	350,000.00
4	Pasangan jendela panel kaca 5mm	10.96	m ²	379,250.00	4,156,580.00
5	Pasangan kaca polos 5mm	0.4	m ²	108,488.00	43,395.20
6	Pasangan engsel pintu 4"	18	bh	17,188.00	309,384.00
7	Pasangan engsel engsel jendela 3"	22	bh	12,292.00	270,424.00
8	Pasangan sloop tanam 2 slaag	18	bh	124,405.00	2,239,290.00
9	Pasangan handle jendela	11	bh	12,292.00	135,212.00
10	pasangan gerendel jendela	22	bh	12,292.00	270,424.00
11	Pasangan kait angin jendela	22	bh	12,292.00	270,424.00
12	Ventilasi loster	14	bh	12,292.00	172,088.00
	Total				16,720,889.20

VII	Pekerjaan Plafond				
1	Pekerjaan Plafond plywood 4m	91.69	m ²	128,490.00	11,781,248.10
2	Pekerjaan list profil kayu	117	m ²	12,085.00	1,413,945.00
	Total				13,195,193.10

VIII	Pekerjaan Instalasi Listrik Dan Armature				
1	Instalasi titik lampu	9	ttk	115,000.00	1,035,000.00
2	Instalasi stop kontak	5	ttk	115,000.00	575,000.00
3	Lampu SL 18 watt + fitting	9	bh	27,000.00	243,000.00
4	Stop kontak 220 watt	5	bh	25,000.00	125,000.00
5	Sakelar ganda	2	bh	25,000.00	50,000.00
6	Sakelar tunggal	5	bh	20,000.00	100,000.00
7	BOX MCB	1	bh	50,000.00	50,000.00
	Total				2,178,000.00

IX	Pekerjaan Lantai				
1	Pasir urug dibawah lantai	9.05	m ³	110,500.00	1,000,025.00
2	Beton cor lantai ad.1:3:5	4.53	m ³	602,685.00	2,730,163.05
3	Keramik lantai 40 x 40 cm	86.5	m ²	128,921.00	11,151,666.50
4	Plint keramik 10 x 40 cm	60.5	m	29,142.00	1,763,091.00
5	Keramik lantai 20 x 20 cm	4	m ²	123,421.00	493,684.00
6	Beton cor rabat ad. 1:3:5	5.87	m ³	602,685.00	3,537,760.95
7	Saluran Keliling bangunan	19.5	m	86,094.00	1,678,833.00
	Total				22,355,223.50

X	Pekerjaan Plumbing dan Alat Sanitas				
1	Pasangan pipa PVC 1/2"	14	m	12,483.00	174,762.00
2	Pasangan pipa PVC 2"	4	m	37,811.00	151,244.00
3	pasangan pipa PVC 4"	4	m	45,311.00	181,244.00
4	Bak air lapis keramik	1	bh	550,000.00	550,000.00
5	Closed jongkok CE 6ex Toto	1	bh	238,520.00	238,520.00
6	Kran air ex Toto	1	bh	43,212.00	43,212.00
7	Floor drain H 51 ex Toto	1	bh	43,175.00	43,175.00
8	Septictank + Paresapan	1	bh	1,955,000.00	1,955,000.00
	Total				3,337,157.00

XI	Pekerjaan Pengecatan				
1	Pengecatan dinding tembok	366.29	m ²	31,862.00	11,670,731.98
2	Pengecatan Plafond	91.69	m ²	21,290.00	1,952,080.10
3	Pengecatan listplank + kusen + pintu	59.76	m ²	48,038.00	2,870,750.88
	Total				16,493,562.96

XII	Fasilitas				
1	Sofa Tamu	1	bh	5,000,000.00	5,000,000.00
2	pendingin ruangan SAMSUNG AS-05TSMN	1	bh	2,780,000.00	2,780,000.00
	Total				7,780,000.00

Tabel 4.20 Rekapitulasi total Rencana Anggaran Biaya (RAB)

