



**TESIS- BM185407**

**ANALISIS KELAYAKAN INVESTASI PENDIRIAN  
USAHA JASA DESAIN TEKNIK ARSITEKTUR  
SEBAGAI EKONOMI KREATIF BERBASIS BMC  
(Studi Kasus di Provinsi Jawa Timur)**

**INSAN MARTHIAN  
09211750015010**

**Dosen Pembimbing:  
Dr. Ir. Bambang Syairudin, MT.**

**Departemen Manajemen Teknologi  
Fakultas Bisnis Dan Manajemen Teknologi  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
2019**





**LEMBAR  
PENGESAHAN**

# LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Tesis disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

**Magister Manajemen Teknologi (M.MT)**

di

**Institut Teknologi Sepuluh Nopember**

Oleh:

**Insan Marthian**

**NRP: 09211750015010**

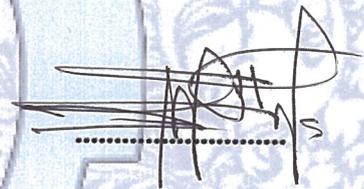
**Tanggal Ujian: 09 Oktober 2019**

**Periode Wisuda: Maret 2020**

Disetujui oleh:

**Pembimbing:**

1. **Dr. Ir. Bambang Syairudin, MT.**  
**NIP : 196310081990021001**



.....

**Penguji:**

1. **Dr. Vita Ratnasari S.Si, M.Si.**  
**NIP : 197009101997022001**



.....

2. **Dr. Ir. Fuad Achmadi, MSME.**  
**NIDN : 0720116103**



.....

**Kepala Departemen Manajemen Teknologi**  
**Fakultas Bisnis dan Manajemen Teknologi**



**Prof. Ir. I Nyoman Pujawan, M.Eng, Ph.D, CSCP**  
**NIP: 196912311994121076**



# ABSTRAK

**ANALISIS KELAYAKAN INVESTASI PENDIRIAN USAHA  
JASA DESAIN TEKNIK ARSITEKTUR SEBAGAI EKONOMI  
KREATIF BERBASIS BMC  
(STUDI KASUS DI PROVINSI JAWA TIMUR)**

Mahasiswa Nama : Insan Marthian  
Mahasiswa ID : 09211750015010  
Pembimbing : Dr. Ir. Bambang Syairudin, MT

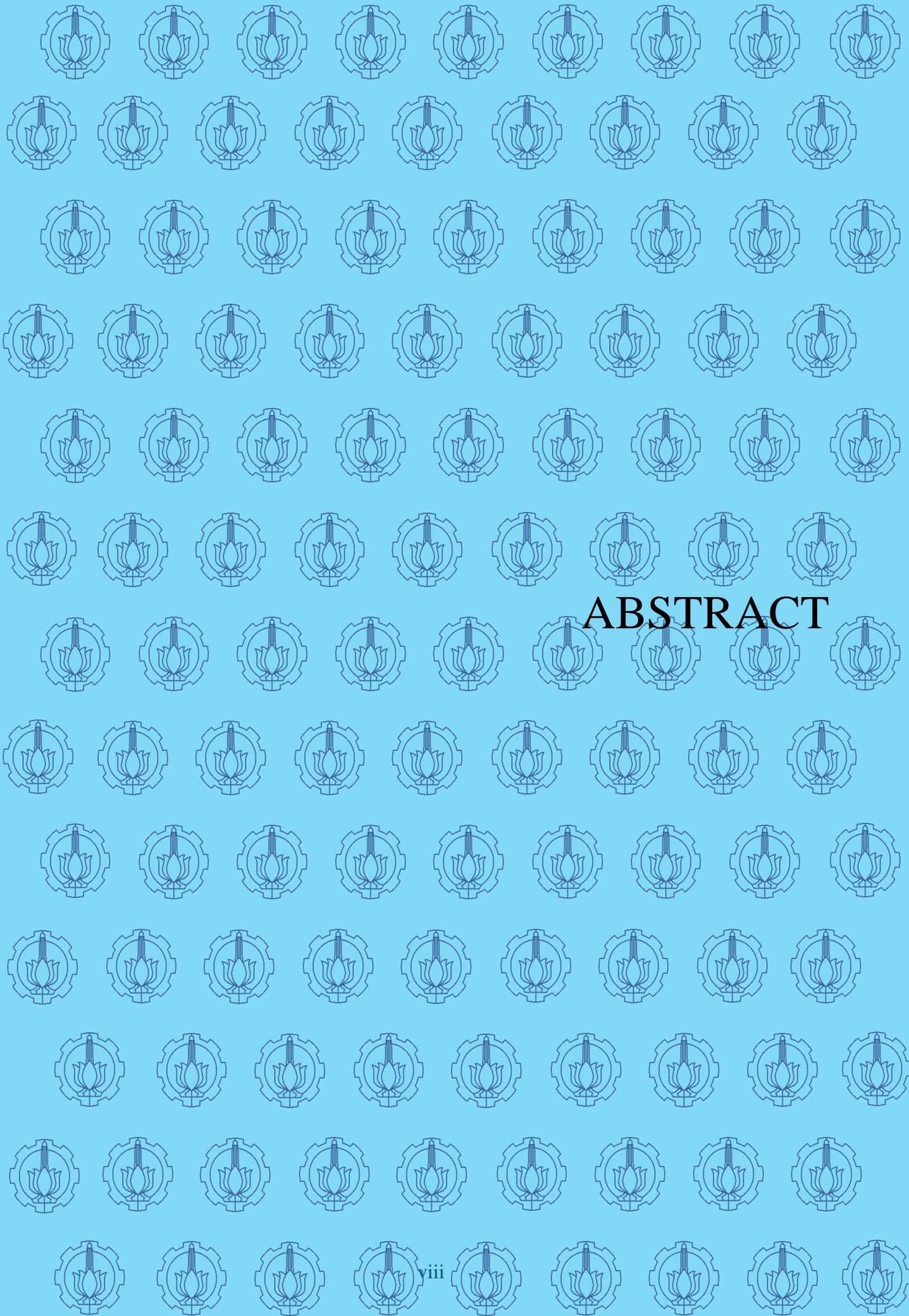
**ABSTRAK**

PDB Nasional dan PDRB Propinsi Jawa Timur memperlihatkan tren yang meningkat. Peningkatan tersebut terjadi karena didukung oleh peningkatan beberapa makro industri seperti industri kreatif, industri real estate, dan lainnya. Hal ini menunjukkan kondisi ekonomi yang baik di Propinsi Jawa Timur. Sementara peningkatan jumlah rumah tangga baru terus meningkat mengakibatkan kebutuhan kepemilikan rumah terus meningkat dan backlog rumah di Jawa Timur masih tinggi diatas sekitar 1.000.000 unit rumah setiap tahunnya dan jumlah permintaan desain arsitek sekitar 15.000 desain, sehingga kebutuhan akan jasa arsitektur untuk membuat desain rumah atau bangunan masih ada, sementara jumlah penyedia jasa desain arsitek sekitar 637 pelaku usaha. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisa lebih lanjut dengan melakukan analisa studi kelayakan investasi dalam mendirikan usaha jasa desain arsitektur.

