

## **Perencanaan Pendirian Industri “Cozy Barbershop” dengan Konsep Kansei Engineering di Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur**

**Eduardo Edwin Ang**

Jurusan Teknik Industri / Fakultas Teknik  
edwinang678@gmail.com

**Abstrak** – Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan pendirian “Cozy Barbershop” di Kupang. Terdapat 4 aspek yang dianalisa pada penelitian ini yaitu aspek pasar, teknis, manajemen dan keuangan. Dari aspek pasar diperoleh hasil bahwa terdapat celah pasar yang dapat direbut oleh *Cozy Barbershop*, sehingga permintaan efektif dari usaha ini masih ada. Aspek teknis membahas lokasi pendirian, layout, kapasitas serta desain ruangnya dengan konsep *Kansei Engineering*. Pada aspek manajemen, dibahas struktur organisasi, *job description*, *job specification*, jumlah tenaga kerja yang akan digunakan serta gaji yang akan diberikan. Aspek terakhir untuk mengevaluasi kelayakan usaha ini adalah keuangan. Hasil yang didapatkan adalah NPV *Cozy Barbershop* lebih besar dari nol,  $IRR (50\%) > MARR (10,78\%)$ , dan *Discount Payback Period* (2,65 tahun) yang tidak melebihi horizon perencanaan (5 tahun). Sehingga dapat disimpulkan bahwa perencanaan pendirian industri “Cozy Barbershop” dengan konsep *Kansei Engineering* di Kota Kupang layak untuk didirikan ditinjau dari keempat aspek tersebut.

**Kata kunci** : Perencanaan Industri, Kelayakan, *Kansei Engineering*, *Cozy Barbershop*

**Abstract** – This study attempts to evaluate feasibility the establishment of “Cozy Barbershop” in Kupang. There are 4 aspects were analysed in this research : market, technical, management and finance aspect. The result from market aspect is there was a cleft market will be taken by Cozy Barbershop, so effective demand of this bussiness is still there. Technical aspect discuss about building location, layout, capacity, and room design used Kansei Engineering concept. Management aspect discuss about oganization structure, job description, job spesification, number of labor, and the sallary will be given. The last aspect that must consider is financial. The result from this aspect are NPV greater than zero,  $IRR (50\%) > MARR (10,78\%)$ , and Discount Payback Period (2,65 year) not exceed planning horizon (5 year). So can be conclude that establishment planning “Cozy Barbershop” industry with Kansei Engineering concept in Kupang city is worthy to established in terms of that four aspect result.

**Keywords**: Industrial planning, feasibility, Kansei Engineering, Cozy Barbershop

### **PENDAHULUAN**

Penampilan atau *style* rambut kini menjadi salah satu hal yang diperhatikan oleh masyarakat perkotaan tak terkecuali laki-laki. Urusan potong rambut berubah layaknya sebuah kebutuhan primer yang harus dipenuhi pada periode tertentu. Kota Kupang merupakan kota yang mulai maju ditandai dengan banyaknya investor yang menanamkan modal di kota ini. Dengan berkembangnya suatu kota, maka masyarakat nya pun mulai mengikuti perkembangan dan

*lifestyle* zaman sekarang. Melihat kondisi ini, maka peluang usaha di sektor *barbershop* pun sangat menggiurkan. Pada saat ini *barbershop* di kota Kupang dirasa masih kurang memadai baik dari kualitas layanan, fasilitas, hingga desain ruangan yang terkesan monoton dan tidak menimbulkan kesan nyaman bagi konsumen. Oleh karena itu, perlu adanya sebuah solusi untuk mengatasinya, yaitu dengan melakukan perencanaan pendirian industri “*Cozy Barbershop*” dengan konsep *Kansei Engineering* di kota Kupang, Nusa Tenggara Timur.

## **METODE PENELITIAN**

Dengan adanya langkah-langkah penelitian yang jelas dan sistematis, penelitian ini dapat berjalan lebih terarah dan lancar. Langkah-langkah penelitian ini meliputi melakukan pengamatan awal sampai menarik kesimpulan dan saran. Berikut ini merupakan penjelasan dari masing-masing tersebut.

### **1. Melakukan identifikasi permasalahan**

Langkah awal yaitu mengidentifikasi permasalahan dari perencanaan industri pendirian *Cozy Barbershop*. Dengan diketahui dan dipahaminya pokok permasalahan dari perencanaan industri tersebut, nantinya proses kerja penelitian ini dapat berjalan dengan tepat sasaran.

### **2. Menentukan Tujuan Penelitian**

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut, perlu ditentukan tujuan dari penelitian sehingga penelitian dapat berjalan dengan baik dan tidak menyimpang dari sasaran yang diinginkan. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui kelayakan usaha dari pendirian *Cozy Barbershop* dengan rancangan desain ruangan yang nyaman di Kupang ditinjau dari sisi aspek pasar, teknis, manajemen, dan keuangan.

### **3. Melakukan *Survey* Awal**

Setelah mengidentifikasi masalah dan tujuan, selanjutnya *survey* awal dilakukan dengan cara observasi lokasi rencana usaha dan wawancara kepada pihak berpengalaman di bidang usaha *barbershop* yang berada di Surabaya. Hal ini penting dilakukan dalam memberikan gambaran awal mengenai keadaan usaha *barbershop* serta informasi lain yang diperlukan untuk usaha penelitian ini.

### **4. Studi Pustaka**

Melakukan studi kepustakaan dengan mempelajari literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang ada. Studi kepustakaan dilakukan untuk mendapatkan konsep dan

pandangan yang tepat dalam menentukan metode untuk menyelesaikan masalah. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain metode pengumpulan data, pembuatan kuisioner, perancangan desain ruangan dengan *Kansei Engineering*, pemasaran dan studi kelayakan.

5. Mengumpulkan data untuk mendesain ruangan

Untuk merancang desain ruangan *barbershop* maka perlu dilakukan pengumpulan data yang dibutuhkan yaitu identifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen. Metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi dari konsumen yang menjadi target pasar agar perusahaan dapat mendesain ruangan yang sesuai dengan *feeling* dan keinginan konsumen.

