

RENCANA BISNIS: SEKAR WANGI SPA (*Hydrotherapy*)

Cindy Giovani

Abstrak

Kesadaran akan kesehatan tubuh saat ini sangat diperhatikan oleh para masyarakat dan menjadikan perawatan tubuh sebagai bagian dari gaya hidup. Banyak pebisnis yang membuka pelayanan jasa untuk membantu para masyarakat untuk menjalani gaya hidup sehat. Salah satunya tempat spa. **SEKAR WANGI SPA (*Hydrotherapy*)** merupakan tempat terapi kesehatan yang fokus dengan menggunakan teknik hidroterapi. Hidroterapi adalah metode pengobatan yang menggunakan air dengan suhu berbeda-beda yang berguna untuk mengobati penyakit atau meringankan kondisi yang menyakitkan. Terapi kesehatan ini akan menggunakan peralatan yang canggih dan modern sehingga para konsumen dapat menikmati efek air yang akan dikeluarkan oleh peralatan tersebut secara maksimal. **SEKAR WANGI SPA (*Hydrotherapy*)** fokus menawarkan terapi hidroterapi yang dapat mengobati berbagai penyakit pada tubuh dengan peralatan yang canggih dan modern, serta tenaga ahli terapis yang profesional di Kota Depok.

Kata kunci: spa, hidroterapi, Kota Depok

Abstract

*Nowadays people's awareness and concern about their body health is increasing. Some of them consider body treatment as part of their lifestyle. Many businesses arise from this opportunity, established to provide services to help people to have a healthy lifestyle. Spa business is one of them. **SEKAR WANGI SPA (*Hydrotherapy*)** is a spa place that provides health therapy services that focuses using hydrotherapy techniques. Hydrotherapy is a treatment method that uses water with different temperatures that are useful to cure some disease or relieve painful conditions. This health therapy will utilize sophisticated and modern equipment so that consumers can enjoy the maximal effects of water treatment. **SEKAR WANGI SPA (*Hydrotherapy*)** focuses on providing hydrotherapy that can cure various diseases using modern and sophisticated equipment, supported by professional and expert therapist as well in Depok City.*

Key words: spa, hydrotherapy, Depok City

PENDAHULUAN

Latar Belakang Usaha

Terdapat berbagai macam bisnis perawatan tubuh yang diminati masyarakat untuk menjalani gaya hidup sehat. Salah satunya adalah spa, yang menjadi tempat pilihan masyarakat untuk menjaga tubuhnya agar terlihat sehat dan segar. Spa berasal dari bahasa latin “*Salus Per Aquam*” atau di-Indonesiakan sebagai Sehat Pakai Air (SPA).

Bila mengacu pada Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2014 Tentang Pelayanan Kesehatan Spa. Pada pasal 5 Ayat (1) mengatakan bahwa Spa terdiri atas : a) Pelayanan Kesehatan Spa Tradisional dan b) Pelayanan Kesehatan Spa Medis (medical Spa). Lalu pada pasal 5 Ayat (2) dijelaskan maksud dari ayat (1) bahwa pelayanan kesehatan Spa tradisional meliputi: *Health Spa* dan *Wellness Spa*. (Sumber: tradkom.depkes.go.id). Menurut ISPA (*International Spa Association*) terdapat tujuh kategori Spa, yaitu: perawatan Spa total (*Destination Spa*), perawatan Spa harian (*Day Spa*), perawatan Spa medis (*Medical Spa*), perawatan Spa kesehatan (*Health Spa*), *resort Spa*, *mineral springs Spa*, perawatan Spa di bandara (*Airport Spa*).

Pelayanan spa yang sering ditemukan di Jakarta maupun di Depok adalah perawatan spa harian (*day spa*) dan perawatan spa kesehatan (*health spa*). Perawatan spa kesehatan mencakup terapi air (*Hydrotherapy*), dimana terapi ini menggunakan air dengan suhu yang berbeda-beda sebagai media terapinya. Hidroterapi dibagi menjadi dua, yakni hidroterapi secara langsung, yaitu *jacuzzi*, kolam panas dan dingin, *under water massage*, *affusion*, *shower*, dan *jet shower*, sedangkan hidroterapi secara tidak langsung yaitu *steam*, *sauna*, *lonozon bath*. Manfaat dari hidroterapi adalah dapat membantu meningkatkan sirkulasi darah sehingga membersihkan tubuh dari racun (*toksin*).

