

**ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PADA RENCANA PENGEMBANGAN
PELAYANAN PT ANGKASA PURA SOLUSI (STUDI KASUS PADA SAPHIRE
LOUNGE TAHUN 2015)**

***THE ANALYSIS OF BUSINESS FEASIBILITY ON THE SERVICE
DEVELOPMENT PLAN IN PT ANGKASA PURA SOLUSI (A STUDY CASE OF
SAPHIRE LOUNGE IN 2015)***

Della Delfina

Prodi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi
dan Bisnis, Universitas Telkom delfinadella20@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui layak atau tidaknya rencana pengembangan pelayanan PT Angkasa Pura Solusi yaitu Sapphire Lounge khusus penumpang umroh. Hal yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian ini adalah berdasarkan data yang diperoleh dari PT Angkasa Pura Solusi, penulis melihat adanya penurunan tamu reguler yang diikuti oleh penurunan pendapatan pada satu tahun terakhir, kemudian terjadi peningkatan terhadap jumlah tamu penumpang umroh dibandingkan dengan jumlah tamu reguler. Teori yang mendasari penelitian ini adalah aspek-aspek studi kelayakan bisnis yaitu, aspek pemasaran dan aspek teknis. Analisis aspek pemasaran dilakukan untuk mengetahui intensitas persaingan dan kesesuaian strategi pemasaran yang digunakan Sapphire Lounge. Analisis aspek teknis dilakukan untuk menentukan lokasi yang tepat, menentukan *layout* yang sesuai dan menentukan teknologi yang tepat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan tiga orang karyawan PT Angkasa Pura Solusi, observasi, serta dokumentasi. Teknik analisis data dari penelitian ini dilakukan dengan salah satunya melakukan pengecekan data penulis melakukan teknik triangulasi dan menggunakan analisis data kualitatif menggunakan komputer. Hasil penelitian ini menggambarkan hasil wawancara dengan karyawan PT Angkasa Pura Solusi lalu didapatkan hasil analisis dari aspek pemasaran dan aspek teknis. Hasil penelitian juga dilengkapi dengan observasi penulis serta dokumentasi. Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah rencana pengembangan pelayanan PT Angkasa Pura Solusi pada Sapphire Lounge layak didirikan jika sudah memenuhi aspek pemasaran dan aspek teknis dalam studi kelayakan bisnis. Lalu penulis juga memberikan saran kepada perusahaan agar lebih memerhatikan pelayanan yang diberikan.

Kata kunci : pelayanan, pemasaran, studi kelayakan bisnis, teknis.

Abstract

This research is conducted to find out the feasibility of PT Angkasa Pura Solusi's service development plan on Sapphire Lounge, which is intended for Umrah passengers. The background of this research, based on the data obtained by PT Angkasa Pura Solusi, is the decrease of regular guests followed by the decrease of the last year's outcome, as well as the increase of Umrah passengers compared to the regular guests. The underlying theory of this research is the aspects of business feasibility study; they are the marketing and technical aspect. The analysis of marketing aspect is conducted to find out the competition and the suitable intensity of marketing strategy used by Sapphire Lounge. The analysis of technical aspect is conducted to determine the right location, to determine the suitable layout, and to determine the right technology. The method of this research is a qualitative method with data collection by interviewing three employees in PT Angkasa Pura Solusi, observing, and documenting. The data analysis technique of this research is checking the data of the writer by doing the triangulation technique and using qualitative data analysis by using computer. The results of this research describe the interview results with PT Angkasa Pura Solusi's employees and then the analysis results from the marketing and technical aspect. The research results are also completed by the writer's observation and documentation. The conclusion of this research is that the service development plan of PT Angkasa Pura Solusi on Sapphire Lounge is feasible to establish connecting to the marketing and technical aspect in the business feasibility study. Furthermore, the writer also suggests to the company to improve the services.

Keywords: business feasibility study, marketing, service, technical.