6. Melakukan Pengolahan Data dan Analisis Hasil Desain Ruangan

Data yang diperoleh dari pengumpulan data sebagiannya merupakan data mentah yang memerlukan pengolahan data lebih lanjut untuk kemudian dianalisis. Pengolahan data dalam penelitian ini disesuaikan dengan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini agar penelitian tidak menyimpang dari dasar teori tersebut.

Pada tahap ini terdiri dari beberapa bagian yaitu:

a. Tahap analisis tentang minat konsumen terhadap *barbershop*.

Pada tahap ini dilakukan pengolahan data dari hasil *survey* dengan konsumen. Kemudian hasil *survey* tersebut digunakan untuk melihat minat responden terhadap *barbershop*.

b. Tahap perancangan desain ruangan

Perancangan desain ruangan dilakukan untuk menarik konsumen agar merasa lebih nyaman saat berada di *Cozy Barbershop*. Tahapan-tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut: Identifikasi kebutuhan pelanggan, penyusunan dan seleksi konsep.

7. Pengumpulan data untuk analisis kelayakan pendirian usaha

Sebelum dilakukan pengumpulan data sekunder, terlebih dahulu harus diketahui minat konsumen terhadap jasa *barbershop* melalui kuisioner dan wawancara.

a. Pengumpulan data primer

Data aspek pasar diperoleh dari observasi dengan cara melakukan wawancara langsung dan penyebaran kuisioner kepada pihak yang mungkin menjadi konsumen. Kuisioner yang disusun menggunakan *purposive sampling*. Teknik *sampling* ini, menggunakan penilaian tentang anggota populasi mana yang baik untuk dijadikan sampel. Sebelum melakukan *sampling*, diperlukan data sekunder mengenai jumlah penduduk laki-laki di

Kupang untuk menentukan jumlah sampel yang diambil dalam *sampling*. Data sekunder ini diperoleh dari BPS. Target responden kuesioner ini adalah para penduduk berusia 15 – 34 tahun di kota Kupang. Dari hasil pengumpulan data diketahui jumlah penduduk laki-laki di Kupang dari tahun 2010 hingga 2015, sehingga perlu dilakukan pengolahan data untuk memprediksi jumlah penduduk laki-laki di Kupang untuk tahun 2016 hingga 2021.

b. Pengumpulan data sekunder

Pengumpulan data sekunder didapatkan dari BPS dan instansi pemerintah lainnya serta melalui internet yang dilaksanakan pada tahun 2016. Pengumpulan data sekunder juga dilakukan kepada pihak yang berpengalaman dalam menjalankan usaha *barbershop*. Data yang dikumpulkan untuk studi kelayakan ini adalah sebagai berikut: data untuk aspek pasar, data untuk aspek teknis, data untuk aspek manajemen, data untuk aspek keuangan.

8. Pengolahan data dan analisis kelayakan pendirian usaha

Hasil kumpulan data tersebut kemudian diolah berdasarkan metode yang diperoleh dari studi pustaka dan dianalisis untuk mengetahui apakah rencana dari pendirian usaha ini layak untuk dilaksanakan. Adapun langkah pengolahan dan analisis yang dilakukan antara lain:

a. Aspek Pasar

- Meramalkan perkembangan permintaan *barbershop* selama 5 tahun mendatang
- Menentukan jumlah *barbershop* pesaing yang ada di Kupang
- Menentukan pasar potensial efektif

b. Aspek Teknis untuk pendirian *barbershop*

- Menentukan luas dan desain layout ruangan dengan konsep *Kansei Engineering*
- Penentuan lokasi dengan metode *Brown Gibson*
- Menghitung jumlah peralatan, perlengkapan serta kapasitas *Cozy Barbershop*

c. Aspek Manajemen untuk *barbershop*

- Membuat struktur organisasi
- Menjabarkan *job description* dan *job specification*
- Menentukan jumlah tenaga kerja dan jam kerja

d. Aspek Keuangan

- Menghitung Harga Pokok Produksi (HPP)
- Menghitung *Total Project Cost* (TPC) dan proyeksi penjualan

- Membuat *cash flow statement*, neraca, laporan rugi laba
- Menghitung *Minimum Attractive Rate of Return* (MARR)
- Menghitung *Break Event Point* (BEP)
- Melakukan analisis sensitivitas
- Menganalisis Ratio Keuangan
  - Aktivitas, meliputi: *Fixed Asset Turnover* (FATO), dan *Total Aset Turnover* (TATO)
  - Profitabilitas, meliputi *Gross Profit Margin* (GPM), *Net Profit Margin* (NPM), *Return on Total Asset* (ROA), dan *Return On Equity* (ROE)

#### 9. Penarikan kesimpulan dan Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada langkah sebelumnya, dilakukan penarikan kesimpulan yang menjawab tujuan penelitian. Selain itu, diberikan saran yang berguna bagi pendirian industri *barbershop*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Aspek Pasar

Pengolahan data dan analisis aspek pasar merupakan tahap pertama dalam studi kelayakan bisnis. Apabila analisis aspek pasar ini menunjukkan hasil yang layak, maka baru dapat dilakukan analisis data aspek selanjutnya.