No	Jenis Pekerjaan	Sub total
I	Pekerjaan Pendahuluan	9,398,092.00
II	Pekerjaan Pondasi	5,716,834.54
III	Pekerjaan Beton K225	18,439,312.00
IV	Pekerjaan pasangan dan plasteran	30,986,551.83
V	Pekerjaan Kuda-kuda dan Atap	28,938,524.88
VI	Pekerjaan Kusen, Pintu, dan Jendela	16,720,889.20
VII	Pekerjaan Plafond	13,195,193.00
VIII	Pekerjaan Instalasi Listrik dan Armature	2,178,000.00
IX	Pekerjaan Lantai	22,355,223.50
X	Pekerjaan Plumbing dan Alat Sanitas	3,337,157.00
XI	Pekerjaan Pengecatan	16,493,562.96
XII	Fasilitas	7,780,000.00
	Total	175,539,340.91

4.2.3.2 Harga Pokok Variabel

Harga pokok variabel merupakan hasil jumlah dari pengeluaran pembangunan rumah, adapun harga pokok dari perumahan

a. Biaya Variabel

Rencana Anggaran Biaya = Rp. 175,539,340

b. Operasional kantor

Promosi (pameran, baliho, surat kabar dll) = Rp. 11,000,000

Karyawan = Rp. 48,000,000 +

= Rp. 229,539,340

4.2.3.3 Penentuan Harga Jual

Penentuan harga jual di maksud untuk mendapatkan harga realistis suatu produk, ada berbagai macam metode yang di gunakan untuk mendapatkan harga jual produk, dalam menentukan harga jual rumah pada penelitian ini di gunakan metode *Cost Based Pricing* (Penetapan harga berdasarkan biaya) dengan pendekatan *Mark-Up Pricing* (Metode *Mark-Up*), adapun rumusnya sebagai berikut

$$\text{Harga Variabel} + \text{Mark-Up} = \text{Harga Jual}$$

Dimana *Mark-Up* di tentukan oleh perusahaan, biasanya perusahaan properti dan perusahaan tempat penelitian menginginkan keuntungan sebesar 50%, sehingga di daptlah harga jual rumah type 70/200 sebagai berikut :

$$\text{Harga Variabel} + \text{Mark-Up} = \text{Harga Jual}$$

$$\text{Rp. } 229,539,340 + (50\% \times \text{Rp. } 229,539,340)$$

$$\text{Rp. } 229,539,340 + (\text{Rp. } 114,769,670) = \text{Rp. } 344,309,010 \gg \text{Rp. } 344,310,000$$

Jadi harga jual sebuah rumah tipe 70/200 yang akan di bangun oleh PT. Gilang Permata adalah Rp. 344,310,000

4.2.3.4 Sistem Bagi hasil

Pada bab sebelumnya telah di bahas bahwasanya pembangunan perumahan ini sistem bagi hasil, dimana pemilik tanah menginginkan 5 rumah dari 25 rumah yang akan di bangun serta tambahan uang tunai sebesar Rp. 350,000,000. Sehingga dapat hitung total investasi dan total pendapatan keseluruhan yang akan di dapat oleh perusahaan, perhitungannya sebagai berikut :

a. Total Investasi

$$\text{Harga Variabel} \times 25 + \text{Rp. } 350,000,000$$

$$(\text{Rp. } 175,539,340 \times 25) + \text{Rp. } 350,000,000 + \text{Rp. } 59,000,000$$

$$= \text{Rp. } 4,797,483,500$$

b. Total Pendapatan keseluruhan

$$\text{Harga Jual rumah} \times 20$$

$$\text{Rp. } 344,310,000 \times 20 = \text{Rp. } 6,886,200,000$$

4.2.3.5 Perhitungan Perkiraan Pendapatan

Perkiraan pendapatan PT. Gilang Permata menggunakan perkiraan pendapatan tahunan yang diharapkan oleh *owner* yaitu :

- a. Pembangunan perumahan pada tahun I di bangun 15 unit dimana 5 unit di berikan kepada pemilik tanah dan 10 unit untuk di pasarkan, jadi perkiraan pendapatannya = Rp. 344,310,000 x 10 = Rp. 3,443,100,000
- b. Pembangunan pada tahun II perumahan di bangun 10 unit untuk di pasarkan, sehingga perkiraan pendapatannya = Rp. 344,310,000 x 10 = Rp. 3,443,100,000

4.2.3.6 Aliran Kas (*Cash Flow*)

Berikut ini merupakan aliran kas investasi dari tahun I-II pembangunan perumahan tipe 70/200.