Analisa investasi dilakukan dengan membuat model bisnis berbasis BMC dan menganalisa dari beberapa aspek yaitu aspek finansial dan aspek non finansial (aspek pasar dan pemasaran, aspek operasional, dan aspek manajemen). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dimana pengambilan data dilakukan dengan cara diskusi (FGD), wawancara, dan melalui literatur. Dengan melakukan studi kelayakan investasi berdasarkan model bisnis BMC, diperoleh nilai modal investasi sebesar Rp. 407.500.000 dan modal awal operasional untuk enam bulan sebesar Rp. 454.000.000, sedangkan untuk nilai *revenue stream* sebesar Rp. 1.391.000.000 dan nilai *cost structure* sebesar Rp. 1.370.000.000 sehingga *business model canvas* dianggap layak. Kelayakan investasi dari analisis finansial memperlihatkan nilai *payback periode* (PP) sebesar 11 bulan 22 hari atau kurang dari satu tahun, *profitability index* sebesar 5,88; *net present value* (NPV) sebesar Rp. 1.594.825.636 dan *internal rate of return* sebesar 105,24%.

**Kata Kunci :** *Business Model Canvas (BMC)*, Analisis Kelayakan Investasi, Industri Kreatif, Jasa Desain Arsitektur, Metode Kualitatif, Aspek Non Finansial, dan Aspek Finansial.

*(halaman ini sengaja dikosongkan)*



# ABSTRACT

**ANALYSIS THE FEASIBILITY INVESTMENT OF  
ESTABLISHMENT THE ARCHITECTURAL TECHNICAL  
DESIGN SERVICE AS A CREATIVE ECONOMY BASED ON  
BMC  
(CASE STUDY IN EAST JAVA PROVINCE)**

By : Insan Marthian  
Student Identity Number : 09211750015010  
Supervisor : Dr. Ir. Bambang Syairudin, MT

**ABSTRACT**

**Abstract** ---National GDP and East Java Province GRDP show an increasing trend. The increase occurred because it was supported by an increase in several macro-industries such as the creative industry, real estate industry, and others. This shows good economic conditions in East Java Province. While the increase in the number of new households continues to increase, the need for home ownership continues to increase and the backlog of homes in East Java is still high above around 1,000,000 housing units every year and demand of architect design are about 15.000 every year, while the number of architect design service providers is around 637 consultants. Therefore, further analysis is needed by analyzing the investment feasibility study in establishing an architectural design service business.

Investment analysis is done by making the business model based on BMC and analyzing from several aspects such as financial aspects and non-financial aspects (market and marketing aspects, operational aspects, and management aspects). This study uses qualitative methods, where data collection is done by means of discussion (Focus Group Discussion), interviews, and through literature. By conducting an investment feasibility study based on the BMC business model, an investment capital value is Rp. 407,500,000 and initial operational capital for six months amounting to Rp. 454,000,000, while the revenue stream value is Rp. 1,391,000,000 and the value of the cost structure is Rp. 1,370,000,000 so that the business model canvas is considered feasible. The investment feasibility of the financial analysis shows the value of the payback period (PP) is 11 months 22 days or less than one year, profitability index is 5.88; net present value (NPV) is Rp. 1,594,825,636 and an internal rate of return is 105.24%.

**Keywords** : Business Model Canvas (BMC), Feasibility Study, Creative Industry, Design of Architect, Qualitative Methode, Non Financial Aspects, Financial Aspect

*(halaman ini sengaja dikosongkan)*





**KATA  
PENGANTAR**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih-Nya yang begitu besar sehingga penyelesaian tesis penelitian ini dapat selesai. Tesis penelitian ini berjudul “Analisis Kelayakan Investasi Pendirian Usaha Jasa Desain Teknik Arsitektur Sebagai Ekonomi Kreatif Berbasis BMC (Studi Kasus di Jawa Timur)”. Dalam menyelesaikan tesis tersebut, ada begitu banyak bantuan dan masukan dari berbagai pihak kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Orang tua, saudara – saudara, dan istri yang memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan pendidikan.
2. Bapak Prof. Ir. I Nyoman Pujawan, M.Eng., Ph.D sebagai Kepala Departemen MMT-ITS.
3. Bapak Dr. Ir. Mokh Suef, MSc(Eng) sebagai dosen wali jurusan Manajemen Industri yang memberikan dukungan dalam menyelesaikan pendidikan.
4. Bapak Dr. Ir. Bambang Syairudin, MT sebagai dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran memberikan pengarahan dan mendampingi dalam menyelesaikan tesis tersebut.
5. Ibu Dr. Vita Ratnasari SSi, MSi, dan Bapak Dr. Fuad Achmadi MSME, sebagai dosen penguji yang memberi masukan dan arahan dalam penyelesaian tesis tersebut.
6. Ikatan Arsitektur Indonesia (IAI Jawa Timur), staf pegawai MMT ITS, dan rekan – rekan mahasiswa yang banyak membantu dan memberikan dukungan.
7. Semua pihak yang tidak disebutkan dan telah memberikan dukungan.

Akhir kata, penulis menyadari akan kekurangan yang ada dalam menyelesaikan tesis tersebut dan berharap tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Surabaya, 1 Mei 2019

Penulis,

Insan Marthian

*(halaman ini sengaja dikosongkan)*



**DAFTAR ISI,  
DAFTAR GAMBAR &  
DAFTAR TABEL**

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	ix
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR TABEL .....	xx
DAFTAR GRAFIK .....	xxii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian .....	7
1.6 Sistematika Penulisan .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Tinjauan Umum Industri Kreatif .....	11
2.1.1 Badan Ekonomi Kreatif .....	11
2.1.2 Arsitektur .....	12
2.2 Tinjauan Umum Bisnis .....	16
2.2.1 Pengertian Bisnis.....	16
2.2.2 Bisnis Model Canvas .....	19
2.2.3 Studi Kelayakan Bisnis .....	38
2.3 Posisi Penelitian.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	48
3.1 Tahapan Penelitian.....	49
3.2 Identifikasi Masalah.....	50
3.3 Studi Pustaka .....	50
3.4 Pengumpulan Data.....	50

3.5 Metode Analisis.....	50
3.6 Kesimpulan dan Saran.....	54
<b>BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 Analisis Aspek Non-Finansial.....	56
4.2 Analisis BMC.....	62
4.3 Aspek finansial.....	67
<b>BAB V KESIMPULAN, DAN SARAN.....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	78
5.3 Saran .....	782
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>86</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bisnis Model Canvas .....	20
Gambar 3.1 Flowchart penelitian .....	49
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	59

*(halaman ini sengaja dikosongkan)*

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk Domestik Bruto (Triliun Rupiah).....	2
Tabel 1.2 Backlog Kepemilikan Rumah di Jawa Timur .....	5
Tabel 2.1 KBLI Arsitektur.....	14
Tabel 2.2 Mekanisme penetapan harga .....	29
Tabel 2.3 Penelitian saat ini.....	46
Tabel 2.4 Penelitian terdahulu .....	46
Tabel 3.1 Kriteria Analisa Data BMC .....	51
Tabel 4.1 Total pendapatan .....	65
Tabel 4.2 Total biaya .....	66
Tabel 4.3 Laporan Laba/Rugi.....	66
Tabel 4.7 Pendapatan tahun pertama.....	67
Tabel 4.8 Proyeksi pendapatan.....	68
Tabel 4.9 Proyeksi pengeluaran.....	68
Tabel 4.10 Proyeksi arus kas .....	69
Tabel 4.11 Proyeksi pendapatan bersih .....	69
Tabel 4.12 Payback Period .....	70
Tabel 4.13 Nilai PV .....	72

*(halaman ini sengaja dikosongkan)*

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 PDB Badan Ekonomi Kreatif.....	3
Grafik 1.2 PDRB Sub Sektor Arsitektur di Jawa Timur .....	3
Grafik 1.3 PDRB kategori real estate .....	4
Grafik 1.4 PDB kategori konstruksi .....	4
Grafik 1.5 IMB Jawa Timur .....	4
Grafik 4.1 NPV dengan kenaikan biaya .....	74
Grafik 4.2 NPV dengan penurunan pendapatan .....	75