#### 1.1 Peramalan Jumlah Penduduk Laki-laki berumur 15-34 tahun di kota Kupang

Dengan menggunakan metode *S Curve Trend Model*, data jumlah penduduk laki-laki berumur 15 - 34 tahun yang diperoleh dari BPS diolah dengan menggunakan trend analysis di program minitab. Hasil dari program minitab, maka proyeksi jumlah penduduk laki-laki berumur 15 - 34 tahun adalah:

Tabel 1. Proyeksi Jumlah Penduduk

No	Tahun	Jumlah penduduk
1	2016	88.397
2	2017	88.843
3	2018	89.096
4	2019	89.240
5	2020	89.322
6	2021	89.368

## 1.2 Perhitungan Pasar Potensial

Target dari *Cozy Barbershop* adalah penduduk kota Kupang golongan menengah ke atas. Hal ini dikarenakan pada masyarakat menengah ke atas tidak hanya mementingkan harga dari suatu *barbershop* tetapi juga mementingkan aspek lain dari sebuah *barbershop* seperti desain dari *barbershop* dan pelayanan yang diberikan. Data jumlah penduduk laki-laki yang senang memangkas rambut pada periode tertentu, penduduk yang tertarik untuk mengunjungi *barbershop* baru dan penduduk yang tergolong ekonomi menengah ke atas diperoleh dari hasil kuisioner. Sehingga pasar potensial dari *barbershop* ini dapat dihitung dengan cara proyeksi jumlah penduduk laki-laki berusia 15-34 tahun di Kupang dikalikan dengan persentase penduduk laki-laki yang suka memangkas rambutnya pada periode tertentu, persentase penduduk yang tertarik untuk berkunjung ke *barbershop* baru serta persentase penduduk yang tergolong menengah ke atas. Berikut adalah hasil dari perhitungannya:

Tabel 2. Proyeksi Perhitungan Pasar Potensial Untuk 5 Tahun Mendatang

Tahun	Jumlah Penduduk	% suka memangkas rambut	% tertarik untuk berkunjung ke <i>barbershop</i> baru	% tergolong menengah ke atas	Pasar Potensial <i>Barbershop</i>
2017	88.843	100 %	97%	70%	60.324
2018	89.096				60.496
2019	89.240				60.594
2020	89.322				60.650
2021	89.368				60.681

## 1.3 Perhitungan Pasar Potensial Efektif

Pasar potensial efektif ini diperoleh dengan mengurangi jumlah konsumen yang telah dikuasai oleh pesaing. Berdasarkan hasil kuisioner, diperoleh data sebanyak 36% responden belum menemukan *barbershop* favoritnya atau belum menjadi pelanggan dari suatu *barbershop* yang ada di kota Kupang. Sehingga pasar potensial efektif dari *Cozy Barbershop* dapat dihitung dari rumus dibawah ini:

$$\begin{aligned} \text{PPE} &= \text{Pasar Potensial} \times \text{presentase responden yang belum di kuasai pesaing} \\ &= \text{PP} \times 36 \% \end{aligned}$$

Dari perhitungan rumus diatas, maka didapatkan besarnya pasar potensial efektif dari *Cozy Barbershop* adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Proyeksi Pasar Potensial Efektif Untuk 5 Tahun Mendatang

Tahun	Proyeksi Pasar Potensial Efektif
2017	21.717
2018	21.779
2019	21.814
2020	21.834
2021	21.845

#### 1.4 Perhitungan Permintaan Efektif

Permintaan efektif merupakan jumlah permintaan yang akan dilayani oleh *Cozy Barbershop*. Besarnya permintaan yang dapat dipenuhi harus berdasarkan kapasitas dari *Cozy Barbershop* sehingga konsumen dapat tertampung. Kapasitas *Cozy Barbershop* maksimum 15.402 konsumen/ tahun. Asumsi : kedatangan setiap konsumen di *Cozy Barbershop* ini tiap sebulan sekali sehingga frekuensi kedatangan 12 kali dalam setahun. Oleh karena itu, persentase permintaan efektif dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Persentase permintaan efektif} &= \text{Kapasitas barbershop per tahun/ pasar potensial efektif terbesar} \\
 &\quad (1 \text{ bulan sekali datang}) \\
 &= 15.402/ 21.845 * 12 \\
 &= 5,875\%
 \end{aligned}$$

Tabel 4. Proyeksi Permintaan Efektif Untuk 5 Tahun Mendatang

Tahun	Pasar Potensial Efektif	Permintaan Efektif (%)	Proyeksi Permintaan Efektif (konsumen/ tahun)	Proyeksi Permintaan Efektif (Jumlah Kedatangan/ tahun)
2017	21.717	5,875%	1.276	15.312
2018	21.779		1.279	15.348
2019	21.814		1.281	15.372
2020	21.834		1.282	15.384
2021	21.845		1.283	15.396

#### 1.5 Strategi Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan perusahaan untuk memasarkan produk/ jasa yang ditawarkannya. Tujuan strategi pemasaran untuk mengetahui dengan tepat segmen dan target pasar yang dituju, sehingga pelayanan dari *Cozy Barbershop* ini dapat menarik minat pasar. Strategi pemasaran *Cozy Barbershop* mencakup STPD dan Bauran Pemasaran.

### **1.5.1 STPD**

Segmentasi *Cozy Barbershop* adalah semua penduduk laki-laki di kota Kupang dengan tingkat ekonomi menengah ke atas. Target pasar untuk *Cozy Barbershop* adalah para pemuda kota Kupang berusia 15-34 tahun karena para pemuda merupakan konsumen yang paling sering berkunjung ke *barbershop* untuk menjaga penampilan mereka. *Cozy Barbershop* memposisikan dirinya sebagai tempat potong rambut khusus pria yang nyaman dan cocok untuk kawula muda. *Positioning statement* dari *Cozy Barbershop* yaitu: *Cozy Barbershop for the real man*. Dengan *positioning statement* ini maka laki-laki tidak akan merasa ragu dan malu untuk masuk ke *Cozy Barbershop*. Diferensiasi yang dilakukan oleh *Cozy Barbershop* yaitu desain ruangnya dibuat dengan konsep *Kansei Engineering* dimana konsep desain *barbershop* disesuaikan dengan perasaan (*feeling* konsumen). Selain itu, pelayanan yang diberikan tidak hanya sebatas potong rambut tetapi adanya *value added service* yang diberikan kepada konsumen yaitu *massage, hot towel, hair wash, hair styling* sehingga diyakini konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh para kapster di *Cozy Barbershop*.