Tabel 4.21 Aliran Kas bersih Tahun I dan Tahun II

No	KETERANGAN	TAHUN I (Rp)	TAHUN II (Rp)
1	Pendapatan	3,443,100,000	3,443,100,000.00
2	Beban Operasional		
	Biaya Variabel	2,633,090,100	1,755,393,400
	Uang Cash	-	350,000,000
	Biaya pemasaran dan promosi (media masyarakat)	4,500,000	4,500,000
	Gaji karyawan	24,000,000	24.000.000
	Biaya operasional lainnya	1,000,000	1,000,000
3	Pendapatan bersih	780,509,900	1,308,206,600

4.2.3.7 *Minimum Attractive Rate of Return (MARR)*

MARR merupakan tingkat bunga yang dipakai sebagai patokan dasar dalam mengevaluasi dan membandingkan berbagai alternatif. Berikut rumus MARR.

$$\text{MARR} = i +$$

Dimana : i = bunga deposito bank; 12% (Bank Tabungan Negara)
 = *high risk return* (persen resiko pengembalian); 3%
 (karena jumlah depeloper penyedia rumah dengan tipe
 70/200 sangat jarang)

$$\text{MARR} = 12\% + 3\% = 15\%$$

4.2.3.8 Pay Back Periode (PP)

Metode PP adalah untuk menentukan waktu pengembalian modal. Bila waktu pengembalian modal lebih kecil dari pada waktu umur ekonomis, maka investasi tidak layak.

$$\begin{aligned} \text{Investasi} &= \text{Rp. } 4,797,483,500 \\ \text{Pendapatan tahun I} &= \text{Rp. } 3,443,100,000 \quad (-) \\ &= \text{Rp. } 1,354,383,500 \end{aligned}$$

Karena tidak dapat di kurangi dengan pendapatan ke-2 maka sisa pengurangan di bagi dengan pendapatan tahun II, yaitu :

$$\text{PP} = \frac{1,354,383,500}{3,443,100,000} \times 12$$

$$\text{PP} = 4,7 = 5$$

Jadi, PP pada proyek ini adalah 5 bulan.

4.2.3.8 Net Present Value (NPV)

NPV merupakan metode menghitung nilai bersih (*netto*) pada waktu sekarang (*present*). Metode ini digunakan melalui selisih antara investasi dengan pendapatan. Berikut pendapatan bersih tahun I-II:

4.22 Tabel perhitungan NPV

No	Tahun	Laba Bersih (Rp)	Kas Bersih (proceed) (Rp)	Discount Factor (DF) 15%	PV Kas Bersih (Rp)
1	I	3,443,100,000	3,443,100,000	0,87	2,995,497,000
2	II	3,443,100,000	3,443,100,000	0,76	2,616,756,000
Total PV Kas Bersih					5,612,253,000

Sumber: Data Olahan (2013)

Sehingga, didapatkan PV kas bersih investasi dari tahun I-II yaitu:

$$NPV = \text{Total PV kas bersih} - \text{Total PV investasi}$$

$$NPV = \text{Rp. } 5,612,253,000 - \text{Rp. } 4,797,483,500$$

$$NPV = \text{Rp. } 814,769,500$$

4.2.3.9 Internal Rate Of Return (IRR)

Metode IRR yang dicari adalah tingkat bunga, di mana tingkat bunga yang menghasilkan nilai sekarang dari proceeds yang diharapkan akan diterima sama dengan jumlah nilai sekarang dari pengeluaran modal investasi jika IRR lebih besar dari yang telah ditetapkan pada usulan, maka usulan investasi diterima. Sebaliknya bila IRR lebih kecil dari usulan investasi maka proyek ditolak.