SEKAR WANGI SPA

(*Hydrotherapy*) merupakan *health spa* yang melayani dengan teknik hidroterapi yang berada di pusat kota Depok. **SEKAR WANGI SPA** (*Hydrotherapy*) akan memberikan teknik hidroterapi dengan menggunakan alat yang canggih dan modern. Selain itu **SEKAR WANGI SPA** (*Hydrotherapy*) juga akan memberikan pelayanan yang profesional sehingga para konsumen akan merasa aman, nyaman dan ditambah dengan fasilitas *private room* yang akan menambah ketenangan pada saat menjalankan terapi kesehatan.

Visi, Misi dan Inti Bisnis Perusahaan

Visi

Menjadikan **SEKAR WANGI SPA** (*Hydrotherapy*) sebagai terapi kesehatan dengan teknik hidroterapi yang canggih dan modern serta profesional dan pertama di pusat kota Depok.

Misi

1. Menawarkan terapi kesehatan untuk mengobati penyakit
2. Memberikan pelayanan hidroterapi yang pertama dengan dukungan peralatan yang canggih dan modern
3. Menyediakan ahli fisioterapi untuk membantu para konsumen dalam mengurangi rasa sakit yang diderita
4. Hadir di pusat kota Depok sebagai terapi kesehatan yang nyaman dan aman

Inti Bisnis

SEKAR WANGI SPA (*Hydrotherapy*) adalah tempat terapi kesehatan yang fokus dengan menggunakan teknik hidroterapi yang hadir di pusat Kota Depok, Jawa Barat, dengan menyuguhkan suasana yang alami dan asri. Terapi kesehatan ini akan menggunakan peralatan yang canggih dan modern sehingga para konsumen dapat menikmati efek air yang akan dikeluarkan oleh peralatan tersebut secara maksimal.

SEKAR WANGI SPA

(*Hydrotherapy*) akan memberikan pelayanan yang profesional dimana setiap konsumen akan dibantu oleh ahli fisioterapi. Pada saat konsumen akan menjalani proses terapi juga akan dibantu oleh para terapis

yang sudah berpengalaman dalam bidang fisioterapi dan mempunyai sikap yang ramah terhadap para konsumen sehingga konsumen merasa aman dan nyaman. Kebersihan ruangan dan peralatan yang akan digunakan dalam proses terapi kesehatan juga dijaga, sehingga membuat para konsumen semakin nyaman. Selanjutnya kami akan mendesain ruangan yang akan digunakan untuk menjalankan terapi kesehatan dengan kamar yang tertutup atau yang biasa disebut *private room* agar konsumen tidak terganggu dengan konsumen lainnya.

ANALISIS EKSTERNAL

Analisis Pasar

Secara geografis, kota Depok berbatasan langsung dengan Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta dan juga merupakan wilayah penyangga Ibu Kota Negara. Secara demografi kota Depok memiliki jumlah penduduk mencapai 2.033.508 orang pada tahun 2014, angka pertumbuhan penduduk sebesar 3,63% pada 2013-2014 dengan kepadatan penduduk sebesar 10.152,82 jiwa/km².

Penulis berusaha untuk melihat perilaku masyarakat terhadap spa yang buka di daerah Depok. Penulis melakukan wawancara dan melakukan analisis dengan menggunakan kerangka kerja konseptual yang mencakup dua elemen utama menurut J. Paul Peter dan Jerry C. Olson (2000), yaitu: afeksi dan kognisi, serta perilaku konsumen. Penulis melaksanakan wawancara sederhana dan observasi (metode pengamatan) terhadap 4 orang sebagai narasumber, yaitu warga Depok. Kesimpulan wawancara tersebut penulis menilai bahwa para narasumber memiliki perilaku yang pernah datang ke tempat perawatan tubuh walaupun hanya di daerah Depok dan mereka memiliki waktu yang berbeda-beda dalam berkunjung. Secara kognisi, responden belum pernah mendengar mengenai terapi kesehatan dengan teknik hidroterapi. Lalu untuk afeksi responden menjelaskan bahwa masyarakat berkunjung ke satu tempat spa

dikarenakan mereka sudah merasa cocok dan puas terhadap pelayanannya. Walau demikian responden masih memiliki keinginan untuk mencoba tempat spa yang baru apalagi tempat spa yang unik seperti hidroterapi.