### **1.5.2 Bauran Pemasaran**

Bauran pemasaran adalah elemen-elemen organisasi perusahaan yang dapat di kontrol oleh perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan konsumen dan akan dipakai untuk memuaskan konsumen. Bauran pemasaran dari *Cozy Barbershop* terdiri atas 7P:

1. *Product*: Produk yang akan dihasilkan/ ditawarkan oleh *Cozy Barbershop* kepada konsumen yaitu *Service* (pelayanan) meliputi *Hair Cut (cut, hair wash, hot towel, massage, hair styling)*.
2. *Price*: Terdapat beberapa *discount strategy* yang akan dilakukan oleh *Cozy Barbershop* yaitu adanya *stamp card* yang berisikan promo 10 kali *cut hair* gratis satu kali *cut hair*, diskon 15% bagi konsumen yang datang ke *Cozy Barbershop* saat hari ulang tahun nya dengan menunjukkan identitas KTP dan dengan menunjukkan KTM atau kartu pelajar, Mahasiswa/ pelajar mendapatkan diskon 20% dari harga normal *cut hair*.
3. *Promotion*: Beberapa promosi yang akan dilakukan oleh *Cozy Barbershop* antara lain: menggunakan media koran, dan jejaring social media untuk mensosialisasikan *Cozy Barbershop* ke masyarakat kota Kupang, menyebarkan brosur ke tempat-tempat umum yang ada di kota Kupang seperti kompleks persekolahan dan kampus, pusat



perbelanjaan, serta melakukan promosi *discount* seperti yang telah dijelaskan pada aspek harga (*price*).

4. *Place*: Lokasi pendirian *Cozy Barbershop* yaitu dekat dengan kompleks persekolahan dan universitas swasta ternama di kota Kupang. Hal ini bertujuan untuk lebih dekat ke target konsumen yaitu para mahasiswa dan pemuda golongan menengah ke atas.
5. *People*: Para kapster yang secara langsung menangani/ memberikan pelayanan kepada konsumen harus memberikan jasa pelayanan yang baik dan selalu memperhatikan kaidah kesopanan saat melayani konsumen.
6. *Process*: Di *Cozy Barbershop* terdapat standar pelayanan (*system*) yang perlu ditaati oleh para karyawan yang melayani konsumen. Secara garis besar prosedur penanganan pelanggan meliputi penerimaan pelanggan (yang dilakukan bagian administrasi), Proses pelayanan cut hair (yang dilakukan para kapster), serta proses penerimaan pembayaran (yang dilakukan bagian administrasi).
7. *Physical Evidence*: Ruang *Cozy Barbershop* dirancang sesuai dengan keinginan (*feeling*) konsumen. Konsep yang ditawarkan dalam *barbershop* ini adalah konsep maskulin dengan tetap memperhatikan kenyamanan konsumen saat berada di *barbershop*. Selain desain ruangan, penampilan para kapster juga perlu diperhatikan, salah satunya adalah desain seragam yang akan dikenakan oleh para kapster.

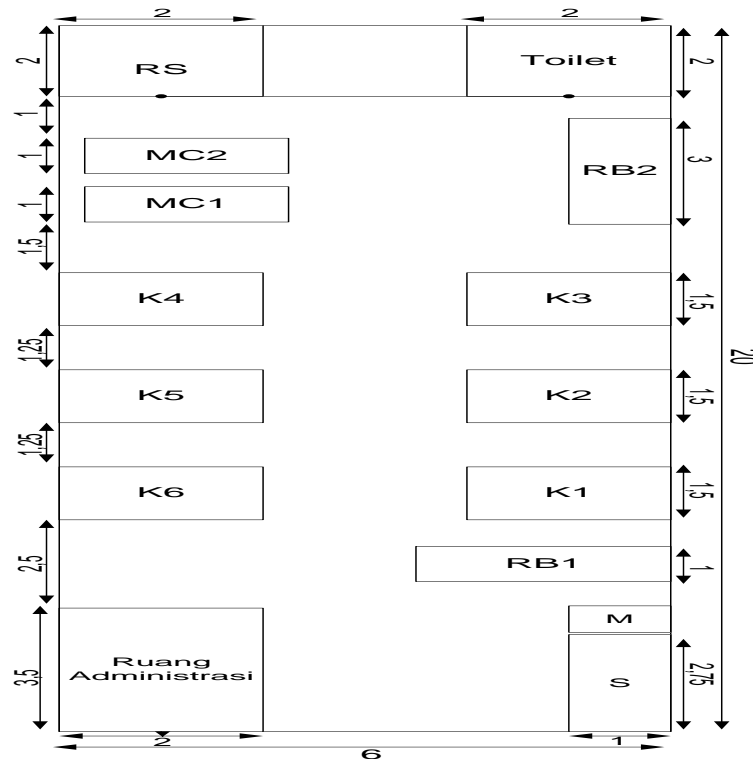
## **2. Aspek Teknis**

Pengolahan data dan analisis aspek teknis meliputi penentuan kapasitas atau skala operasi, penetapan jumlah peralatan/ fasilitas, layout ruangan/ fasilitas, penentuan lokasi usaha, serta penentuan desain ruangan dengan konsep *Kansei Engineering*.

### **2.1 Lokasi Pendirian Barbershop**

Dari dua alternatif tempat yaitu Ruko A dan Ruko B di Jalan Ahmad Yani, dilakukan perhitungan baik ditinjau dari faktor subjektif maupun objektif dari metode *Brown Gibson* untuk menentukan lokasi *barbershop* yang tepat. Berdasarkan perhitungan LPM, maka dipilih LPM tertinggi yaitu LPM Ruko A. Jadi lokasi yang dipilih untuk mendirikan *Cozy Barbershop* adalah ruko A.

## 2.2 Perancangan *Layout Barbershop*



Gambar 1. *Layout Cozy Barbershop*

Keterangan:

Satuan dalam meter, Skala : 1 : 200

K: Kursi dan Kaca *Barber*, M : Meja S: Sofa, MC: Mesin cuci rambut / tempat keramas, RS: Ruang Serbaguna, RB: Rak Barber.