Tabel 4.23 Perhitungan IRR

No	Tahun	Kas Bersih	Bunga 15 %		Bunga 28 %	
			DF	PV Kas Bersih (Rp)	DF	PV Kas Bersih (Rp)
1	I	3,443,100,000	0,87	2,995,497,000	0,75	2,689,061,100
2	II	3,443,100,000	0,76	2,616,756,000	0,56	2,100,291,000
Total PV kas Bersih				5,612,253,000		4,789,325,100
Investasi				4,797,483,500		4,797,483,500
NPV				814,769,500		- 8,131,400

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan perhitungan diatas diketahui :

$$IRR = i_1 + \left(\frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \right) \cdot (i_2 - i_1)$$

$$IRR = 0,15 + \left(\frac{814,769,500}{814,769,500 - (-8,131,400)} \right) \cdot (0,28 - 0,15)$$

$$IRR = 0,2787 = 27,87\%$$

$$IRR > MARR = 27,87\% > 15\%$$

BAB V ANALISA

5.1 Analisa Data Demografi

Data demografi dalam kuesioner ini akan memberikan informasi bahwa kuesioner telah tersebar kepada 68 orang masyarakat yang mengunjungi beberapa stand/pameran perumahan tipe sejenis yang di temui langsung untuk menjadi responden. Setelah dilakukannya pengolahan terhadap data demografi responden, maka dapat dianalisa sebagai berikut.

5.1.1 Jenis Kelamin

Dari hasil *output* pada Tabel 4.1 dan Gambar 4.2, dapat dianalisa bahwa responden perempuan lebih kecil dari responden laki-laki. Jumlah untuk responden laki-laki sebanyak 47 orang (69%), sedangkan untuk responden perempuan sebanyak 21 orang (31%). Artinya bahwa yang mengisi kuesioner didominasi oleh responden laki-laki.

5.1.2 Pekerjaan

Pada Tabel 4.2 dan Gambar 4.3 dapat diketahui responden yang bekerja sebagai pegawai negeri sipil sebanyak 11 orang atau 16%, responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 23 orang atau 34%, responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 27 orang atau 40%, sedangkan sebanyak 7 orang atau 10% responden yang bekerja lainnya. Dapat dikatakan bahwa responden yang bekerja sebagai pegawai swasta dan wiraswasta adalah responden terbanyak yaitu berjumlah 27 orang atau 40% dan 23 orang atau 34%.

5.1.3 Pendapatan

Pada Tabel 4.3 dan Gambar 4.4 dapat diketahui responden yang mempunyai pendapatan 1juta - 3juta sebanyak 1 orang atau 1%, responden yang mempunyai pendapatan 3.1juta – 6juta sebanyak 25 orang atau 37%, responden yang mempunyai pendapatan 6.1juta – 9juta sebanyak 29 orang atau 43%, sedangkan sebanyak 13 orang atau 19% responden yang mempunyai pendapatan lebih dari 9juta. Dapat dikatakan bahwa responden yang mempunyai pendapatan 6.1juta – 9juta sebanyak 29 orang atau 43%

5.2 Analisa Aspek Pemasaran

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan pada bab 4, maka pada analisa pemasaran ini akan dibahas dan dijelaskan mengenai setiap pertanyaan dan pernyataan yang telah disebarkan kepada 68 (enam puluh delapan) orang responden, data kuesioner ini memberikan informasi mengenai hal-hal yang mendukung aspek pemasaran dalam pengembangan perumahan ini. Setelah dilakukannya pengolahan terhadap data pemasaran, maka dapat dianalisa sebagai berikut:

5.2.1 Analisa Pengukuran Variabel Produk

Analisa pengukuran variabel produk sebagai berikut.