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Airport lounge adalah ruang tunggu dengan berbagai fasilitas kenyamanan yang berada di bandar udara. *Airport Lounge* pada umumnya disediakan oleh pihak bandar udara, pihak maskapai, bank, ataupun pihak ketiga lainnya yang menawarkan kenyamanan yang lebih baik dibandingkan dengan fasilitas yang sudah disediakan di tiap terminal di bandar udara.

Wilayah barat Indonesia memiliki 13 bandar udara, penelitian ini dibatasi hanya Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta, sebagai bandar udara utama di Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh dari PT Angkasa Pura Solusi, Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta memiliki 15 *airport lounge* yang disediakan oleh para pihak ketiga yang tersebar di terminal 1 hingga terminal 3. Salah satu *airport lounge* di Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta adalah Sapphire Lounge milik PT Angkasa Pura Solusi yang merupakan anak perusahaan dari PT Angkasa Pura II (Persero) sebagai pengelola Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta. Data dari PT Angkasa Pura Solusi menjelaskan bahwa hingga tahun 2014 Sapphire Lounge memiliki 3.000 *member* aktif. Sapphire Lounge sempat mengalami kenaikan dari tahun 2011 hingga tahun 2013. Namun pada tahun selanjutnya, yaitu dari tahun 2013 ke 2014, pendapatan Sapphire Lounge mengalami penurunan sebesar Rp 1.466.700.000, yaitu dari Rp 5.216.400.000 pada tahun 2013 menjadi Rp 3.749.700.000.

Selain penurunan pendapatan rata-rata perbulan pada satu tahun terakhir, berdasarkan gambar 1.5 diatas, tamu reguler Sapphire Lounge pun mengalami penurunan sebanyak 936 orang pada satu tahun terakhir, yaitu dari 3.606 orang tamu di tahun 2013 menjadi 2.670 orang tamu di tahun 2014. Namun, bertolak belakang dengan tamu reguler, tamu umroh di Sapphire Lounge mengalami peningkatan sebesar 4.310 orang pada satu tahun terakhir, yaitu sebanyak 23.489 orang tamu pada tahun 2013 menjadi 27.799 orang tamu pada tahun 2014.

Melihat penurunan tamu reguler yang diikuti oleh penurunan pendapatan pada satu tahun terakhir, Sapphire Lounge berencana mengembangkan target pasarnya, yaitu khusus untuk tamu umroh karena pada satu tahun terakhir tamu umroh di Sapphire Lounge mengalami peningkatan dan justru lebih banyak apabila dibandingkan dengan jumlah tamu reguler. Sebelum melakukan pengembangan bisnis, seperti yang dilakukan oleh Sapphire Lounge, perlu dilakukan kajian supaya dapat diketahui apakah bisnis yang akan dijalankan layak atau tidak. Dalam studi kelayakan bisnis yang akan dilakukan pada Sapphire Lounge terdapat beberapa aspek yang perlu ditinjau, yaitu aspek pemasaran dan teknis. Aspek pemasaran ditinjau untuk mengetahui intensitas persaingan dan kesesuaian strategi pemasaran yang digunakan Sapphire Lounge dengan target pasar yang baru agar memperoleh tingkat penjualan yang menguntungkan. Aspek teknis ditinjau untuk mengetahui kesesuaian letak lokasi, layout, dan teknologi dari Sapphire Lounge dengan target pasar yang baru.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka yang menjadi rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kelayakan bisnis rencana pengembangan pelayanan PT Angkasa Pura Solusi ditinjau dari aspek pemasaran?
2. Bagaimana kelayakan bisnis rencana pengembangan pelayanan PT Angkasa Pura Solusi ditinjau dari aspek teknis?

2. Dasar Teori

2.1 Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Kasmir dan Jakfar [4], studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.

2.2 Tahapan dalam Studi Kelayakan Bisnis

Berikut adalah tahapan dalam studi kelayakan bisnis:

- a. Pengumpulan data dan informasi

Mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan selengkap mungkin, baik yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif.