## 2.3 Penentuan Kapasitas *Cozy Barbershop*

*Barbershop* ini didirikan di sebuah ruko dengan luas total sebesar 120 m<sup>2</sup>. Dari luas yang telah disediakan, *barbershop* ini menyediakan 6 kursi layanan dan 2 mesin cuci. Jumlah kapster yang disediakan sebanyak 5 orang. Hari kerja efektif *barbershop* ini adalah Senin - Sabtu dari pukul 09.00 - 19.00. Jam kerja efektif *barbershop* untuk melayani konsumen yaitu sebesar 9 jam/hari karena dipotong dengan satu jam istirahat untuk para kapster. Dengan jumlah hari libur nasional sebanyak 15 hari dan jumlah hari minggu dalam setahun sebanyak 48 hari, maka jumlah hari kerja efektif dalam setahun =  $365 - 15 - 48 = 302$  hari kerja. Standar waktu pelayanan *cut hair* sebesar 45 menit untuk per orangnya, sehingga dalam sehari seorang kapster dapat melayani 12

konsumen. *Allowance* untuk para kapster sebesar 15%. Dengan penjelasan diatas, maka kapasitas *Cozy Barbershop* dapat dihitung:

$$\begin{aligned} \text{Kapasitas} &= \text{Jumlah kapster} \times \text{Jumlah konsumen yang dapat dilayani seorang kapster dalam} \\ &\quad \text{sehari} \times \text{Jumlah hari kerja efektif} \times \text{Persentase } non \text{ allowance} \\ &= 5 \times 12 \times 302 \times 0.85 = 15.402 \text{ konsumen/ tahun} \end{aligned}$$

## 2.4 Penentuan Desain Ruang Dengan Konsep *Kansei Engineering*

Untuk menguraikan keinginan konsumen menjadi suatu desain *barbershop*, maka diperlukan pengolahan data *Kansei Engineering* melalui survey/ kuisoner *kansei*, pembentukan *kansei domain* dan *physical domain* hingga pada desain fisik 3D *Cozy Barbershop*.

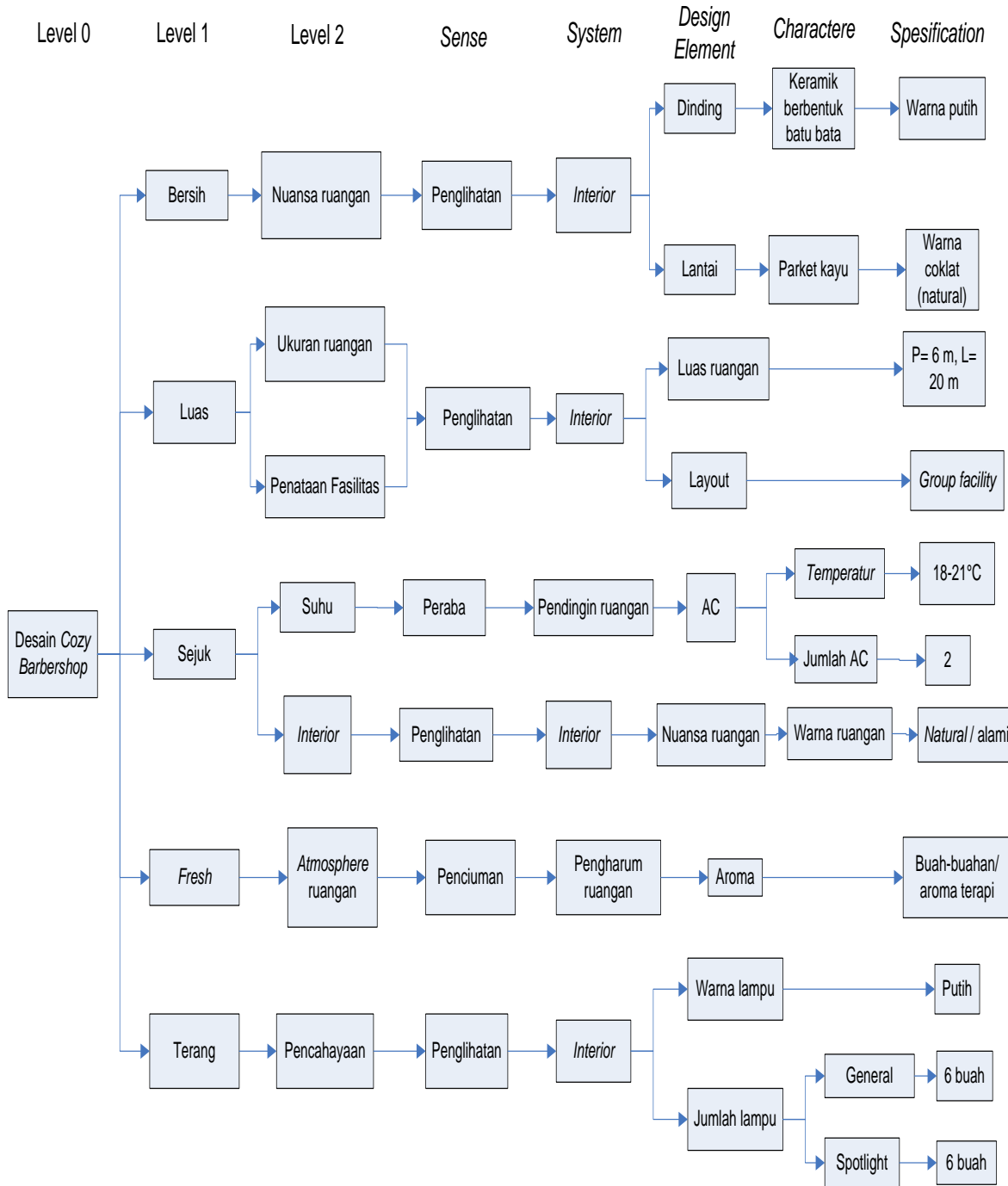
*Kansei word* yang akan digunakan dalam *kansei domain* adalah *kansei word* yang memiliki *mean > grand mean* kepentingan *kansei word*. Dengan mereduksi dari 10 *kansei word* menjadi 5 *kansei word* diharapkan konsep desain dari *Cozy Barbershop* akan lebih difokuskan pada kelima *kansei word* ini.