Penulis melakukan observasi kedua terhadap dua tempat spa dan satu tempat terapi kesehatan di kota Depok untuk mengetahui perilaku masyarakat dan daya beli masyarakat jika berkunjung ke tempat spa di kota Depok. Penulis mewawancarai pegawai (pekerja) di tiga tempat tersebut. Kesimpulan yang diperoleh bahwa perilaku yang dimiliki masyarakat Depok adalah meluangkan waktunya untuk berkunjung ke tempat spa maupun terapi kesehatan pada jam pulang kerja dan pada akhir pekan. Dilihat dari daya belinya, masyarakat Depok cukup memiliki daya beli karena dapat menerima semua rentang harga yang ditawarkan.

Menteri Kesehatan Nila Djuwita Moeloek yang mengatakan bahwa dari hasil evaluasi yang dilakukan hanya 20% dari jumlah warga di Indonesia yang peduli dan sadar akan pentingnya kesehatan. Data dari health.kompas.com masyarakat Indonesia yang terkena *stroke* pada tahun 2013 adalah sebanyak 12,1 per 1000 penduduk. *Stroke* dapat dikatakan merupakan penyebab kematian utama di seluruh rumah sakit di Indonesia, yakni 14,5%. Contoh lainnya adalah penyakit rematik. Di jaman sekarang, bukan hanya orang tua saja yang menderita penyakit tersebut melainkan juga usia muda. Jumlah penderita penyakit rematik pada tahun 2008 di Indonesia dari hasil penelitian terakhir dari Zeng QY menyatakan prevalensi nyeri rematik mencapai 23,6% sampai dengan 31,3%.

Teknik hidroterapi dapat mengobati penyakit *stroke* dan rematik. Teknik hidroterapi ini merupakan salah satu pengobatan alami untuk menyembuhkan penyakit *stroke* ringan, dimana penderita dapat mengatasi potensi kelumpuhan dengan menggerakkan tubuh yang terasa kaku menjadi lebih

mudah pada saat berada di kolam air. Selain itu hidroterapi dapat mengobati penyakit rematik dengan suhu air yang hangat, dimana terdapat efek hidrostatis dan hidrodinamik yang dapat menguatkan otot dan ligamen sendi-sendi pada tubuh.

Potensi lain datang juga dari sisi pemerintah, dimana pemerintah mengatur usaha spa dengan mencantumkannya dalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2014 mengenai Standar Usaha Spa. Dalam peraturan tersebut pemerintah menimbang bahwa usaha spa sudah di jadikan alat pariwisata untuk menarik perhatian para *traveler*. Hal ini dapat dijadikan sebagai suatu potensi bagi pebisnis dalam membuka usaha spa.

Peluang (*opportunities*):

- Kondisi demografis di kota Depok dimana potensi pasarnya sangat besar untuk membuka usaha.
- Hasil wawancara dimana narasumber memiliki keinginan tinggi untuk mencoba terapi kesehatan dengan teknik hidroterapi dan terapi kesehatan dengan teknik hidroterapi ini masih jarang ditemukan di kota Depok.
- Pemerintah menjadikan usaha Spa sebagai alat pariwisata untuk menarik perhatian para *traveller* datang ke Indonesia.
- Teknik hidroterapi menjadi pengobatan yang alami untuk mencegah penyakit stroke dan rematik.

Ancaman (*threat*):

- Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai terapi kesehatan dengan teknik hidroterapi.
- Hanya 20% dari jumlah warga di Indonesia yang peduli dan sadar akan pentingnya kesehatan.
- Sulit untuk mendapatkan sertifikat usaha Spa dimana harus memenuhi persyaratan dasar yang ada.