- b. Melakukan pengolahan data

Setelah data dan informasi yang dibutuhkan terkumpul maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengolahan data dan informasi tersebut.

- c. Analisis data

Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data dalam rangka menentukan kriteria kelayakan dari seluruh aspek. Kelayakan bisnis ditentukan dari kriteria yang telah memenuhi syarat sesuai kriteria yang layak digunakan.

- d. Mengambil keputusan

Apabila telah diukur dengan kriteria tertentu dan telah diperoleh hasil dari pengukuran, maka langkah selanjutnya adalah mengambil keputusan terhadap hasil tersebut.

- e. Memberikan rekomendasi

Langkah terakhir adalah memberikan rekomendasi kepada pihak-pihak tertentu terhadap laporan studi yang telah disusun.

2.2 Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Aspek-aspek dalam studi kelayakan bisnis menurut para ahli antara lain adalah:

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

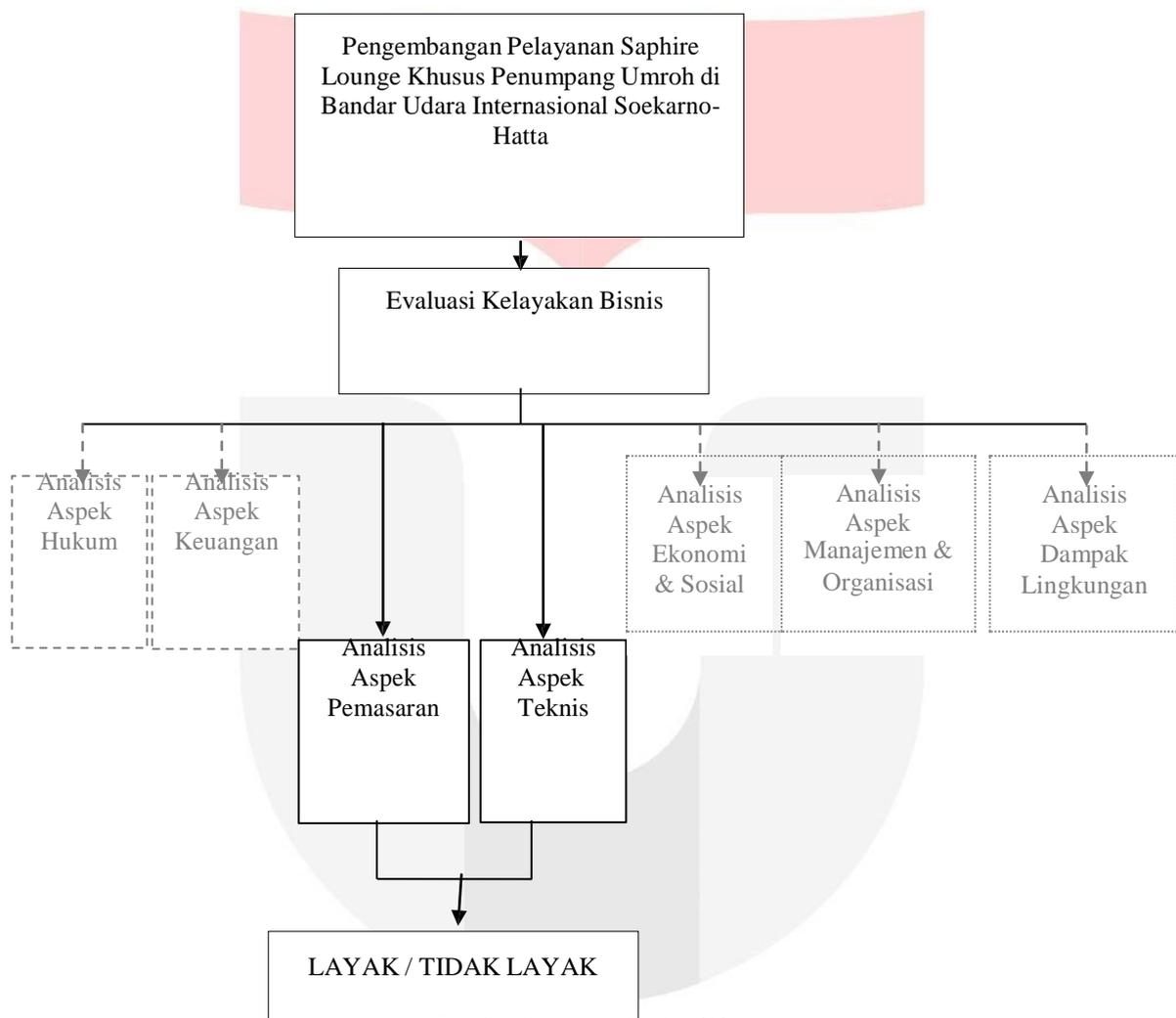
Menurut Budi Djatmiko [2], pemasaran dapat didefinisikan sebagai kegiatan memasarkan barang dan jasa. Memasarkan dalam hal ini, tidak hanya berarti menawarkan atau menjual barang saja, tetapi mencakup hal yang lebih luas lagi, seperti membeli, mengangkut, menyimpan, dan menyortir barang.