Tabel 5. Hasil Kuisoner *Sampling Kansei Word*

No	<i>Kansei Word</i>	Tingkat Kepentingan					Mean
		1	2	3	4	5	
1	Nyaman	-	-	10	81	9	3,99
2	Menarik	-	-	22	66	12	3,90
3	Bersih	-	-	-	76	24	4,24
4	Higenis	-	-	6	85	9	4,03
5	Luas	-	-	2	58	40	4,38
6	Sejuk	-	-	-	68	32	4,32
7	Tenang	-	-	15	63	22	4,07
8	Rapi	-	-	29	63	8	3,79
9	Fresh	-	-	8	74	18	4,10
10	Terang	-	-	7	72	21	4,14
Grand Mean							4,096

Berdasarkan tabel 5 didapatkan dari 10 *kansei word* yang telah diperoleh, hanya 5 *kansei word* yang akan digunakan yaitu bersih, luas, sejuk, *fresh*, dan terang. Dari *kansei word* tersebut akan dijabarkan ke dalam beberapa level dalam *kansei domain* sehingga akan menjelaskan lebih dalam tentang *kansei word* pada level sebelumnya.

Berikut merupakan bagan *kansei domain* dan *physical domain* untuk perancangan desain *Cozy Barbershop*.



Gambar 2. Bagan *Kansei Domain* dan *Physical Domain*

Berikut akan ditampilkan desain 3D *interior Cozy Barbershop* berdasarkan *physical domain* yang telah didapatkan.



Gambar 3. Tampak I Ruang Cozy Barbershop



Gambar 4. Tampak II Ruang Cozy Barbershop

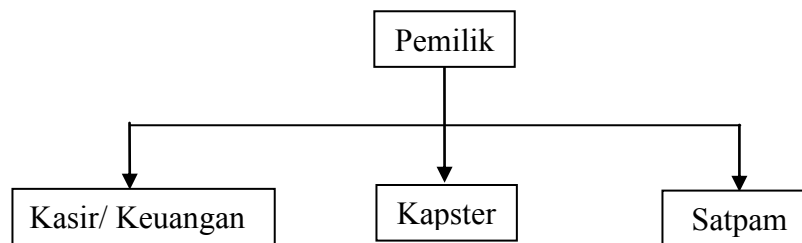
### 3. Aspek Manajemen

Aspek manajemen dan organisasi merupakan aspek yang cukup penting dianalisis untuk kelayakan suatu usaha. Suatu usaha dikatakan layak untuk dilaksanakan tanpa didukung dengan manajemen dan organisasi yang baik, maka usaha tersebut mungkin dapat mengalami kegagalan.

#### 3.1 Struktur Organisasi

*Cozy Barbershop* ini menggunakan struktur organisasi fungsional dimana masing-masing pemegang jabatan memperoleh delegasi dan wewenang yang telah ditentukan batasan bidang kerjanya yang sesuai dengan keahliannya.

Berikut adalah struktur organisasi dari *Cozy Barbershop*:



Gambar 5. Struktur Organisasi Cozy Barbershop

#### 3.2 Job Description

*Job description* perlu dijabarkan agar dapat menjadi pedoman saat mencari tenaga kerja untuk posisi-posisi tersebut di *Cozy Barbershop*.

##### 1. Pemilik (*Owner*)

Sebagai pemilik modal, memimpin dan melakukan fungsi pengawasan kegiatan-kegiatan yang ada dibawahnya untuk mencapai tujuan yang sama yaitu peningkatan profit dan loyalitas pelanggan, merekrut dan memberhentikan pekerja, menjalin hubungan yang baik dengan para *supplier* perlengkapan maupun fasilitas *barbershop*, bertanggung jawab secara langsung dalam perkembangan *barbershop*

##### 2. Keuangan

Mengatur semua pemasukan dan pengeluaran dari *Cozy Barbershop*, menerima semua pembayaran dari konsumen, mencatat pemasukan dan pengeluaran harian.

##### 3. Kapster

Bertanggung jawab atas hasil pengerjaannya (pelayanan yang diberikan kepada konsumen), terus mengasah kemampuan diri untuk menciptakan inovasi dalam pelayanan yang diberikan

(Memangkas rambut dengan *style* rambut terbaru, dan lainnya), bertanggung jawab secara langsung terhadap kepuasan pelanggan akan hasil pelayanan yang diberikan, bertugas dan bertanggung jawab atas kebersihan ruangan dan fasilitas maupun ke higienisan perlengkapan.

4. Satpam

Bertanggung jawab terhadap keamanan *barbershop*, dan bertanggung jawab terhadap kendaraan pelanggan maupun pegawai yang berada di area parkir *Cozy Barbershop*.

### 3.3 *Job Spesification*

*Job Spesification* memuat syarat-syarat minimum yang harus dipenuhi oleh seseorang agar dapat melaksanakan jabatan tertentu dengan baik. Berikut adalah *job spesification* dari masing-masing posisi di *Cozy Barbershop*:

1. Keuangan: Wanita, usia max 30 tahun, pendidikan minimal SMA, jujur, berpenampilan menarik dan ramah.
2. Kapster: Pria, usia max 30 tahun, memiliki pengalaman bekerja sebagai kapster min 2 tahun, ahli dalam memangkas rambut pria, memiliki pengetahuan tentang berbagai *style* rambut pria, bertanggung jawab, jujur, bersih, disiplin, dan pekerja keras.
3. Satpam: Pria, usia min 35 tahun, pendidikan minimal SMA, tegas, bisa bela diri, dan jujur.