*(halaman ini sengaja dikosongkan)*





# BAB I

# PENDAHULUAN

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

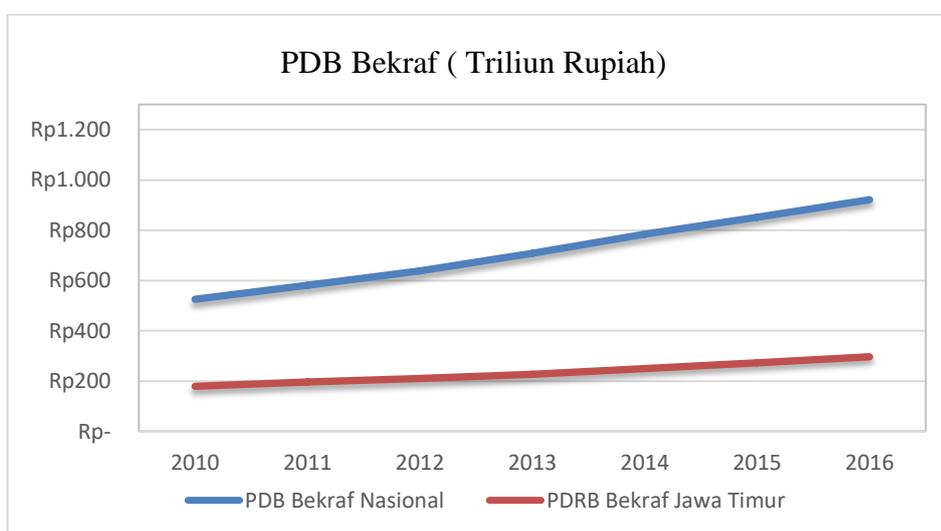
Peran arsitektur di Indonesia sangatlah penting. Dalam hal budaya, keanekaragaman arsitektur lokal dan daerah menunjukkan karakter Bangsa Indonesia yang mempunyai beraneka ragam budaya. Sedangkan dalam hal pembangunan, arsitektur juga berperan dalam merancang dasar pembangunan sebuah kota. Karena potensinya yang sangat besar, Bekraf memasukkan arsitektur sebagai salah satu subsector yang layak dikelola secara lebih serius. Bekraf sendiri merupakan lembaga pemerintahan nonkementerian yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui menteri yang membidangi urusan pemerintahan di bidang pariwisata. Badan Ekonomi Kreatif dibentuk oleh Presiden melalui peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 72 tahun 2015 tentang perubahan atas peraturan Presiden nomor 6 tahun 2015 tentang badan ekonomi kreatif.

Tabel 1.1 Produk Domestik Bruto (Triliun Rupiah)

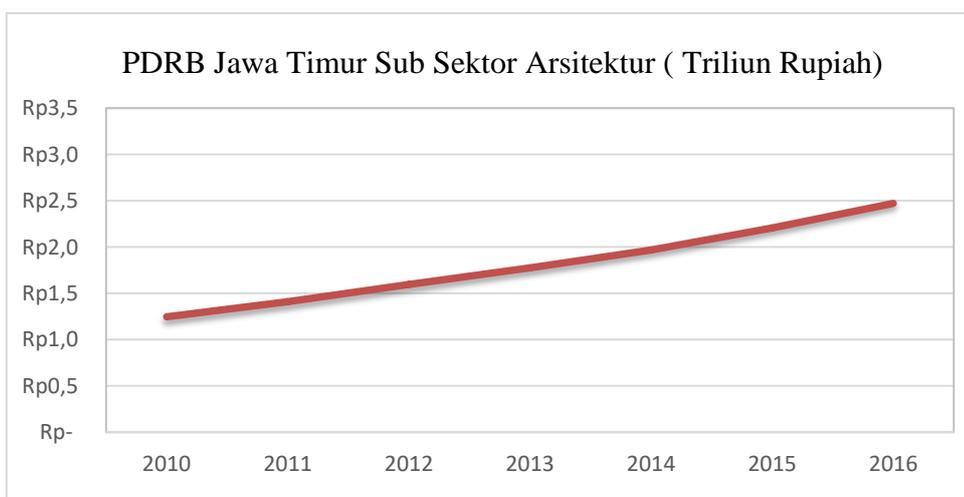
Tahun	ADHK Nasional	ADHK Jawa Timur
2010	6.864,13	990,65
2011	7.831,73	1.120,58
2012	8.615,70	1.248,77
2013	9.546,13	1.382,50
2014	10.569,71	1.537,95
2015	11.526,33	1.691,48
2016	12.401,73	1.857,60
2017	13.587,21	2.019,20
2018	14.837,36	.....

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2019

Kontribusi dari ekonomi kreatif tersebut memberikan dampak positif terhadap PDB nasional. Begitupun juga terjadi pada tingkat provinsi Jawa Timur yang memberikan peningkatan nilai setiap tahun, yang dapat dilihat pada Tabel 1.1 Produk Domestik Bruto dan Grafik 1.1 PDB Badan Ekonomi Kreatif. Arsitektur sebagai subsektor dari ekonomi kreatif juga turut berperan dalam meningkatkan pendapatan nasional khususnya di Provinsi Jawa Timur dengan memperlihatkan nilai setiap tahunnya. Hal tersebut dapat dilihat jelas pada Grafik 1.2 PDRB Sub Sektor Arsitektur di Jawa Timur



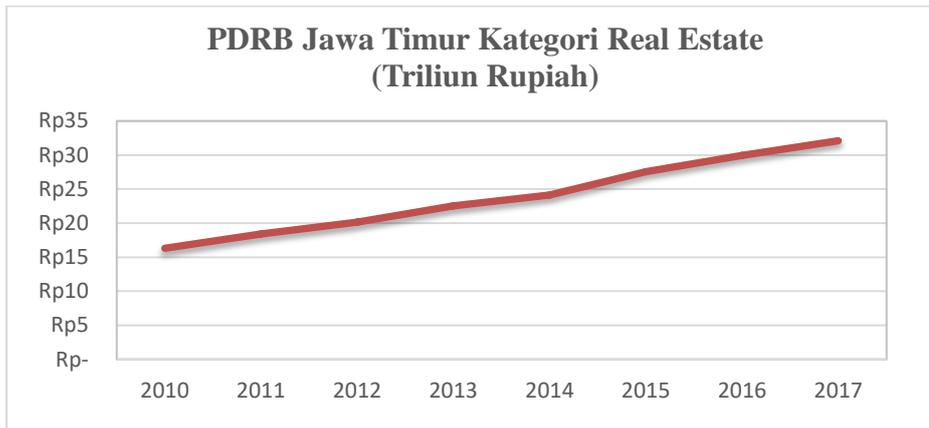
Grafik 1.1 PDB Badan Ekonomi Kreatif  
 Sumber : [www.bekraf.go.id](http://www.bekraf.go.id)