2. Aspek Teknis

Menurut Kasmir & Jakfar [4], analisis dari aspek teknis adalah untuk menilai kesiapan perusahaan dalam menjalankan usahanya dengan menilai ketetapan lokasi, luas produksi, dan *layout* serta kesiagaan mesin-mesin yang akan digunakan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Gambar 2. Kerangka Pemikiran



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

2.4 Metode Penelitian

Sifat penelitian ini adalah penelitian kualitatif, menurut Moleong [5], penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

2.5 Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik:

1) Wawancara

Menurut Sugiyono [7] wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara dilakukan dengan tiga orang karyawan PT Angkasa Pura Solusi sebagai narasumber penelitian ini.

2) Observasi

Menurut Satori & Qomariah [6] observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian.

3) Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

2.6 Analisis Data Model Miles & Huberman

Menurut Ghony & Alamanshur [3] analisis data kualitatif menggunakan kata-kata yang disusun dalam sebuah teks yang diperluas atau yang dideskripsikan. Analisis data meliputi: (1) reduksi data, (2) *display*/penyajian data, dan (3) mengambil kesimpulan lalu diverifikasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara umum yang dapat dikembangkan dan menjadikan landasan dalam menganalisis data dalam penelitian adalah sebagai berikut: (1) pengorganisasian data dilakukan setelah data yang diperoleh dari setiap pertanyaan penelitian sudah dianggap memadai; (2) merumuskan dan menafsirkan data tentang penelitian; (3) mengambil keputusan akhir terhadap data dalam bentuk temuan umum dan temuan khusus.

2.7 Analisis Data Kualitatif dengan Komputer

Pada penelitian ini, penulis menggunakan alat yang membantu dalam melakukan analisis data yang dinamakan ATLAS.Ti. ATLAS.Ti adalah *software* analisis data kualitatif yang dirancang untuk mengatur, mengelola, dan menganalisis tekstual, visual, dan audio / data video. Menurut Alvira-Hammond [1], manfaat penggunaan ATLAS.Ti adalah sebagai berikut :

1. Digunakan oleh para peneliti yang mempublikasikan melalui jurnal top, seperti *American Sociological Review, American Journal of Sociology, Pediatrics, American Journal of Public Health, Criminology*, dan *Journal of Marriage and Family*
2. Digunakan dalam penelitian diberbagai disiplin ilmu
2. Memiliki *interface* yang fleksibel dimana secara visual mengelola berbagai jenis data yang berbeda
3. Sangat baik untuk tim peneliti
4. Mampu menyalin file multimedia
5. Mampu melakukan Import data survei *online* untuk menganalisis data kualitatif
6. Mampu mengekspor data sebagai SPSS, HTML, XML, atau file CSV
7. menyediakan extensive manuals, webinar, video tutorial, dan *online support*.