### 3.4 Jumlah Tenaga Kerja, Gaji, dan Jam Kerja

*Cozy Barbershop* akan beroperasi dari senin-sabtu (kecuali hari libur) selama 10 jam yaitu mulai jam 09.00 – 19.00. Berikut adalah jumlah tenaga kerja dan gaji yang akan diberikan.

Tabel 6. Daftar Gaji Karyawan

Jabatan	Jumlah	Gaji (Rp)	Total gaji/ bulan
Pemilik/ manager	1	5.000.000	5.000.000
Keuangan/ kasir	1	2.000.000	2.000.000
Satpam	1	1.500.000	1.500.000
Kapster	5	3.500.000	17.500.000
Jumlah	8		26.000.000

Gaji yang diberikan kepada karyawan *barbershop* ini merupakan gaji dasar. Kebijakan yang akan diterapkan pada *barbershop* ini adalah semua uang tip dari konsumen menjadi hak

karyawan serta karyawan akan diberikan bonus bila mencapai target yang ditentukan oleh manager.

#### 4. Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan aspek terakhir yang dibahas untuk menilai kelayakan pendirian *Cozy Barbershop*. Berikut merupakan hasil yang didapatkan dari pengolahan data aspek keuangan.

##### 4.1 Perhitungan Total Project Cost

Estimasi *total project cost* perlu dilakukan untuk menjawab pertanyaan berapa banyak dana/ modal yang diperlukan untuk memulai/ membangun sutau proyek industri. *Total Project Cost* pendirian *Cozy Barbershop* ini adalah sebesar: *Fixed Investment* = Rp 90.719.000 ; *Working Capital* = Rp 34.737.440; *Venture Initiation* = Rp 136.960.000 ; *Total Project Cost* = Rp 263.916.440,-

##### 4.2 Perhitungan Net Present Value

Perhitungan NPV ini dilakukan dengan menggunakan nilai MARR sebesar 10,78% dan memperhitungkan nilai sisa pada akhir tahun horizon perencanaan. Perhitungan tersebut adalah sebagai berikut.

Tabel 7. Perhitungan *Net Present Value*

Tahun	Cashflow	(P/F, 10,78%, n)	Cashflow (P/F, 10,78%, n)
0	(229.179.000)	1	(229.179.000)
1	33.738.548	0,902690016	30.455.450,81
2	132.082.249	0,814849265	107.627.123,43
3	190.104.777	0,735556297	139.832.765,41
4	247.902.564	0,663979325	164.602.177,11
5	305.723.043	0,599367508	183.240.458,21
Nilai Sisa	18.443.800	0,599367508	11.054.614,44
<b>NPV</b>			407.633.589

Dari hasil perhitungan, diperoleh bahwa hasil NPV pada akhir tahun horizon perencanaan adalah Rp 407.633.589 (NPV>0), maka *Cozy Barbershop* ini layak untuk didirikan.

##### 4.3 Perhitungan Discounted Payback Period (DPP)

Perhitungan ini dilakukan untuk mengetahui kapan atau pada tahun berapakah modal awal pendirian usaha ini dapat kembali. Perhitungan tersebut adalah sebagai berikut.



Tabel 8. Perhitungan *Discounted Payback Period* (DPP)

Tahun	Cash Flow	(P/F, 10,78%,n)	Cashflow (P/F, 10,78%, n)	Kumulatif PV inflow
0	(229.179.000)	1	(229.179.000)	(229.179.000)
1	33.738.548	0,902690016	30.455.450,81	(198.723.549,19)
2	132.082.249	0,814849265	107.627.123,43	(91.096.425,76)
3	190.104.777	0,735556297	139.832.765,41	48.736.339,65
4	247.902.564	0,663979325	164.602.177,11	213.338.516,76
5	305.723.043	0,599367508	183.240.458,21	396.578.974,97
Nilai Sisa	18.443.800	0,599367508	11.054.614,44	407.633.589,42

Dengan metode interpolasi, maka nilai DPP dapat dihitung sebagai berikut:

$$DPP = 2 + (91.096.425,76) / 139.832.765,41 = 2,65 \text{ tahun}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas , maka didapatkan bahwa nilai DPP sebesar 2,65 tahun yang mengindikasikan bahwa tingkat pengembalian *Cozy Barbershop* ini akan terjadi pada saat bulan ke 32 yang berarti bahwa *Cozy Barbershop* ini layak untuk didirikan, karena terdapat pengembalian nilai investasi selama horizon perencanaan modal.

#### 4.4 Perhitungan *Internal Rate of Return* (IRR)

IRR atau tingkat pengembalian yang diinginkan investor dapat merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil invest. Metode ini menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih di masa-masa mendatang. Apabila tingkat bunga ini lebih besar daripada MARR, maka investasi dikatakan menguntungkan, kalau lebih kecil dikatakan merugikan. Nilai IRR diperoleh dengan bantuan Microsoft Excel yang ditunjukkan pada gambar 6 dibawah ini.

	A	B	C	D	E
1	Tahun	Cashflow			
2	0	(229,179,000)		MARR	10.78%
3	1	33,738,548			
4	2	132,082,249			
5	3	190,104,777			
6	4	247,902,564			
7	5	305,723,043			
8	Nilai Sisa	18,443,800			
9	IRR	50%			

Gambar 6. Perhitungan nilai IRR menggunakan *software* Excel

#### 4.5 Analisis Sensitivitas

Dalam menentukan tingkat sensitivitas suatu proyek, digunakan model pretax profitagen.