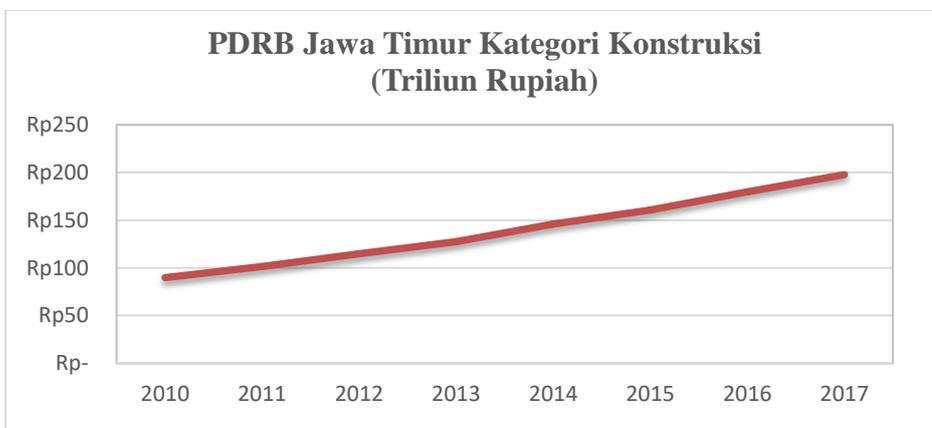
Grafik 1.2 PDRB Sub Sektor Arsitektur di Jawa Timur

Sumber : [www.bekraf.go.id](http://www.bekraf.go.id)

Industri konstruksi dan industri real state merupakan industri yang banyak menggunakan tenaga jasa arsitektur. Pertumbuhan tingkat pendapatan dapat dilihat pada Grafik 1.3 PDRB kategori real estate – Jawa Timur dan Grafik 1.4 PDB kategori konstruksi – Jawa Timur. Pertumbuhan kondisi PDB Nasional dan PDRB Jawa Timur. Selain pertumbuhan tingkat ekonomi yang baik di Jawa Timur, pertumbuhan jumlah penduduk juga terus bertambah. Khususnya dengan status berkeluarga juga mengalami peningkatan, sehingga kebutuhan akan rumah tinggal terus bertambah. *Backlog* akan kepemilikan rumah di Jawa Timur masih sangat tinggi, bisa dilihat pada Tabel 1.1 Backlog Kepemilikan Rumah di Jawa Timur.



Grafik 1.3 PDRB kategori real estate  
Sumber : Data BPS Jawa Timur, 2018



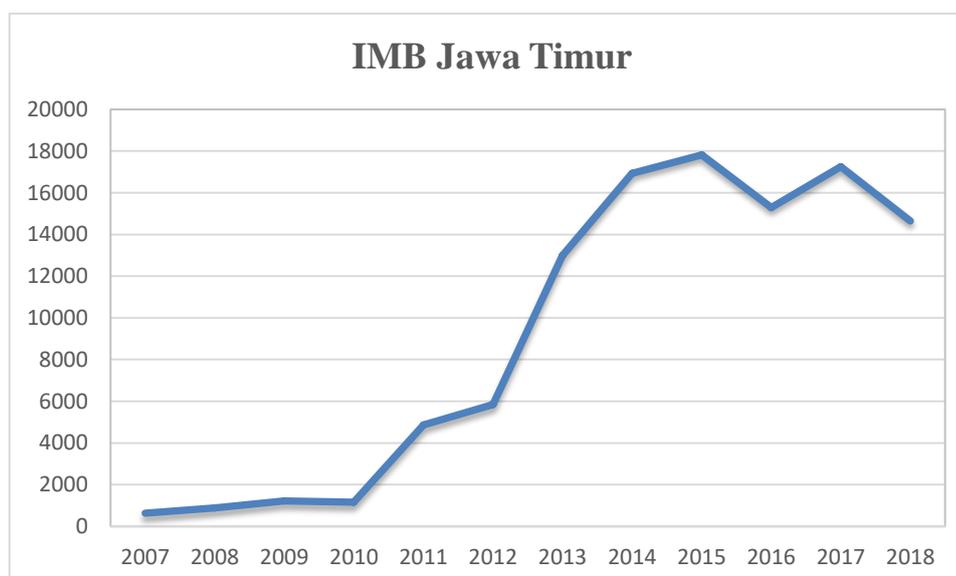
Grafik 1.4 PDB kategori konstruksi

Sumber : Data Badan Pusat Statistik, 2018

Tabel 1.2 *Backlog* Kepemilikan Rumah di Jawa Timur

Tahun	Jumlah Rumah Tangga	Persentase Rumah Tangga Memiliki Rumah	Jumlah Rumah Tangga Memiliki Rumah	Jumlah Rumah Tangga Tidak Memiliki Rumah / <i>Backlog</i> Kepemilikan Rumah
2005	9.845.200	88,2	8.683.466	1.161.734
2006	9.926.000	88,27	8.761.680	1.164.320
2007	10.068.400	86,66	8.725.275	1.343.125
2008	10.121.200	87,63	8.869.208	1.251.992
2009	10.173.400	88,09	8.961.748	1.211.652
2010	10.405.800	87,05	9.058.249	1.347.551
2011	10.555.936	86,85	9.167.830	1.388.106
2012	10.580.404	88,56	9.370.006	1.210.398
2013	10.626.600	87,66	9.315.278	1.311.322
2014	10.677.600	87,14	9.304.461	1.373.139
2015	10.738.900	90,46	9.714.409	1.024.491

Sumber : Olah data BPS



Grafik 1.5 IMB Jawa Timur

Sumber : Olah Data

Pemerintah mewajibkan kepada setiap warga bahwa dalam mendirikan atau melakukan renovasi yang mengakibatkan terjadinya perubahan bentuk awal bangunan mewajibkan setiap pemilik rumah untuk membuat IMB (Izin Mendirikan Bangunan). Dalam pengajuan IMB tersebut, diperlukan gambar atau desain bangunan sehingga diperlukan jasa Arsitektur untuk membuat desain tersebut.

Nilai PDB nasional dan PDRB provinsi Jawa timur yang baik, dan kondisi PDB industri bekraf dan khususnya industri usaha arsitektur yang baik memperlihatkan kondisi ekonomi yang positif. Adanya pertumbuhan jumlah rumah tangga dan backlog kepemilikan rumah yang masih tinggi, serta banyaknya permintaan akan pengajuan pembuatan desain bangunan memperlihatkan adanya peluang yang baik dalam hal investasi atau pendirian usaha jasa desain arsitektur. Akan tetapi, hal tersebut perlu dikaji dan diteliti lebih jauh mengenai model bisnis yang tepat berdasarkan konsep “Bisnis Model Canvas (BMC)” dan analisa kelayakan investasi untuk usaha tersebut agar mengetahui dengan jelas apakah layak atau tidak layak usaha tersebut didirikan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan atas latar belakang yang telah dijabarkan yaitu tingkat ekonomi yang stabil dan masih tingginya kebutuhan akan perumahan, maka yang menjadi rumusan masalah yang akan diteliti lebih dalam yaitu :

1. Bagaimana membuat model bisnis berdasarkan konsep “Bisnis Model Canvas (BMC)”.
2. Apakah kelayakan rencana investasi pendirian badan usaha jasa arsitektur di Jawa Timur masih layak atau tidak layak dilakukan dengan meninjau aspek finansial dan aspek non finansial yang berdasarkan model bisnis “Bisnis Model Canvas (BMC)”.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Membuat model bisnis penyediaan jasa desain arsitektur berbasis “Bisnis Model Canvas (BMC)” di Jawa Timur.
2. Mengetahui kelayakan dari rencana pendirian badan usaha penyedia jasa desain arsitektur.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Memberikan masukan kepada investor yang ingin berinvestasi dalam penyediaan jasa desain arsitektur.
2. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat menjadi penunjuang untuk meningkatkan industry kreatif di bidang arsitektur
3. Dapat dijadikan sebagai rujukan atau sebagai bahan pembanding untuk membuat penelitian.
4. Memberikan pengetahuan yang baru kepada setiap pembacanya.