2.8 Uji Keabsahan Data

Menurut Satori & Komariah [6] penelitian kualitatif dinyatakan absah apabila memiliki derajat keterpercayaan, keteralihan, kebergantungan, dan kepastian.

1. Keterpercayaan (*Credibility* / Validitas Internal) Penelitian

Sebuah penelitian berangkat dari sebuah data yang benar-benar valid. Sebuah kredibilitas dapat diperiksa melalui kelengkapan data yang diperoleh dari berbagai sumber.

2. Keteralihan (*Transferability* / Validitas Eksternal)

Sebuah penelitian kualitatif selain digunakan oleh pihak internal, namun harus dapat digunakan juga oleh pihak eksternal. Oleh karena itu perlu dilakukan sebuah pengujian yang dilakukan untuk menguji keterpakainya sebuah penelitian bagi pihak eksternal.

3. Kebergantungan (*Dependability* / Reabilitas)

Pengujian ini dilakukan dengan mengaudit keseluruhan proses penelitian yang sudah dilakukan. Apabila proses penelitian tidak dilakukan di lapangan dan datanya ada, maka penelitian tersebut tidak reliabel atau *dependable*. Audit ini dilakukan oleh pihak independen atau pembimbing untuk mengaudit keseluruhan aktivitas peneliti dalam melakukan penelitian.

4. Kepastian (*Confirmability* / Objektivitas)

Kepastian atau audit kepastian yaitu bahwa data yang diperoleh dapat dilacak kebenarannya dan sumber informannya jelas. Dalam praktiknya, konsep kepastian data dilakukan melalui *member check*, triangulasi, pengamatan ulang atas rekaman, pengecekan kembali, melihat kejadian yang sama di lokasi/tempat kejadian sebagai bentuk konfirmasi.

2.9 Triangulasi

Menurut Satori & Komariah [6], triangulasi yaitu pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu. Sehingga ada triangulasi dari sumber/informan, triangulasi dari teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu. Penulis menggunakan triangulasi sumber karena dalam penelitian ini menggunakan narasumber yang berbeda-beda.

3. Pembahasan

a. Aspek Pemasaran

- Produk

Saphire Lounge menawarkan berbagai pelayanan istimewa untuk para penumpang umroh, seperti:

- a. *Automatic Border Passage* (ABP) adalah sebuah akses cepat melalui pengeluaran.
- b. Sebuah area parkir khusus untuk selama 30 menit yang berlokasi di sayap Terminal D bagian kedatangan.
- c. Zona penjemputan yang memperbolehkan *membersnya* untuk menggunakan jalan terminal yang ditutup untuk masyarakat umum di wilayah kedatangan internasional.
- d. Prioritas jalur keamanan.
- e. *Counter check-in* khusus pada maskapai penerbangan yang berpartisipasi.
- f. Fasilitas *lounge* pada wilayah umum yang memberikan pelayanan *check-in* dan penanganan bagasi di keberangkatan.

Pelayanan-pelayanan diatas adalah pelayanan yang sama dengan pelayanan yang diberikan untuk para *member* Saphire Lounge, namun pada Saphire Lounge khusus penumpang umroh terdapat segmentasi untuk para konsumennya yaitu kalangan biasa, menengah dan VIP. Saphire Lounge akan memberikan produk berupa paket-paket layanan yang telah disesuaikan dengan harga paket tersebut.

- Place

Saphire Lounge khusus penumpang umroh adalah di Gedung 632, namun Saphire Lounge yang berlokasi di Terminal 2E Bandar Udara Soekarno-Hatta masih digunakan hanya untuk *member* dilantai atas dan penumpang umroh kelas VIP dilantai bawah.