$$PP = \text{Pendapatan} - \text{TVC} - \text{FC}$$

Tabel 9. Perhitungan *Pretax Profit* dalam Rupiah

Variabel	Nilai Estimasi Terbaik	Prosentase kenaikan 10%	Pretax Profit	Presentase Perubahan	Presentase Perubahan	Peringkat
<b>Pretax Profit</b>			393.277.163			
Pendapatan	846.780.000	931.458.000	830.612.029	111, 20	112, 20	1
<b>Fixed Cost</b>						
Biaya Perawatan	5.125.158	5.637.674	392.764.647	(0,13)	0,13	8
Biaya listrik dan air	22.706.586	24.977.245	391.006.505	(0,58)	0,58	6
Biaya telepon dan wifi	3.906.600	4.297.260	392.886.503	(0,10)	0,10	9
Biaya tenaga kerja tak langsung	113.265.991	124.592.590	381.950.564	(2,88)	2,88	3
Biaya amortisasi	27.372.000	30.109.200	390.539.963	(0,70)	0,70	5
Biaya depresiasi	7.181.813	7.899.995	392.558.982	(0,18)	0,18	7
<b>Variabel cost</b>						
Biaya bahan baku	40.750.000	44.825.000	389.202.163	(1,04)	1,04	4
Biaya tenaga kerja langsung	233.194.688	256.514.157	369.957.694	(5,93)	5,93	2

Dari perhitungan diatas diperoleh informasi bahwa variabel yang paling berpengaruh adalah pendapatan dan biaya tenaga kerja sedangkan variabel lain lebih sedikit pengaruhnya.

Berdasarkan perhitungan analisis sensitivitas terhadap pendapatan dan biaya tenaga kerja maka penurunan pendapatan tidak boleh melebihi 22,07% sedangkan peningkatan biaya tenaga kerja tidak boleh melebihi 42,78% supaya usaha ini masih dikatakan layak.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan terhadap setiap aspek yang telah dibahas adalah sebagai berikut:

- **Aspek Pasar**

Hasil pengolahan dari aspek pasar menunjukkan bahwa *Cozy Barbershop* ini layak untuk didirikan karena terdapat pasar dan masih terdapat peluang dari pesaing-pesaing yang ada untuk membuka usaha ini.

- **Aspek Teknis**

Lokasi pendirian *Cozy Barbershop* adalah di Jalan Ahmad Yani, Kupang. Adapun kapasitas tampung *Cozy Barbershop* per tahunnya adalah 15.402 konsumen. Konsep desain ruangan yang dimiliki berdasarkan kansei adalah konsep bersih, *fresh*, terang, sejuk dan luas yang mendukung terciptanya suasana nyaman bagi konsumen saat berada di *barbershop* ini. Melihat dari hal-hal tersebut, maka disimpulkan bahwa *Cozy Barbershop* layak untuk didirikan.

- **Aspek Manajemen**

Aspek manajemen tidak terdapat kesulitan untuk mencari pekerja dan gaji yang diberikan pun sesuai dengan posisi/ jabatan serta tanggung jawab yang akan diberikan kepada karyawan tersebut. Selain itu, penentuan struktur organisasi, *job description*, dan *job specification* nya pun sudah jelas dan terperinci sehingga dapat disimpulkan bahwa *Cozy Barbershop* layak untuk didirikan.

- **Aspek Keuangan**

Untuk analisis keuangan, diperoleh *total project cost* sebesar Rp 263.916.440, nilai *Net Present Value* sebesar Rp 407.633.589. Waktu yang diperlukan untuk pengembalian modal pendirian awal adalah 2,65 tahun. Nilai IRR yaitu tingkat suku bunga pengembalian bernilai 50% yang lebih besar dari nilai MARR. Variabel yang paling berpengaruh terhadap keuangan *Cozy Barbershop* adalah pendapatan dan biaya tenaga kerja.

Terdapat beberapa saran terkait pendirian *Cozy Barbershop* antara lain: Karena *Cozy Barbershop* merupakan pendatang baru, maka strategi pemasaran harus lebih dimaksimalkan serta sebaiknya setiap akhir tahun melakukan evaluasi baik dari aspek pelayanan, aspek keuangan, serta aspek lainnya dan merekap saran-saran yang masuk guna merencanakan sistem yang lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Husnan, S., & Suwarsono. (2000), *Studi Kelayakan Proyek*, Edisi Ketiga, UPP AMP. YKPN, Yogyakarta.
- Husnan, S., & Suwarsono. (2008), *Studi Kelayakan Proyek*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Kasmir & Jakfar. (2003), *Studi Kelayakan Bisnis*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Kasmir & Jakfar. (2012), *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi Revisi, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Kotler, P., Kertajaya, H., Huan, H.D., & Liu, S. (2003), *Rethinking Marketing*, Indeks, Jakarta.
- Mertoguno, R.Z.S. (2008), *Studi Kelayakan Pendirian Salon Kecantikan Khusus Remaja dan Perancangan Strategi Pemasaran yang Sesuai dengan Perilaku Konsumen di Surabaya*, Tugas Akhir Universitas Surabaya, Surabaya.
- Nagamachi, M. (1995), "Kansei Engineering: A New Ergonomic Consumer-Oriented Technology for Product Development", *International Journal of Industrial Ergonomics* 15, p. 3-11.
- Nagamachi, M. (2011), *Kansei/ Affective Engineering*, CRC Press, New York.
- Nikolay, F.R. (2014), *Studi kelayakan pendirian restoran seafood dengan mempertimbangkan Kansei Engineering dalam perancangan interior ruangan di Maumere, Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur*, Tugas Akhir Universitas Surabaya, Surabaya.
- Rangkuti, F. (2012), *Studi Kelayakan Bisnis & Investasi*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ruitan, F.A. (2013), *Studi kelayakan pendirian usaha green resto apung ikan bakar dengan pendekatan Kansei Engineering di Luwuk, Sulawesi Tengah*, Tugas Akhir Universitas Surabaya, Surabaya.
- Siswanto, B. (2005), *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia Pendekatan Administratif dan Operasional*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Pujawan, I. N. (2004), *Ekonomi Teknik*, Edisi Ketiga Jilid Pertama, Guna Widya, Surabaya.
- Pujawan, I. N. (2009), *Ekonomi Teknik*, Edisi Kedua Jilid Pertama, Guna Widya, Surabaya.
- Umar, H. (2003), *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi 2, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.