#### **1.5 Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian**

##### **1.5.1 Batasan Masalah**

Tidak semua dibahas dalam penelitian ini, sehingga perlu batasan yaitu :

1. Bidang usaha yang diteliti yaitu industri kreatif subsektor arsitektur.
2. Analisa investasi selama 5 tahun.
3. Segmentasi pasar yang utama yaitu konsumen akhir (*end user*) dan konsumen perusahaan untuk desain interior dan bangunan.

##### **1.5.2 Asumsi Penelitian**

Beberapa asumsi yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Tidak ada perubahan yang signifikan dari data – data yang digunakan.
2. Kondisi ekonomi stabil.
3. Analisa investasi 5 tahun

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan ini dilakukan dalam beberapa tahap untuk mempermudah dalam penulisan dan pemahaman dari penulisan tersebut. Tahapan – tahapan penulisan tersebut sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bagian tersebut menjelaskan tentang beberapa hal yaitu :

1. Latar belakang dari penelitian tersebut, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, dan manfaat penelitian,
2. Batasan masalah, dan asumsi – asumsi dari penelitian, serta sistematika penulisan.

#### **BAB II STUDI PUSTAKA**

Berisi tentang tinjauan industri kreatif subsektor arsitektur dan teori – teori tentang bisnis model canvas, serta aspek – aspek dalam studi kelayakan.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Menggambarkan tahap – tahap dan kerangka penelitian yang dijadikan pedoman untuk menemukan solusi yang tepat untuk menyelesaikan masalah yang dimulai dari identifikasi masalah sampai menemukan solusi hingga penarikan kesimpulan dan saran.

#### **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bab ini dilakukan pengumpulan data berupa data primer dan data sekunder melalui diskusi, wawancara, dan pengumpulan data dari dokumen – dokumen penelitian.

#### **BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN**

Data – data yang telah diolah akan dianalisa dan dibahas dalam bab ini berdasarkan atas hasil dari pengolahan data dan dari tujuan penelitian tersebut sehingga dihasilkan suatu solusi dari masalah yang terjadi.

#### **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Merupakan tahap akhir yang menyimpulkan isi dari penelitian dan merekomendasikan saran – saran buat peneliti yang ingin melakukan penelitian selanjutnya.

*(halaman ini sengaja dikosongkan)*



**BAB II**  
**KAJIAN PUSTAKA &**  
**DASAR TEORI**

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini akan membahas tentang tinjauan umum bisnis industri kreatif subsektor arsitektur dengan menggunakan model BMC (Bisnis Model Canvas) dan analisa kelayakan menggunakan aspek finansial dan aspek non finansial.

#### **2.1 Tinjauan Umum Industri Kreatif**

##### **2.1.1 Badan Ekonomi Kreatif**

Bekraf merupakan singkatan dari “Badan Ekonomi Kreatif “ yang merupakan tonggak baru ekonomi kreatif Indonesia. Kekuatan ekonomi kreatif lebih bertumpu kepada keunggulan sumber daya manusia. Karya seni, arsitektur, buku, inovasi teknologi, dan animasi berasal dari ide – ide kreatif pemikiran manusia. Pada 20 Januari 2015, melalui **Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif**, Presiden membentuk lembaga baru non kementerian bernama Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). Bekraf bertugas membantu Presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan di bidang ekonomi kreatif.

Visi Bekraf yaitu membangun Indonesia menjadi salah satu kekuatan ekonomi dunia dalam ekonomi kreatif pada 2030. Misi dari Bekraf sendiri terdiri atas 6, yaitu :

- a. Menyatukan seluruh asset dan potensi kreatif Indonesia untuk mencapai ekonomi kreatif yang mandiri.
- b. Menciptakan iklim yang kondusif bagi pengembangan industry kreatif.
- c. Mendorong inofasi di bidang kreatif yang memiliki nilai tambah dan daya saing di dunia internasional.
- d. Membuka wawasan dan apresiasi masyarakat terhadap segala aspek yang berhubungan dengan ekonomi kreatif.
- e. Membangun kesadaran dan apresiasi terhadap hak kekayaan intelektual, termasuk perlindungan hukum terhadap hak cipta.

- f. Merancang dan melaksanakan strategi yang spesifik untuk menempatkan Indonesia dalam peta ekonomi kreatif dunia.

Dengan terbentuknya Bekraf, maka ekonomi kreatif diharapkan mampu menjadi tulang punggung dari perekonomian nasional. Bekraf sendiri menetapkan ada 16 subsektor dari industry kreatif yang menjadi fokus untuk dikelola dan dikembangkan, salah satu diantaranya yaitu subsektor arsitektur.

### **2.1.2 Arsitektur**

Arsitektur berbicara tentang bangunan dan ruang tempat manusia beraktivitas. Sebagai bagian dari ekonomi kreatif, arsitektur berperan penting, terutama dalam hal menghasilkan bangunan dan ruang kreatif yang menjawab berbagai permasalahan seperti peningkatan jumlah penduduk, keterbatasan lahan, perubahan iklim global, krisis identitas lokal, dan rendahnya daya dukung lingkungan. Pengembangan bangunan dan ruang kreatif akan menumbuhkan kreativitas, mendorong kemajuan sektor ekonomi kreatif, dan sektor - sektor industri lainnya. Kreativitas dalam menghasilkan karya arsitektur juga meningkatkan daya tarik wisata dari suatu wilayah.

Kata Arsitektur merupakan serapan dari bahasa Inggris "*Architecture*" yang berasal dari bahasa Yunani "*arkhitekton*" yang dibangun dari dua kata "*arkhi*" yang berarti "yang pertama" atau "yang utama" dan "*tektion*" yang merujuk pada *carpenter* (tukang kaya) dan *builder* (pembangun). Secara umum Arsitektur dapat didefinisikan melalui tiga pendekatan, yaitu hasil, proses, dan keilmuan (Jo Wyns, 1996). Melalui pendekatan hasil, arsitektur merupakan wujud dari sebuah bangunan. Melalui pendekatan proses, arsitektur adalah gaya atau metode perancangan. Melalui pendekatan keilmuan, arsitektur adalah ilmu pengetahuan yang diaplikasikan dalam proses perancangan bangunan. Arsitektur dapat pula didefinisikan sebagai praktek dari profesi arsitek, yaitu menawarkan atau memberikan layanan profesional yang berhubungan dengan perancangan dan konstruksi bangunan atau lingkungan binaan (Architecs Act, 2008). Menurut Ikatan Arsitektur Indonesia (IAI, 2007) arsitektur yaitu "wujud hasil penerapan pengetahuan, ilmu, teknologi, dan seni secara utuh dalam menggubah ruang dan lingkungan binaan sebagai bagian dari kebudayaan dan peradaban manusia".

Pemerintah lebih lanjut melakukan evaluasi mengenai definisi arsitektur, yaitu “wujud hasil penerapan pengetahuan, ilmu, teknologi, dan seni secara utuh dalam mengubah lingkungan binaan dan ruang, sebagai bagian dari kebudayaan dan peradaban manusia, sehingga dapat menyatu dengan keseluruhan lingkungan luar”. Kata kunci dari definisi tersebut, yaitu :

- a. Wujud adalah struktur fisik dan bangunan yang dihasilkan melalui proses perancangan dan pembangunan.
- b. Pengetahuan adalah kemampuan, keterampilan, dan pemahaman mengenai merancang dan membangun struktur fisik dan bangunan.
- c. Ilmu adalah pengetahuan dalam merancang dan membangun struktur fisik dan bangunan yang disusun secara sistematis dan disepakati sebagai teori melalui penelitian dan eksperimen.
- d. Teknologi adalah metodologi, alat, dan mesin yang digunakan untuk mengimplementasikan seni, ilmu, dan pengetahuan dalam merancang dan membangun struktur fisik dan bangunan.
- e. Seni adalah kemampuan dalam merancang dan membangun struktur dan bentuk yang indah.
- f. Lingkungan binaan adalah gubahan manusia terhadap tempat aktivitas kehidupannya.
- g. Lingkungan ruang. Pada skala mikro, lingkungan ruang mencakup bagian dalam ruangan (*interior*), bagian luar ruangan (*eksterior*), dan lanskap pada area sekeliling ruangan tersebut. Pada skala makro, lingkungan ruang mencakup perencanaan tata kota (*town planning, urban/rural planning*), perencanaan lanskap, *urban design*, sampai perencanaan transportasi.