Penulis melihat Physio-Station sebagai pesaing. Adapun Physio-Station merupakan tempat yang melayani fisioterapi terpadu yang komprehensif yang di lengkapi dengan hidroterapi.

Kekuatan dari Physio-Station:

- Mengutamakan kesehatan konsumen dengan menggunakan teknik fisioterapi dan hidroterapi.
- Menyediakan berbagai peralatan cukup lengkap untuk *exercise* fisioterapi.
- Menyediakan fasilitas untuk berkonsultasi dengan dokter spesialis saraf.

Kelemahan dari Physio-Station:

- Lokasi Physio-Station ini cukup jauh dari pusat kota Depok serta kurang promosi kepada masyarakat di kota Depok.
- Ruangan di dalamnya tidak begitu luas sehingga membuat kurang nyaman para konsumen.

ANALISIS INTERNAL

Kekuatan (*strength*) :

5. Memberikan pelayanan yang fokus pada terapi hidroterapi di Kota Depok.
1. Menggunakan tenaga kerja yang profesional yang sudah lulus dari pendidikan fisioterapi.
2. Menggunakan peralatan yang canggih dan modern dimana dapat mengeluarkan air secara maksimal dan memberikan efek kesehatan bagi tubuh para konsumen.
3. Lokasi yang strategis berada di jalan raya Margonda Depok sehingga lokasi mudah dijangkau oleh para konsumen.

Kelemahan (*weakness*) :

Modal yang belum mencukupi, modal yang dimiliki hanya cukup untuk membeli peralatan utama dan untuk dekorasi ruangan terapi kesehatan, sedangkan untuk pembelian peralatan pendukung akan disesuaikan seiring berjalannya waktu.

Keunggulan Kompetitif

SEKAR WANGI SPA (*Hydrotherapy*)

memiliki keunggulan kompetitif sebagai terapi kesehatan yang fokus dengan teknik hidroterapi yang dapat mengobati berbagai penyakit pada tubuh yang akan dibantu dengan peralatan yang canggih dan modern, serta tenaga ahli yang profesional di Depok.

RENCANA PEMASARAN

Segmentation, Targeting, Positioning

Menurut Freddy Rangkuti (2011), segmentasi adalah suatu strategi yang membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang terbedakan dengan kebutuhan, keinginan, karakteristik, dan tingkah laku. Segmentasi yang akan digunakan **SEKAR WANGI SPA (Hydrotherapy)** berdasarkan pada beberapa aspek, sebagai berikut:

1. Aspek Demografis, berdasarkan pendapatan

Berikut tahapan usia yang penulis ambil dari sumber officialydreamercy.blogspot.co.id,

yakni: bayi (usia < 1 tahun), balita (usia < 3 tahun), usia sekolah (6-12 tahun), remaja awal (13-15 tahun), remaja lanjut (16-18 tahun), dewasa awal (19-24 tahun), dewasa lanjut (25-35 tahun), separuh baya (36-50 tahun), tua (51-65 tahun), lanjut usia (> 65 tahun)

2. Aspek Psikografis

a. Berdasarkan Kelas Sosial

Penulis melihat kelas sosial dari sisi pengeluaran masyarakat. Sebagaimana dikutip dari www.bppk.kemenkeu.go.id,

menurut Boston Consulting Group membagi 7 kelas sosial berdasarkan pengeluarannya, yaitu: kelas *Elite* dengan pengeluaran per bulan > Rp 7.500.000, kelas *Affluent* dengan pengeluaran per bulan Rp 5.000.000 sampai Rp 7.500.000, kelas *Upper Middle* dengan pengeluaran per bulan Rp 3.000.000 sampai Rp 5.000.000, kelas *Middle* dengan pengeluaran per bulan Rp 2.000.000 sampai Rp 3.000.000, kelas *Emerging Middle* dengan pengeluaran per bulan Rp 1.500.000 sampai Rp 2.000.000, kelas *Aspirant Middle* dengan pengeluaran per bulan Rp 1.000.000 sampai Rp 1.500.000, kelas *Poor Middle* dengan pengeluaran per bulan < Rp 1.000.000.

b. Berdasarkan Gaya Hidup

- Konsumen yang sudah memiliki Gaya Hidup Sehat Berdasarkan hasil wawancara, penulis menggolongkan segmen ini sebagai konsumen yang melakukan *spa treatment* sebanyak dua bulan sekali.
- Konsumen yang belum memiliki Gaya Hidup Sehat Berdasarkan hasil wawancara, penulis menggolongkan segmen ini konsumen yang melakukan *spa treatment* sebanyak enam bulan sekali.