- a. Perumahan memakai konsep minimalis modern yaitu: $309/340 \times 100\% = 90.88\%$ yang jika dilihat dari interpretasi skor, maka Perumahan memakai konsep minimalis modern memiliki nilai yang sangat kuat. Hal ini memberikan informasi bahwa masyarakat Perumahan sangat mengharapkan memakai konsep minimalis modern yang tentu saja diharapkan menjadi pertimbangan Perusahaan untuk mendapatkan pangsa pasar di pemasaran perumahan ini dan merupakan pertanyaan dengan nilai interpretasi skor tertinggi dari pengukuran variabel produk. Hal ini berarti perumahan memakai konsep minimalis modern merupakan peluang yang baik untuk mendapatkan pasar.
- b. Perumahan menyediakan Masjid
Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pertanyaan Perumahan menyediakan Masjid yaitu: $287/340 \times 100\% = 84.41\%$, memiliki interpretasi skor yang sangat kuat. Masjid juga menjadi salah satu faktor yang kuat bagi konsumen dalam memilih rumah. Sehingga hal ini memberi pertimbangan kepada perusahaan untuk menyediakan Masjid di sekitar perumahan.
- c. Perumahan di lengkapi dengan perkarangan untuk menanam bunga
Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pertanyaan di atas yaitu: $295/340 \times 100\% = 86.76\%$ yang memiliki interpretasi skor tergolong sangat kuat. Dari interpretasi tersebut dapat di simpulkan konsumen sangat mengharapkan adanya perkarangan di sekita rumah.

- d. Perumahan di lengkapi halaman parkir kendaraan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pertanyaan Perumahan dilengkapi halaman parkir kendaraan yaitu: $283/340 \times 100\% = 83.24\%$ yang tergolong sangat kuat, ini menggambarkan konsumen sangat mengharapkan adanya halaman parkir di rumah, karena untuk tipe 70 di miliki oleh orang menengah ke atas.

Dari hasil analisa yang telah dilakukan, maka dapat diketahui rangking prioritas utama pemasaran dalam variabel produk yang harus diperhatikan perusahaan yaitu:

1. Perumahan memakai konsep minimalis dan modern
2. Perumahan di lengkapi perkarangan untuk menanam bunga
3. Perumahan menyediakan Masjid di sekitar komplek perumahan
4. Perumahan di lengkapi halaman parkir kendaraan

5.2.2 Analisa Pengukuran Variabel Harga

Analisa pengukuran variabel harga sebagai berikut.

- a. Perumahan Tipe 70/200 ditawarkan dengan harga Rp.350jt

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap Perumahan Tipe 70/200 ditawarkan dengan harga Rp.350jt yaitu: $262/340 \times 100\% = 77.06\%$ memiliki nilai interpretasi skor yang kuat. Sehingga penilaian konsumen terhadap harga perumahan Rp.350jt sudah termasuk terjangkau untuk rumah tipe tersebut

- b. Perumahan tipe 70/200 menawarkan DP15%

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pertanyaan Perumahan tipe 70/200 menawarkan DP15% yaitu : $260/340 \times 100\% = 76.47\%$ memiliki nilai interpretasi skor yang kuat. Sehingga dapat dikatakan bahwa untuk konsumen berharap DP yang ditawarkan nantinya berkisaran 15%.

- c. Perumahan menawarkan cicilan yang rendah

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap pertanyaan perumahan menawarkan cicilan yang rendah yaitu : $305/340 \times 100\% = 89.71\%$ memiliki nilai interpretasi skor yang sangat kuat. Sehingga dapat

dikatakan bahwa perusahaan harus memberikan harga cicilan yang rendah untuk memenuhi keinginan konsumen.

Dari hasil analisa yang telah dilakukan, maka dapat diketahui rangking prioritas utama pemasaran dalam variabel harga yang harus diperhatikan perusahaan yaitu:

1. Perumahan menawarkan cicilan yang rendah
2. Perumahan di tawar dengan harga Rp.350jt
3. Perumahan menawarkan DP 15% dari harga jual rumah.

5.2.3 Analisa Pengukuran Variabel Lokasi

Analisa pengukuran variabel lokasi dan distribusi sebagai berikut.

- a. Sebaiknya perumahan berdekatan dengan lembaga pendidikan

Dari Tabel 4.12 dan Gambar 4.13 pada pengolahan data dapat dilihat bahwa pertanyaan mengenai sebaiknya Perumahan berdekatan dengan lembaga pendidikan yaitu: $295/340 \times 100\% = 86.76\%$ yang tergolong bernilai interpretasi sangat kuat. Hasil interpretasi menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen telah berkeluarga dan memiliki putera/puteri sehingga konsumen sangat mengharapkan perumahan berdekatan dengan lembaga pendidikan, reguler maupun non reguler.