- Promotion

Promosi yang dilakukan diantaranya adalah dengan bekerja sama dengan bank-bank dan *travel agent*, promosi tersebut dengan cara menyebarkan brosur dan *flyer*, kemudian akan dilakukan promosi pada media cetak seperti koran, selanjutnya Saphire Lounge akan mengikuti *event-event* tertentu dimana Saphire Lounge akan membuka *booth* dan memperkenalkan produknya, selain itu promosi dilakukan melalui website PT Angkasa Pura Solusi yaitu www.saphire.co.id.

- Price

Saphire Lounge akan memulai harga dari Rp 75.000, harga ditentukan dengan membicarakan dengan para *travel agent* mengenai paket-paket yang akan ditawarkan, kemudian akan disesuaikan dengan segmentasi konsumen, setelah itu ditentukan harga produk dari Saphire Lounge.

b. Aspek Teknis

Saphire Lounge menggunakan beberapa perangkat keras seperti *personal computer* dan *printer*. Terdapat 5 set *Personal Computer* (PC), 2 buah set PC dan 1 buah *printer* digunakan oleh bagian administrasi dan kasir, 3 set PC dan 1 buah *printer* digunakan untuk para *customer* di *business centre*. Untuk bagian kasir masih menggunakan sistem manual dengan menggunakan Microsoft Excel, bagian administrasi menggunakan sistem *Electronic Point of Sale System* (EPOS). *Electronic Point of Sale System* (EPOS) adalah peralatan yang berbasis komputer yang melakukan semua tugas kasir dan administrasi, EPOS dapat memverifikasi transaksi dan memberikan laporan penjualan serta melakukan tugas-tugas lain yang biasa dikerjakan oleh para karyawan.

4. Kesimpulan

a. Aspek Pemasaran

Rencana pengembangan pelayanan PT Angkasa Pura Solusi pada Saphire Lounge dapat dikatakan layak secara aspek pemasaran apabila perusahaan dapat melakukan promosi dengan baik melalui kerjasama dengan bank dan *travel agent*, serta melakukan promosi melalui media cetak dan *website*. Selain itu, perusahaan juga harus memiliki segmen dan target yang jelas, pada penelitian ini targetnya adalah para penumpang umroh pada kalangan biasa, kalangan menengah dan kalangan atas karena Saphire Lounge telah menentukan harga dan pelayanan yang telah disesuaikan dengan segmentasi yang telah ditentukan.

b. Aspek Teknis

Rencana pengembangan pelayanan PT Angkasa Pura Solusi pada Saphire Lounge dapat dikatakan layak secara aspek teknis apabila sudah memiliki lokasi yang sesuai dengan target pasarnya yaitu Gedung 632, dimana terdapat 2 lantai dan masing-masing seluas 3.190 m². Selain itu, perusahaan memiliki beberapa perangkat keras seperti *personal computer* dan *printer*. Terdapat 5 set *Personal Computer* (PC), 2 buah set PC dan 1 buah *printer* digunakan oleh bagian

administrasi dan kasir, 3 set PC dan 1 buah *printer* digunakan untuk para *customer* di *business centre*. Untuk bagian kasir masih menggunakan sistem manual dengan menggunakan Microsoft Excel, bagian administrasi menggunakan sistem *Electronic Point of Sale System* (EPOS).

Daftar Pustaka:

- [1] Alvira-Hammond, M. (2012). *Introduction to Qualitative Data Management and Analysis in ATLAS.ti V.7*. Tersedia: <http://www.bgsu.edu/content/dam/BGSU/college-of-arts-and-sciences/center-for-family-and-demographic-research/documents/workshops/2012-workshop-Introduction-to-ATLAS-ti-version-7.pdf>.

- [2] Djatmiko, M Budi. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis*. Bandung: Thabi Press
- [3] Ghony, Djunaidi dan Almanshur, Fauzan. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.
- [4] Kasmir dan Jakfar. (2014). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- [5] Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [6] Satori, Djam'an & Komariah, Aan. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- [7] Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.