Menurut Lupiyoadi (2001), pasar sasaran terdiri dari dari kumpulan pembeli dengan kebutuhan atau karakteristik serupa yang akan dilayani perusahaan. Pasar sasaran **SEKAR WANGI SPA (Hydrotherapy)** adalah dewasa awal sampai lanjut usia, mulai dari usia 19 tahun ke atas kelas *Middle* dan *Upper Middle* dan memiliki gaya hidup sehat.

Menurut Al Ries dan Trout dalam buku Lupiyoadi (2001) menjelaskan bahwa tujuan dilakukannya *positioning* adalah untuk membedakan persepsi perusahaan berikut produk dan jasanya dari pesaing. **SEKAR WANGI SPA (Hydrotherapy)** memiliki *positioning statement*, sebagai berikut: "*Healthy With Hydrotherapy Technique*". Dengan *positioning statement* tersebut juga dapat memberitahu kepada masyarakat bahwa dengan teknik tersebut dapat memberikan kesehatan bagi tubuh.

Strategi Bauran Pemasaran

Produk (*product*) dan Harga (*price*)

SEKAR WANGI SPA (Hydrotherapy) menawarkan produk dengan sistem paket, dimana terdapat 3 paket yang di tawarkan. Dimana setiap paket memiliki fungsi yang berbeda-beda. Paket akan dilaksanakan dengan *range* waktu 60 menit sampai 100 menit. Berikut paket-paket yang ditawarkan:

- Paket A (berendam kaki, *body compress*), bermanfaat untuk melancarkan peredaran darah dan

mengurangi pegal-pegal pada kaki. Ditawarkan dengan harga Rp.150.000.

- Paket B (pijat air dan berendam badan di air panas), bermanfaat untuk mengurangi pegal-pegal di seluruh tubuh, relaksasi otot dan mengeluarkan racun tubuh. Ditawarkan dengan harga Rp.250.000.
- Paket C (*towel compress*, pijat air dan berendam badan di air panas), bermanfaat untuk melancarkan peredaran darah dengan membuka titik-titik penyumbatan darah, mengurangi ketegangan otot, mengurangi penyakit rematik dan mengeluarkan racun tubuh. Ditawarkan dengan harga Rp.350.000.

Tempat (*place*)

SEKAR WANGI SPA (*Hydrotherapy*) memilih tempat untuk usaha terapi kesehatan ini terletak di Jalan Raya Margonda dan sangat strategis karena dekat dengan Mall ITC Depok, Rumah Sakit Mitra Depok dan dekat juga dengan kantor Walikota Depok.

Promosi (*promotion*)

Promosi yang akan dilaksanakan oleh **SEKAR WANGI SPA (*Hydrotherapy*)** adalah:

1. Penulis akan memasang spanduk yang membuat para konsumen tertarik untuk mengunjungi dan mencoba paket yang ditawarkan di **SEKAR WANGI SPA (*Hydrotherapy*)**.
2. Memberikan *membercard* kepada setiap konsumen yang datang ke **SEKAR WANGI SPA (*Hydrotherapy*)**. Keuntungannya adalah konsumen mendapatkan 5 poin pada setiap kedatangannya untuk terapi dan setelah terkumpul 50 poin bisa mendapatkan potongan sebesar 25%.
3. Pada saat *grand opening* **SEKAR WANGI SPA (*Hydrotherapy*)** akan memberikan diskon 15% untuk semua jenis paket, yang akan berlangsung selama 1 (satu) minggu.
4. Membagikan brosur ke perumahan sekitar Depok. Brosur yang dibagikan akan di desain seperti Spanduk, tetapi ditambahkan sebuah alamat, nomor

telepon, dan akses menuju ke **SEKAR WANGI SPA (*Hydrotherapy*)**.