Berdasarkan definisi yang ada ruang lingkup arsitektur sesungguhnya sangat luas. Skala pekerjaan dan kompleksitas yang besar sehingga memerlukan kolaborasi dengan berbagai bidang keilmuan yang lain. Secara umum, keilmuan arsitektur berfokus pada perencanaan, perancangan, konstruksi, perbesaran, pengubahan, konservasi, dan restorasi dari sebuah bangunan atau kelompok bangunan (International Union of Architects, 2011). Saat ini ada empat bidang keilmuan yang tidak bisa dipisahkan dari bidang keilmuan arsitektur, mulai dari tahap perancangan, sampai tahap implementasi, yaitu :

- a. Teknik sipil.
- b. Desain interior.
- c. Teknik layanan bangunan atau *Mechanical, Electrical, Plumbing* (MEP).
- d. Arsitektur lanskap.

Selain keempat bidang keilmuan tersebut, terdapat pula spesialis – spesialis yang mendukung dunia arsitektur. Bidang – bidang pendukung dunia arsitektur tersebut, yaitu :

- a. Teknik iluminasi.
- b. Teknik akustik.
- c. Teknik fasad.
- d. Spesialis fasilitas.
- e. *Experiental Graphic Design*.

Ruang lingkup industri arsitektur berdasarkan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) tahun 2009 terbagi atas dua, yaitu :

Tabel 2.1 KBLI Arsitektur

JENIS KLASIFIKASI	KODE	PENJELASAN
KBLI 2009	71100	Jasa arsitektur dan teknik sipil serta konsultasi teknik
	74100	Jasa perancangan khusus

Sumber : Ekonomi kreatif (Rencana pengembangan arsitektur nasional), 2014

Karakter utama industri arsitektur adalah pelayanan atau pemberian jasa dengan ruang lingkup perencanaan dan perancangan. Dalam memberikan pelayanan, industri arsitektur tidak bisa hidup tanpa adanya pemberi pekerjaan. Model bisnis arsitektur dibentuk dari dua hal utama yang membentuk cara beroperasi, manajemen, dan organisasi dari sebuah biro, yaitu :

- a. Pilihan teknologi biro tersebut. Teknologi dalam hal ini mengacu pada sistem operasional proyek atau proses bekerja yang dilakukan oleh biro tersebut.

- b. Nilai kolektif para pimpinan di biro tersebut. Nilai dalam hal ini mengacu pada tujuan dan motivasi para pimpinan biro tersebut.

Berdasarkan teknologinya, terdapat tiga kategori biro industri arsitektur, yaitu :

- a. *Strong-idea (brains) firms*, biro yang dikelola untuk memberikan keahlian spesifik atau inovasi pada proyek – proyek yang spesifik.
- b. *Strong-service (gray hair) firms*, biro yang dikelola untuk menyediakan pengalaman dan keandalan terutama pada proyek – proyek dengan tingkat kerumitan yang tinggi.
- c. *Strong-delivery (procedure) firms*, biro yang dikelola untuk memberikan pelayanan yang efisien untuk proyek – proyek yang memiliki karakter serupa dan seringkali untuk klien yang lebih mengutamakan hasil daripada pelayanan.

Dalam prakteknya, seringkali ketiga kategori ini saling bersinggungan sesuai dengan permintaan dari klien. Berdasarkan atas nilainya, terdapat dua kategori biro industri arsitektur, yaitu :

- a. *Practice-centered*, para professional yang umumnya mempunyai tujuan utama melayani dengan sebaik – baiknya dan menghasilkan karya unggulan yang dapat mempresentasikan bidang mereka. Indikator keberhasilan dari kategori ini adalah kualitatif.
- b. *Business-centered*, para professional yang melihat bagaimana proses yang dilakukan dalam melayani dengan memperhatikan kinerja yang dilakukan. Indikator keberhasilan dari kategori ini adalah kuantitatif.

Menurut (Hen Weld Coxe, 1986) melalui pengelompokan teknologi dan nilai, maka dapat ditentukan, yaitu :

- a. *Strong delivery practice centered (SDPC)*
- b. *Strong serviced practice centered (SSPC)*
- c. *Strong idea practice centered (SIPC)*
- d. *Strong delivery business centered (SDBC)*
- e. *Strong serviced business centered (SSBC)*
- f. *Strong idea business centered (SIBC)*

## **2.2 Tinjauan Umum Bisnis**

### **2.2.1 Pengertian Bisnis**

Kegiatan dalam menjalankan usaha atau berbisnis sudah ada sejak zaman dulu, tetapi masih sangat terbatas yang melakukan kegiatan bisnis tersebut dan masih dalam lingkungan yang terbatas dan tertutup, seperti lingkungan keluarga, kelompok masyarakat, dan kelompok tertentu serta dominan bersifat agraris. Seiring dengan berjalannya waktu, kehidupan manusia semakin kompleks sehingga manusia selalu menciptakan hal – hal baru sesuai dengan kebutuhan – kebutuhan dan keinginan yang semakin berkembang. Dalam perkembangan zaman telah terjadi revolusi teknologi informasi yang ditandai dengan penggunaan komputer dan internet yang kemudian berkembang ke revolusi informasi dan komunikasi membuat dunia bisnis semakin kompleks. Persaingan dalam bidang perekonomian baik yang bersifat nasional, regional dan multinasional semakin hebat. Telah terjadi perang ekonomi melalui perdagangan antar bangsa yang berusaha untuk mendapatkan pasar dunia dalam barang dan jasa. Dewasa ini bisnis berkembang sangat cepat dan lebih kompleks.

Siklus barang dan jasa memiliki daur hidup yang sangat pendek, begitupun untuk waktu dalam suatu proses dibuat seminimal mungkin. Konsumen menginginkan barang yang bermutu, murah, gampang didapat, cara pengirimannya cepat dan purna jualnya baik. Menurut (Eddy Suryanto, 2010) “Karyawan perusahaan ingin memperoleh gaji yang sepadan dengan tenaga yang dikeluarkan, suasana kerja yang kondusif, tata kerja yang terstruktur, dan media kerja yang mendukung. Pengusaha menginginkan produknya disukai pasar, laku terjual, biaya produksi rendah, bahan baku mudah didapat, karyawan profesional, peraturan pemerintah yang menunjang bisnis dan distribusi lancar.