- b. Sebaiknya perumahan berdekatan dengan pusat perbelanjaan

Dari Tabel 4.13 dan Gambar 4.14 pada pengolahan data dapat dilihat bahwa pertanyaan mengenai sebaiknya Perumahan berdekatan dengan pusat perbelanjaan yaitu: $292/340 \times 100\% = 85.88\%$ yang tergolong bernilai interpretasi sangat kuat. Berdasarkan penilaian yang diberikan responden yang mana rata-rata konsumen adalah berstatus berkluarga sangat mengharapkan rumah berdekatan dengan pusat perbelanjaan agar memudahkan akses belanja.

- c. Sebaiknya perumahan berjauhan dengan kota untuk meningkatkan kenyamanan dalam beristirahat

Pada pengolahan data dapat dilihat bahwa pertanyaan perumahan berjauhan dengan kota yaitu: $287/340 \times 100\% = 84.41\%$, tergolong bernilai interpretasi sangat kuat. Seperti yang di ketahui sebelumnya rata-rata responden telah

berstatus berkeluarga dan pekerja sehingga sangat menginginkan kualitas istirahat yang sangat nyaman.

d. **Sebaiknya Perumahan berdekatan dengan tempat rekreasi keluarga**

Pada pengolahan data dapat dilihat bahwa pertanyaan Perumahan berdekatan dengan tempat rekreasi keluarga yaitu: $277/340 \times 100\% = 81.47\%$, tergolong bernilai interpretasi sangat kuat. Seperti yang di ketahui sebelumnya rata-rata responden telah berstatus berkeluarga sehingga setiap minggunya memerlukan hiburan untuk mengajak keluarga berliburan, oleh karena itu berdekatan dengan rekreasi keluarga sangat di harapkan.

Dari hasil analisa yang telah dilakukan, maka dapat diketahui rangking prioritas utama pemasaran dalam variabel lokasi dan distribusi yang harus diperhatikan perusahaan yaitu:

1. Perumahan berdekatan dengan lembaga pendidikan
2. Perumahan berdekatan dengan pusat perbelanjaan
3. Perumahan berjauhan dengan kota untuk meningkatkan kenyamanan istirahat
4. Perumahan dekat dengan tempat rekreasi keluarga

5.2.4 Analisa Pengukuran Variabel Promosi

Analisa pengukuran variabel promosi sebagai berikut.

a. **Perumahan di lengkapi pendingin ruangan gratis**

Berdasarkan pengolahan data tentang pertanyaan sebaiknya Perumahan di lengkapi pendingin ruangan gratis yaitu $298/340 \times 100\% = 84.41\%$ yang tergolong bernilai interpretasi sangat kuat, maka untuk memenuhi keinginan konsumen perumahan harus di lengkapi pendingin ruangan gratis.

b. **Perumahan di lengkapi dengan sofa tamu gratis**

Berdasarkan pengolahan data tentang pertanyaan sebaiknya Perumahan di lengkapi dengan sofa tamu gratis yaitu $306/340 \times 100\% = 90\%$ yang tergolong bernilai interpretasi sangat kuat, maka untuk memenuhi keinginan konsumen perumahan telah di fasilitasi oleh sofa tamu.

- c. Perumahan di promosikan pada seluruh media informasi masyarakat seperti baliho, surat kabar, brosure, panplate

Berdasarkan pengolahan data tentang pertanyaan sebaiknya Perumahan di promosikan pada seluruh media informasi masyarakat seperti baliho, surat kabar, brosure, panplate yaitu $291/340 \times 100\% = 85.59\%$ yang tergolong bernilai interpretasi sangat kuat, maka untuk memenuhi keinginan konsumen perusahaan harus promosikan pada seluruh media informasi masyarakat seperti baliho, surat kabar, brosure, panplate

Dari hasil analisa yang telah dilakukan, maka dapat diketahui rangking prioritas utama pemasaran dalam variabel promosi yang harus diperhatikan perusahaan yaitu:

1. Perumahan di lengkapi sofa tamu
2. Perumahan di promosikan pada seluruh media informasi masyarakat seperti baliho, surat kabar, brosure, panplate
3. Perumahan di lengkapi pendingin ruangan gratis

5.3 Analisa Aspek keuangan

5.3.1 Rencana Anggaran Biaya

Dari rencana anggaran yang telah di buat dapat di simpulkan bahwa urutan pekerjaan dan biaya telah sesuai dan mendapat harga jual rumah yang menguntungkan sesuai dengan yang di inginkan sehingga tidak ada pekerjaan yang biayanya di khawatirkan akan membuat harga jual rumah tidak sesuai dengan harapan konsumen, karena sesuai hasil dari kuisisioner membuktikan jika harga rumah yang nantinya di jual sudah di bawah rata-rata perumahan biasa.