RENCANA OPERASIONAL

Fasilitas dan Peralatan

Tempat yang akan digunakan oleh **SEKAR WANGI SPA (*Hydrotherapy*)** adalah bangunan yang memiliki luas tanah 884m² dengan luas bangunan dan lahan parkir sebesar 527m². Sisa lahan tanah yang sebesar 357m² masih dalam tahap perencanaan untuk masa yang akan datang. Bangunan **SEKAR WANGI SPA (*Hydrotherapy*)** terdiri dari 1 lantai, mencakup ruangan *outdoor* dan *indoor*. *Outdoor* berada di bagian belakang yang dijadikan sebagai taman yang digunakan untuk ruang santai para konsumen setelah melakukan terapi kesehatan. Lalu, untuk *indoor* terdiri dari: meja kasir, yang digunakan untuk melaksanakan konsultasi mengenai hidroterapi dan melaksanakan transaksi pembayaran, ruang tunggu, ruang terapi sebanyak enam kamar dengan luas masing-masing 6m x 3m, ruang istirahat untuk para karyawan, ruang cuci, ruang perlengkapan dan toilet.

Peralatan yang digunakan terdiri dari peralatan utama, peralatan operasional dan peralatan kantor. Peralatan utama terdiri dari alat pijat air (*Vichy's Shower*), dan *bathub SOGO* (ukuran 170cm x 80cm x 40 cm) serta kran *shower* mandi. Peralatan operasional terdiri dari handuk besar dan kecil sebanyak 50 buah, tempat tidur anti air 6 buah, alat pemanas air 6 buah, meja rias dan kursi 6 buah, *closet* dan *shower* sebanyak 8 buah, lemari baju 6 buah, pompa tekanan air 1 buah, torren kapasitas 1000 liter 2 buah, dan genset 1 buah. Sementara peralatan kantor terdiri dari perangkat computer, sofa dan meja, telepon, pendingin ruangan dan lain sebagainya.

Prosedur Pelaksanaan Kegiatan Operasional

1. Para karyawan membuka dan bersiap-siap untuk melayani para konsumen yang datang ke **SEKAR WANGI SPA (*Hydrotherapy*)**.

2. Tahap konsultasi. Tahap ini para konsumen akan disambut oleh staf administrasi terlebih dulu. Jika konsumen ingin berkonsultasi maka akan dilayani oleh staf terapis (staf fisioterapis). Setelah konsultasi, para konsumen dapat langsung order paket terapi kesehatan atau membuat perjanjian untuk datang di hari yang lain.
3. Tahap order dan pelaksanaan terapi. Tahap ini konsumen akan dilayani dengan pelayanan yang cepat dan tepat oleh para fisioterapis sesuai paket yang dipilihnya.
4. Tahap pembersihan ruang terapi. Tahap ini dilaksanakan oleh para fisioterapis untuk merapikan, membersihkan peralatan dan perlengkapan yang telah digunakan.
5. Tahap pembayaran. Konsumen yang sudah selesai menjalankan terapi, dapat langsung menuju menyelesaikan pembayaran di meja kasir.
6. Tahap bersih-bersih dan tutup. Staf fisioterapis membersihkan ruangan secara keseluruhan setelah jam buka berakhir. Lalu staf administasi bertugas untuk mengecek dan menghitung hasil keuangan pada saat hari itu juga.

SEKAR WANGI SPA (Hydrotherapy) buka setiap hari Senin sampai hari Sabtu pada pukul 09.00 sampai dengan pukul 18.00 WIB.

RENCANA SUMBER DAYA MANUSIA

Secara struktur organisasi **SEKAR WANGI SPA (Hydrotherapy)** hanya ada 2 bagian yaitu bagian administrasi dan terapis merangkap kebersihan. Keduanya langsung di bawah *owner*. Deskripsi pekerjaannya dijabarkan pada tabel 1.

Tabel 1
Uraian Tugas dan Deskripsi Pekerjaan
di SEKAR WANGI SPA
(Hydrotherapy)

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Tugas dan Deskripsi Pekerjaan
Pemilik	1 orang	1. Bertanggung jawab atas seluruh kegiatan operasional.