Secara terminologi, bisnis merupakan suatu kegiatan atau usaha yang dilakukan oleh perorangan maupun kelompok. Kata bisnis berasal dari bahasa inggris “*Business*”. Menurut (Manullang, 2013) bisnis merupakan segala aktivitas dari berbagai institusi yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari – hari. Adapun pengertian bisnis menurut (Sudaryono, 2015) dalam bukunya mengatakan “bisnis adalah aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang

atau perusahaan dalam bentuk jasa atau barang untuk memperoleh laba”. Aktivitas bisnis dilakukan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan memperoleh kepuasan atas kegiatan – kegiatan yang dilakukan, tetapi ada juga yang melakukan aktivitas ini untuk mendapatkan tantangan serta harapan yang lebih baik bagi kemudian hari. Oleh karena itu, manusia akan berusaha memanfaatkan kekuatan – kekuatan yang dimiliki dan menganalisis peluang – peluang yang disediakan oleh dunia bisnis. Target atau sasaran merupakan cerminan dari berbagai hasil yang diharapkan dapat dilakukan oleh organisasi perusahaan, dimana organisasi tersebut yang akan menentukan kinerja jangka panjang perusahaan. Tujuan yang ingin dicapai oleh pelaku bisnis bervariasi antara kegiatan bisnis yang satunya dengan kegiatan bisnis yang lainnya. Tujuan organisasi bisnis menurut (Kustoro Budiarta, 2010) ada tujuh, yaitu :

- a. Menghasilkan barang dan jasa secara efisien berbasis pemenuhan kepuasan konsumen.
- b. Menciptakan kinerja yang menguntungkan bagi perusahaan melalui aktivitas yang dapat menciptakan nilai bagi perusahaan.
- c. Melindungi kesehatan dan kesejahteraan karyawan.
- d. Melatih menjadi warga masyarakat yang baik dalam kehidupan social bermasyarakat.
- e. Menyediakan pertumbuhan yang sehat bagi perusahaan dan memperoleh keuntungan yang baik.
- f. Menjaga kualitas lingkungan.

Beberapa tujuan tersebut hendaknya tercermin dalam aktivitas perusahaan sebagai suatu kesatuan.

Selain memiliki tujuan, bisnis juga memiliki manfaat yang sangat besar. Manfaat yang dapat diperoleh dengan adanya kegiatan bisnis bagi pemerintah, masyarakat, dan perusahaan (Kustoro Budiarta, 2010), yaitu :

- a. Memperoleh keuntungan.

Suatu bisnis dikatakan layak untuk dijalankan jika memberi keuntungan keuangan bagi pemilik bisnis. Keuntungan ini diukur dari nilai uang yang diperoleh pemilik bisnis dari hasil usaha yang dijalankan.

b. Membuka lapangan pekerjaan.

Dengan adanya usaha maka akan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang terlibat langsung dengan usaha atau masyarakat disekitar tempat didirikan usaha tersebut.

c. Manfaat ekonomi.

Dengan adanya kegiatan usaha maka jumlah barang dan jasa yang dihasilkan semakin bertambah yang akan meningkatkan pendapatan bagi masyarakat, pemerintah, dan pemilik usaha itu sendiri.

d. Tersedia sarana dan prasarana.

Pembukaan perusahaan biasanya akan menyiapkan saran dan prasarana yang dapat digunakan oleh masyarakat, khususnya masyarakat disekitar tempat pendirian usaha.

e. Membuka isolasi wilayah.

Wilayah – wilayah tertentu yang sebelumnya tertutup atau terisolasi akan merasakan manfaat dengan pendirian usaha diwilayah tersebut karena dengan adanya aktivitas usaha akan membuka wilayah tersebut sehingga tidak terisolasi lagi, seperti pembukaan usaha lahan perkebunan, pertambangan, dan lainnya.

f. Meningkatkan persatuan dan membantu pemerataan pembangunan.

Dengan adanya proyek atau usaha biasanya pekerja yang bekerja didalamnya dating dari berbagai latar belakang suku bangsa. Dengan demikian dapat meningkatkan persatuan dan kesatuan bangsa. Selain itu, dengan adanya proyek diberbagai daerah akan memberikan pemerataan pembangunan.

Dalam pemilihan bentuk perusahaan harus ditetapkan pada saat perusahaan akan didirikan. Terdapat beberapa pertimbangan dalam memilih bentuk perusahaan, yaitu :

- a. Jenis usaha yang akan dilaksanakan (jasa, industri, perdagangan, dan sebagainya).
- b. Jumlah modal untuk usaha dan kemungkinan untuk menambah modal itu.
- c. Rencana pembagian laba.
- d. Penentuan tanggung jawab perusahaan.

- e. Penanggungungan resiko yang akan dihadapi.
- f. Prinsip – prinsip pengawasan yang akan digunakan.
- g. Jangka waktu berdirinya perusahaan.

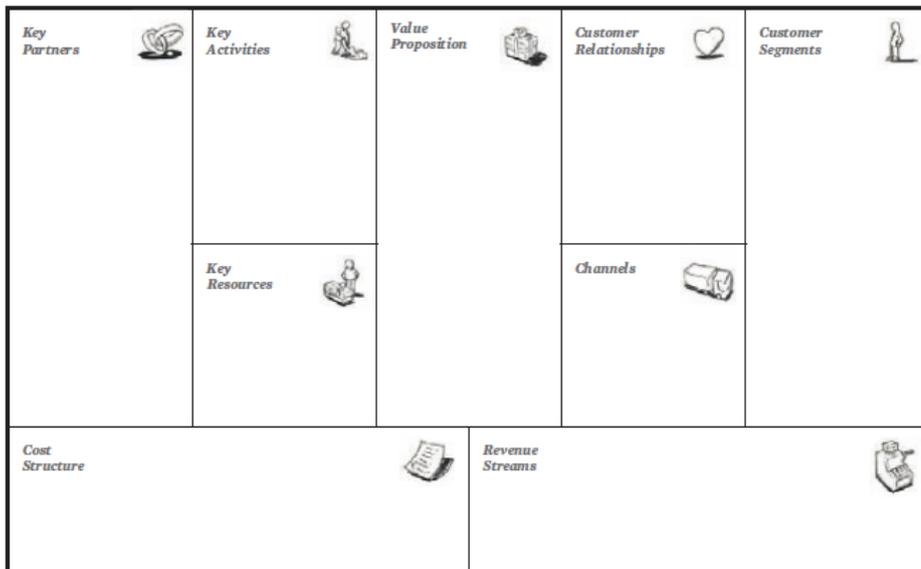
Sebelum mendirikan usaha yang perlu dilakukan adalah menganalisa apakah usaha tersebut layak atau tidak layak. Oleh karena itu perlu dilakukan pembuatan model bisnis yang akan dilakukan untuk menggambarkan bisnis yang akan dilakukan secara detail dan studi kelayakan dari perencanaan bisnis tersebut.

### **2.2.2 Bisnis Model Canvas**

Dalam merencanakan pembuatan sebuah bisnis yang perlu lebih awal dilakukan adalah membuat model bisnis yang akan direncanakan dalam tingkat abstrak, agar dapat membantu dan memudahkan pemilik perusahaan atau organisasi untuk mengetahui apa saja yang akan dilakukan dalam menjalankan bisnis tersebut yang kemudian akan diuji dalam tingkat nyata (Magretta, 2002). Salah satu cara atau alat yang banyak digunakan untuk mempermudah dalam membuat model bisnis dan populer dalam beberapa waktu belakangan ini yaitu bisnis model kanvas. Bisnis model kanvas pertama kali diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur pada tahun 2005 dalam penelitiannya yang berjudul “*Clarifying Business Models : Origins, Present, and Future of The Concept*”. Dimana dalam penelitiannya mengaggap terminologi model bisnis yang sudah ada perlu penjelasan yang lebih dalam dan dihubungkan dengan pekerjaan yang telah dilakukan dalam sebuah perusahaan. Kemudian dalam penelitian tersebut menghasilkan sembilan terminologi dalam membuat konsep model bisnis. Pada tahun 2010 Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur menerbitkan buku yang berjudul “*Business Model Generation*”. Mereka membuat suatu kerangka model bisnis berbentuk kanvas dan terdiri atas sembilan kotak dari terminologi hasil penelitian mereka sebelumnya. Defenisi model bisnis yaitu menggambarkan dasar pemikiran bagaimana suatu organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, 2010). Bisnis model kanvas adalah bahasa bersama yang untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis (Alexander Osterwalder

dan Yves Pigneur, 2010). Artinya bisnis model kanvas dapat dipakai oleh setiap model bidang usaha untuk membuat model bisnis yang akan menghasilkan strategi perusahaan atau alternatif kebijakan yang baru.