5.3.2 Analisa *Payback Period* (PP)

Pada pengolahan data *payback period* menunjukkan bahwa modal usaha yang akan digunakan untuk investasi perumahan dapat dikembalikan dalam waktu 5 bulan. Sehingga dengan demikian pembangunan perumahan di daerah ini dapat dilaksanakan karena waktu pengembalian modal usaha lebih layak dan sesuai dengan keinginan perusahaan, dimana waktu pengembalian lebih cepat dari yang di harapkan.

5.3.3 Analisa *Net Present Value (NPV)*

Perhitungan kelayakan menggunakan metode NPV menunjukkan bahwa NPV bernilai positif yaitu dapat dilihat dari PV kas bersih dikurangi dengan PV investasi sebesar Rp. 5,612,253,000 – Rp. 4,797,483,500 = Rp. 814,769,500 Berdasarkan data ini berarti bahwa selama umur ekonomis (2 tahun) total pemasukan lebih besar dari pada modal investasi, sehingga usaha ini menguntungkan dan layak untuk di teruskan.

5.3.4 Analisa *Internal Rate of Return (IRR)*

Perhitungan kelayakan dengan menggunakan metode IRR menunjukkan nilai suku bunga pengembalian investasi sebesar 27,87%, sedangkan suku bunga pinjaman (MARR) sebesar 15%. Sehingga dengan demikian investasi dapat dilaksanakan dan di layak di lanjutkan. Hal ini dikarenakan suku bunga pinjaman bank lebih kecil dari pada suku bunga pengembalian investasi.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dan tujuan yang ingin dicapai, maka kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

6.1.1 Aspek Pasar dan Pemasaran

Berdasarkan analisa data yang telah dilakukan pada aspek pasar dan pemasaran, dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel produk, berdasarkan analisa variabel produk dapat diketahui bahwa pasar potensial menginginkan prioritas utama dari perumahan yaitu: Perumahan memakai konsep minimalis dan modern, Perumahan di lengkapi perkarangan untuk menanam bunga, Perumahan menyediakan Masjid di sekitar komplek perumahan dan Perumahan di lengkapi halaman parkir kendaraan.
2. Variabel harga, berdasarkan analisa variabel harga dapat diketahui bahwa pasar potensial menginginkan prioritas utama dari harga perumahan dalam menjalankan pemasarannya yaitu: Perumahan menawarkan cicilan yang rendah, Perumahan di tawar dengan harga Rp.350jt dan Perumahan menawarkan DP 15% dari harga jual rumah.
3. Variabel lokasi, berdasarkan analisa variabel lokasi dapat diketahui bahwa pasar potensial menginginkan prioritas utama perumahan dalam menjalankan pemasarannya yaitu : Perumahan berdekatan dengan lembaga pendidikan, Perumahan berdekatan dengan pusat perbelanjaan, Perumahan berjauhan dengan kota untuk meningkatkan kenyamanan istirahat dan Perumahan dekat dengan tempat rekreasi keluarga.
4. Variabel promosi, berdasarkan analisa variabel promosi dapat diketahui bahwa pasar potensial menginginkan prioritas utama perumahan dalam menjalankan pemasarannya yaitu : Perumahan di lengkapi sofa tamu, Perumahan di promosikan pada seluruh media informasi masyarakat seperti baliho, surat kabar, brosure, panplate dll, dan Perumahan di lengkapi pendingin ruangan gratis

6.1.2 Aspek Finansial

1. Rencana Anggaran Biaya

Berdasarkan pengolahan serta analisa data pada pengolahan data, di dapat kesimpulan jika dari sisi rencana anggaran biaya perumahan layak di bangun, karena dari perhitungan di simpulkan perusahaan akan mendapatkan keuntungan.

