

BAB II

KINGKASAN EKSEKUTIF

2.1 Jenis Usaha

Usaha yang akan dijalankan ini menggabungkan berbagai macam fasilitas, yaitu: kebugaran yang menyediakan 3 macam senam: senam aerobik, taebo dan *body language*, *refreshing* atau penyegaran yang menyediakan pijat tradisional, refleksi, kolam air panas dan dingin, sauna, mandi nap, Jacuzzi dan spa, serta dilengkapi dengan fasilitas hiburan, dimana konsumen dapat menikmati tontonan televisi dan karaoke melalui *Home Theatre*.

Ini merupakan tempat pertama di Surabaya yang menawarkan jasa pelayanan untuk menjaga kebugaran tubuh, menghilangkan stress dengan *refreshing*, dengan suasana yang santai dan nyaman ditambah dengan fasilitas hiburan dan kafe, khususnya bagi keluarga dan juga eksekutif muda golongan menengah ke atas.

2.2 Keunggulan Usaha

Keunggulan usaha dari Refresh Family Club adalah:

1. Merupakan tempat pertama di Surabaya yang menggabungkan berbagai macam fasilitas kebugaran, *refreshing*, dan hiburan serta kafe bagi keluarga dan eksekutif muda yang ingin bersantai, menjaga kebugaran tubuh mereka, dan menghilangkan stress di satu tempat yang sama.
2. Menyediakan staf khusus untuk menjaga anak-anak pada saat bermain di arena bermain dan kolam renang.
3. Menyediakan kolam air panas dan dingin yang dapat dinikmati secara bersama-sama oleh keluarga.
4. Adanya fasilitas *Home Theatre* di kafe yang disediakan bagi pengunjung untuk menonton film dan berkaraoke.

2.3 Pasar Sasaran

Pasar sasaran dari Refresh Family Club adalah:

Keluarga dan eksekutif muda yang berdomisili dan beraktivitas di wilayah Surabaya Barat, yang memiliki penghasilan di atas Rp.4-6 juta sebulan, yang merupakan batasan dalam kelas sosial menengah ke atas. Eksekutif muda yang dimaksud adalah mereka yang memiliki jabatan sebagai manajer dalam suatu perusahaan. Tetapi juga tidak menutup kemungkinan adanya pasar sasaran lain, yaitu bagi keluarga dan eksekutif muda yang tinggal di luar wilayah Surabaya Barat.

2.4 Strategi Pemasaran

Refresh Family Club menggunakan kombinasi 7 P sebagai bauran pemasarannya., yaitu : *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical evidence.*

1. *Product*, yang ditawarkan oleh usaha ini terbagi 2, yaitu produk utama dan produk pendukung. Produk utamanya adalah fasilitas kebugaran, dan *refreshing* atau penyegaran, sedangkan produk pendukungnya adalah fasilitas hiburan dan kafe.
2. *Price*, penetapan harga yang digunakan adalah penyesuaian dengan harga pasar dan bersaing dengan harga yang ditawarkan di pasaran. Selain itu juga diterapkan sistem member yang terbagi ke dalam 3 kelompok, yaitu: individu, kelompok dan keluarga, serta non member.
3. *Place*, usaha ini berlokasi di jalan HR.Muhamad 120 / 328 Surabaya. Lokasi ini dipilih karena berada dekat dengan pasar sasaran yang dituju, yaitu keluarga-keluarga menengah ke atas yang berdomisili di daerah Surabaya Barat, seperti Graha Famili, Vila Bukit Mas dan Darmo Harapan. Untuk bangunannya akan di desain dengan tema kembali ke alam, sehingga di luar ruangan akan di tanam pohon-pohon yang memberi kesan alami dan teduh. Sedangkan di dalam ruangan akan diberikan detail-detail yang menciptakan

suasana nyaman dan teduli, seperti tanaman pot dan batii-batuan di pinggir kolam air panas dan dingin.

4. *Promotion*, kegiatan protvtosi untuk memprcknalkan kbcradaan Refresh Family Club di masyarakat adalah melalii: iklan di media eetak Jawa Pos dengan intensitas 10 kali muat pada tahap pra-operasional, untuk (alum selanjutnya 8 kali muat. Media elektronik Global FM dan SC FM dengan 20 kali siaran pada tahap pra-operasional dan 20 kali untuk tahun-tahun selanjutnya, dan juga dengan pembagian brosur sejumlah 5.000 lembar di mal-mal dan perumahan-perumahan.

Untuk menunjang sarana promosi, maka Refresh Family Club merencanakan pemasaran yang matang dengan menggunakan promosi penjualan pada saat-saat tertentu seperti diskon peringatan hari ulang tahun, diskon peringatan hari pernikahan, dan diskon hari raya yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen.