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Memberikan gaji, THR, dan bonus para karyawan. 3. Menyambut para konsumen pada saat order paket terapi. 4. Melakukan pemeriksaan terhadap peralatan. 5. Mempersiapkan inovasi.
Staf Administrasi	1 orang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memasukan data pribadi dan paket yang dipilih konsumen untuk pembukuan. 2. Bertanggung jawab atas keuangan dan membuat laporan keuangan. 3. Memegang kunci SEKAR WANGI SPA (Hydrotherap)
Staf Terapis dan Kebersihan	6 orang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pelayanan yang profesional untuk para konsumen 2. Melayani konsumen yang ingin berkonsultasi untuk menentukan paket yang sesuai. 3. Bertanggung jawab untuk menjaga semua peralatan dan perlengkapan yang ada 4. Bertanggung jawab atas

		kebersihan 5. Mencuci peralatan yang telah digunakan.
--	--	--

Proses seleksi dan rekrutmen akan dilaksanakan dengan beberapa syarat umum, yakni: pria/wanita berusia 18-30 tahun, berdomisili di daerah Depok, berpenampilan menarik dan bersih, bertanggung jawab, jujur, pekerja keras dan memiliki keinginan untuk belajar hal yang baru. Ada pula syarat khusus yang harus di penuhi, yakni: untuk staf bagian administrasi disyaratkan lulusan SMK jurusan akuntansi, untuk staf terapis dan kebersihan disyaratkan lulusan D3 jurusan fisioterapi.

Kompensasi yang diberikan berupa gaji pokok belum termasuk uang makan, dimana uang makan dan uang transport akan di hitung perhari dan diberikan bersamaan dengan gaji pokok pada tanggal 28 setiap bulannya. Karyawan juga akan mendapatkan THR sebesar satu kali gaji pokok. Karyawan juga akan mendapatkan bonus sebesar 10% dari gaji pokok yang diberikan jika perusahaan mencapai target pendapatan per tahun. Bonus tersebut dan dicairkan pada tanggal 14 Febuari, dikarenakan hari tersebut merupakan hari kasih sayang maka pemilik ingin memberikan kasih sayang melalui bonus.

SEKAR WANGI SPA(Hydrotherapy) akan melaksanakan pemberdayaan SDM yang wajib diikuti oleh para karyawan di setiap bidangnya. Pelatihan pertama akan di laksanakan pada saat hari pertama karyawan bekerja. Pelatihan ini berdurasi satu minggu. Tujuannya untuk mengetahui teknik hidroterapi, aturan kerja, visi dan misi, serta adanya pengajaran moral terhadap pribadi karyawan. Pelatihan akan langsung dipimpin oleh pemilik. Setelah pelatihan selama satu minggu, karyawan akan memasuki masa percobaan selama satu bulan sebelum menjadi karyawan tetap. Setelah satu bulan masa percobaan, karyawan yang memiliki nilai baik akan di

jadikan karyawan tetap, tetapi untuk karyawan memiliki nilai yang kurang memuaskan, maka karyawan tersebut akan di berhentikan.

Selain itu, pemilik **SEKAR WANGI SPA(Hydrotherapy)** juga memiliki sikap yang terbuka untuk mendengarkan keluhan dan hal yang diinginkan oleh para karyawan. Lalu pemilik juga akan mengadakan acara rekreasi atau berkumpul bersama setiap dua kali dalam setahun. Kegiatan ini bertujuan memberikan waktu melepaskan lelah saat bekerja kepada para pekerja. Kegiatan ini akan diadakan pada hari Minggu ke 2 pada bulan Mei dan bulan November. Pemilik memilih waktu tersebut untuk menghindari masa liburan.

RENCANA INOVASI

SEKAR WANGI SPA(Hydrotherapy) ingin memperdalam teknik hidroterapi dengan menambah jenis alat hidroterapi, yaitu: *Sitz Bath*. Alat ini bekerja untuk menyembuhkan, maupun menghilangkan nyeri atau sakit pada daerah perut, seperti kram perut, gangguan menstruasi, nyeri usus, nyeri ginjal dan wasir. *Sitz Bath* bertujuan bagi konsumen yang tidak ingin melakukan terapi ke seluruh tubuh, melainkan hanya ingin mengutamakan terapi pada bagian perut sampai dengan bagian kaki saja.