2. *Net Present Value (NPV)*

Berdasarkan pengolahan serta analisa data diperoleh nilai *NPV* sebesar Rp. 814,769,500 bernilai positif, berdasarkan kriteria ini berarti investasi perumahan ini tidak merugi dan layak untuk dibangun dan di kembangkan.

3. *Internal Rate of Return (IRR)*

Berdasarkan kriteria pengolahan *IRR* bahwa nilai suku bunga pengembalian investasi sebesar 27,87% lebih besar dari pada suku bunga pinjaman bank (*MARR*) sebesar 15%, berdasarkan metode *IRR* investasi perumahan ini tidak merugi dan layak untuk dibangun dan di kembangkan.

4. *Payback Period (PP)*

Jika dilihat dari pengolahan dan analisa metode *Payback Period (PP)* diketahui bahwa perumahan layak untuk di bangun dan di kembangkan, hal ini dikarenakan mampu mengembalikan modal investasi sebesar Rp 4,797,483,500 selama umur investasi selama 2 tahun. Modal investasi tersebut bisa dikembalikan dalam waktu 5 bulan.

6.1.3 Sistem bagi hasil

Setelah di adakan pengolahan data dan hasilnya menunjukkan dengan sistem bagi hasil perusahaan akan mendapatkan keuntungan sehingga dapat di nyatakan jika proyek ini layak di bangun

6.2 Saran

Dari kesimpulan di atas, maka saran yang akan diberikan pada penelitian ini baik bagi pihak perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Pihak perusahaan sebaiknya menerapkan memprioritaskan apa yang menjadi keinginan konsumen seperti data yang telah di olah tersebut,

sehingga perumahan yang di bangun banyak di minati oleh konsumen, dan jika bisa lebih di tambahkan promosi demi kepuasan konsumen.

2. Untuk aspek teknis, Rancangan anggaran biaya sudah sangat baik, untuk pembangunan perumahan tipe yang sama dapat di gunakan kembali, *Lay Out* bangunan pada aspek teknispun sudah termasuk kriteria yang di inginkan konsumen sama dengan lokasi pembangunan perumahan, hal ini di pertahankan dan selalu memperhatikan apa yang menjadi keinginan konsumen.
3. Berdasarkan pengolahan dan analisa data aspek finansial dapat diberikan saran kepada pihak perusahaan yaitu lebih menekan biaya yang tidak perlu di keluarka, seperti adanya promosi dengan sponsor, sehingga biaya promosi tidak perlu di keluarkan oleh perusahaan.
4. Untuk penelitian selanjutnya peneliti memberi saran agar ketiga aspek ini tetap di pertahankan akan tetapi di tambahkan dengan aspek-aspek yang lain, sehingga kajian tentang suatu proyek lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Giatman, M. “*Ekonomi Teknik*”. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta. 2006
- Kasmir dan Jakfar. “*Studi Kelayakan Bisnis*”. Edisi kedua. Prenada Media, Jakarta Timur. 2003.
- Kuncoro, M. “*Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis ?*”. Edisi 3. Erlangga. Jakarta. 2009
- Ratna, P. 2009. “*Analisis Kelayakan Usaha Jati Unggul Nusantara Dengan Pola Bagi Hasil*”. Skripsi tidak di terbitkan. Bogor : ITB Bogor
- Riduwan dan Sunarto. “*Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*”. Edisi Ketiga. Alfabeta, Bandung. 2010.
- Robiansah. 2012. “*Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Pelayan di Maroon Café n’ Resto Menggunakan Metode Importance Perfomance Analisis dan Potential Gain Customer Value’s*”. Skripsi tidak di terbitkan. Pekanbaru : UIN Suska Riau
- Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*”. CV. Alfabeta, Bandung. 2009.
- Suliyanto. “*Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*”. Penerbit Andi. Yogyakarta. 2010.
- Suratman. “*Studi Kelayakan Proyek Teknik dan Penyusunan Laporan*”. Edisi pertama J&J Learning. Yogyakarta. 2001
- Umar, Husein. “*Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*”. Edisi kedua. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta. 2008.