5. *People*, dalam hal ini para staf dari Refresh Family Club harus memperlihatkan kompetensi, sikap memperhatikan, responsif, inisiatif, kemampuan memecahkan masalah, dan niat baik, karena sebagian besar jasa diberikan oleh orang atau staf yang berhadapan langsung dengan konsumen. Hal ini dilakukan melalui seleksi untuk rnemilih staf atau karyawan yang terbaik, dan memberikan pelatihan untuk meningkatkan kualitas dan kinerja dari para staf, seperti: mempelajari anatoiui tubuh manusia yang akau berguna dalam pijat refleksi, dan teknik memijat tubuh yang baik dan benar. Selain itu juga memberikan motivasi kepada pegawai untuk dapat melakukan tugasnya dengan baik, sehingga dapat mencapai kepuasan pclanggan.
6. *Process*, dalam proses penyampaian jasanya, dibagi menjadi 2 yaitu untuk member dan non member. Bagi member dapat, menikmati fasilitas spa, pijat dan senam dengan potongan harga 20%. Selain itu para member dapat memakai semua fasilitas di lantai 1, yaitu kolam air panas dan dingin yang dilengkapi dengan Jacuzzi, sauna, dan mandi uap sebagai sualu rangkaian aktifitas untuk menjaga kebugaran dan memperoleh kembali kesegaran tubuh

sambil menikmati hiburan yang disediakan. Untuk non member, dapat menikmati rangkaian aktifitas yang sama dengan member, tetapi untuk dapat memakai semua fasilitas di tempat ini dikenakan biaya.

7. *Physical evidence*, untuk menunjukkan bukti kualitas jasa kepada konsumennya, Refresh Family Club melakukannya melalui bukti fisik dan penyajian. Jadi usaha ini akan mengembangkan suatu seragam atau pakaian yang menarik dari para staf sehingga memberi nilai plus bagi konsumen dan gaya arsitektur bangunan yang didesain kembali ke alam yang dapat dinikmati oleh konsumen, sehingga dapat menyampaikan nilai yang diharapkan bagi konsumen, baik itu kebersihan, pelayanan, keamanan atau manfaat lainnya dan pada akhirnya menambah kepuasan konsumen pada saat berada di tempat ini.

2.5 Pesaing

Secara umum yang menjadi pesaing utama Refresh Family Club adalah klinik perawatan tubuh dan salon-salon kecantikan yang menyediakan fasilitas pijat dan spa bagi masyarakat Surabaya. Selain itu juga *club house* yang berada di perumahan Surabaya Barat, seperti Klub Keluarga Ciputra yang menyediakan fasilitas lapangan golf, kolam renang, tennis, squash, badminton, fitness dan aerobik, sauna dan jacuzzi, serta kafe dan restoran bagi pengunjung mereka.

Jadi secara khusus, saat ini Refresh Family Club tidak mempunyai pesaing secara langsung yang menyediakan fasilitas kebugaran, *refreshing* dan hiburan serta kafe dalam satu tempat yang sama.

2.6 Manajemen

Pengelolaan Refresh Family Club akan ditangani langsung oleh pemilik yang bertindak sebagai Manajer adalah Yeny Setiavvaty dan sebagai Wakil Manajer adalah Sentoso Wongso. Keduanya akan membawahi Kepala Bagian Operasional, Kepala

Bagian Keuangan dan Kepala Bagian Personalia. Kepala Bagian Operasional akan membawahi 38 orang staf karyawan yang akan terbagi menjadi 2 shift, Kepala Bagian Keuangan akan membawahi 2 orang kasir dan Kepala Bagian Personalia akan membawahi 10 orang staf, yaitu staf keamanan, staf kebersihan dan staf loker serta ruang ganti.

Bentuk Usaha dari Refresh Family Club adalah Persekutuan Komanditer (CV), yaitu suatu bentuk perjanjian kerjasama antara orang-orang yang bersedia memimpin atau mengatur perusahaan dan bertanggung jawab atas jalannya perusahaan. Dalam CV dipisahkan antara sekutu aktif atau komplementer yang menjalankan usaha dari usaha ini dan sekutu pasif atau komanditer yang hanya menyertakan modalnya saja tanpa turut campur dalam kegiatan usaha ini.

Untuk pembagian keuntungannya, akan dibagikan setelah usaha ini mengalami *Payback Period*. Keuntungan akan dibagikan menurut presentase modal yang disetorkan yaitu 50% untuk sekutu pasif dan masing-masing 25% untuk sekutu aktif.

2.7 Pendanaan

Dana yang dibutuhkan untuk mendirikan Refresh family Club adalah sebesar Rp. 3.750.000.000,-. Dana tersebut akan digunakan untuk "

- Pembelian tanah sebesar: Rp. 1.800.000.000,-
- Pembangunan gedung sebesar: Rp. 1.500.000.000,-
- Pembelian perlengkapan dan peralatan sebesar: Rp. 318.150.000,-