RENCANA KEUANGAN

Investasi awal sebesar Rp.19 milyar termasuk pembelian lahan sebesar Rp.15,9 milyar dan biaya pembangunan sebesar Rp.3 milyar. Proyeksi pendapatan per bulan sebesar Rp.243.750.000, yang terdiri dari komposisi pendapatan paket A dan B masing-masing 31,25% dan paket C sebesar 37,5%. Total biaya operasional per bulan sebesar Rp.100.421.557 dan diperoleh laba operasional per bulan sebesar Rp.143.328.443 dengan *net profit margin* sebesar 58%. Titik impas atau *break even point* dicapai pada tingkat pendapatan Rp.100.421.557 per bulan atau Rp.3.862.368. Titik impas tersebut akan

tercapai dengan komposisi pendapatan per hari paket A sebanyak 8 paket, dan paket B serta C sebanyak 5 paket masing-masing. Sementara *payback period* diperkirakan tercapai selama 1 tahun 11 bulan (dengan tidak memperhitungkan investasi atas pembelian tanah).

KESIMPULAN

Usaha ini membutuhkan investasi lahan yang membutuhkan modal yang besar, namun dapat disiasati dengan mempertimbangkan opsi menyewa tempat sehingga tidak membeli tanah dan membangun. Penulis telah menghitung rencana keuangan dengan asumsi sewa tempat sehingga terlihat perbandingannya. Untuk *payback period* terjadi pada 3 bulan. Namun, bila pemilik menyewa tempat, maka keberlanjutan usaha dapat terancam dan mengalami kerugian dalam hal keuangan untuk biaya renovasi maupun design interiornya. Apalagi pada saat pemilik sewa tidak ingin memperpanjang sewa tempatnya. Hal tersebut dapat menambah kerugian dari pemilik usaha spa, di karenakan harus menyewa tempat yang baru lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Anastasia H. (2009). *Cantik, Sehat, Et Sukses Berbisnis Spa*. Yogyakarta: Kanisius ISBN 979-212-465-9

Lupiyoadi R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat ISBN 979-691-059-4

Peter JP, Olson JC. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga ISBN 979-411-736-6

Rangkuti F. (2011). *Dongkrak Penjualan Melalui Marketing Strategy dan Competitive Advantage*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama ISBN 97-922-77609

Internet :

Anna, Lusia Kus (2014). *Pasien Stroke Baru Berobat saat Kondisi Pasrah*. <http://health.kompas.com/read/2014/07/16/150853923/Pasien.Stroke.Baru.Berobat.Saat.Kondisi.Parah> diakses pada tanggal 29 September 2016.

Mercy, Christ (2012). *Tahap Umur Manusia*, <http://officialydreamercy.blogspot.co.id/> diakses pada tanggal 6 Oktober 2016.

Situs Balai Pengembangan Pembangunan dan Analisa Potensi Daerah Provinsi Jawa Barat (2017). *Jumlah Penduduk kota Depok pada Tahun 2015*. <http://pusdalisbang.jabarprov.go.id/pusdalisbang/data-94-Kependudukan.html> diakses pada tanggal 25 April 2017.

Situs BPS Kota Depok (2014). *Jumlah Penduduk kota Depok pada Tahun 2014*. <http://depokkota.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/15> diakses pada tanggal 24 Januari 2016.

Situs BPS Kota Depok (2016). *Jumlah penduduk kota Depok pada Tahun 2013*. <http://depokkota.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/16> diakses pada tanggal 24 Januari 2016.

Situs www.tradkom.depkes.go.id

Widiatmanti, Herru (2015). *Penghasilan Kelas Menengah Naik=Potensi Pajak?*. <http://www.bppk.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel/167-artikel-pajak/21014-penghasilan-kelas-menengah-naik-potensi-pajak> diakses pada tanggal 7 Oktober 2016.