Sembilan elemen dalam bisnis model kanvas yang diperlihatkan pada Gambar 2.1 Bisnis Model Canvas, terbagi atas dua bagian besar yaitu pertama bagian yang fokus ke konsumen merupakan bagian yang menjelaskan tentang persepsi konsumen yang terdiri atas *customer segments*, *value propositions*, *channels*, dan *customer relationships*. Bagian kedua yang fokus ke dalam perusahaan merupakan bagian yang menjelaskan tentang operasi perusahaan yang meliputi *key resources*, *key activities*, dan *key partnerships*.



Gambar 2.1 Bisnis Model Canvas  
( Business Model Generation, 2010)

Sembilan elemen yang berkaitan dalam bisnis model kanvas, yaitu :

a. *Customer Segments*

Segmen pelanggan merupakan bagian terpenting karena bisnis dibuat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atau menjadi solusi dengan memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan. Setiap perusahaan dapat melayani satu atau beberapa segmen pelanggan baik itu segmen besar ataupun segmen yang kecil. Perusahaan harus mengetahui

pelanggan yang sesuai dengan usaha yang akan dibuat agar model bisnis dan strategi yang akan dijalankan sesuai dengan yang diharapkan artinya perusahaan dapat mengetahui mana pelanggan yang prioritas dan mana pelanggan yang tidak prioritas. Oleh Karena itu, perusahaan harus melakukan analisa pasar dan melakukan segmentasi pelanggan dengan melakukan pengelompokan umum berdasarkan kesamaan kebutuhan, perilaku, tingkat ekonomi, status, atau atribut lainnya. Kelompok pelanggan dapat mewakili segmen terpisah, jika :

1. Memiliki kebutuhan yang berbeda
2. Memerlukan saluran distribusi yang berbeda
3. Memerlukan pelayanan yang berbeda
4. Memberikan keuntungan yang berbeda
5. Bersedia membayar untuk berbagai aspek penawaran

Ada bermacam – macam tipe dalam segmentasi pasar, yaitu :

1. *Mass Market* (Pasar Umum)

Model bisnis yang berfokus pada pasar umum tidak membedakan antara segmen pasar yang berbeda. *Value proposition, channels, and customer relationship* semuanya fokus pada satu kelompok besar pelanggan dengan kebutuhan dan masalah yang secara umum sama.

2. *Niche Market* (Pasar Terbatas)

Model bisnis yang terfokus pada pasar terbatas melayani segmen pelanggan khusus. *Value proposition, channels, and customer relationship* semuanya disesuaikan dengan persyaratan spesifik atau khusus. Contoh pada segmen pasar tersebut yaitu pabrik komponen mobil melayani pabrik perakitan mobil tertentu dengan menyediakan komponen sesuai spesifikasi yang telah ditentukan.

3. *Segmented* (Tersegmentasi)

Model bisnis yang terfokus pada kumpulan konsumen yang terbagi atas beberapa segmen yang memiliki kebutuhan atau masalah yang berbeda. *Value proposition, channels, and customer relationship* semuanya disesuaikan dengan pasarnya. Contohnya pada Bank yang

mengelompokkan konsumennya berdasarkan jumlah asset yang dimiliki, sehingga bentuk program dan layanan yang diberikan berbeda.

#### 4. *Diversified* (Beragam)

Model bisnis yang terdiversifikasi melayani konsumen dengan segmen berbeda yang tidak terikat pada kebutuhan dan masalah yang sama. Contohnya Amazon.com memutuskan untuk mendiversifikasi usaha ritelnya dengan menjual layanan “*cloud computing*” atau ruang penyimpanan online dan penggunaan server.

#### 5. *Multi-sided Platforms*

Perusahaan dengan model bisnis ini melayani dua atau lebih segmen pelanggan yang saling tergantung. Misalnya pada perusahaan Gojek atau Gofood yang mempertemukan berbagai segmen pasar.

#### b. *Value Propositions*

Proposisi nilai menjelaskan tentang produk atau jasa yang ditawarkan ke pelanggan memberikan arti penting bagi pelanggan yang telah diprioritaskan berdasarkan segmentasi pelanggan yang telah dibuat. Proposisi nilai merupakan alasan kenapa konsumen satu perusahaan berpindah ke perusahaan yang lain. Proposisi nilai yang ditawarkan ke konsumen dapat berupa kuantitatif seperti harga dan kecepatan layanan. Dapat juga berupa kualitatif seperti desain, pengalaman pelanggan, dan lain sebagainya. Daftar elemen – elemen berikut ini dapat menjadi masukan untuk membuat proposisi nilai dari produk yang ditawarkan ke pelanggan semakin berarti, yaitu :

##### 1. *Newness*

Proposisi nilai kebaruan (*newness*) merupakan proposisi nilai yang belum pernah ditawarkan oleh perusahaan lain. Pelanggan memperoleh sesuatu yang baru atau pengalaman yang baru dalam memenuhi kebutuhannya yang belum pernah diperoleh sebelumnya. Misalnya dalam mengirim pesan singkat yang mana sebelumnya melalui SMS kemudian memperoleh hal yang baru melalui aplikasi *whats app*.

##### 2. *Performance*

Cara yang umum dilakukan untuk meningkatkan proposisi nilai yaitu dengan meningkatkan performa dari produk atau jasa yang ditawarkan,

akan tetapi hal tersebut ada batasnya. Contohnya meningkatkan performa ponsel dengan menambah kapasitas pixel kamera akan mencapai batas tertentu karena dipengaruhi beberapa faktor.

3. *Customization*

Menyesuaikan produk dan jasa dengan kebutuhan spesifik pelanggan dapat menghasilkan nilai tambah tersendiri. Konsep kustomisasi massal dan kreasi bersama pelanggan semakin penting.

4. *“Getting the job done”*

Proposisi nilai dapat diperoleh dengan hanya membantu pelanggan menyelesaikan pekerjaan tertentu. Contoh Samyeong Cable yang menyediakan kabel khusus ke Hyundai sehingga menjadi pemasok kabel ke Hyundai.

5. *Design*

Desain termasuk salah satu yang dapat memberikan kontribusi pada proposisi nilai. Dimana, desain merupakan elemen penting tetapi sulit untuk diukur. Suatu produk mungkin menonjol karena desain yang unggul. Contohnya pada renovasi bangunan dimana perubahannya sangat kelihatan ketika membandingkan sebuah rumah sebelum dan sesudah di renovasi dengan desain yang berkualitas.

6. *Brand/status*

Pelanggan dapat menemukan nilai yang lebih ketika menggunakan produk atau jasa yang menampilkan merek atau brand tertentu. Sebagai contoh yang banyak terjadi belakangan ini menggunakan ponsel merk Iphone yang menandakan tingkat status ekonomi pemakainya.

7. *Price*

Menawarkan nilai produk atau jasa yang sama dengan harga yang berbeda akan menarik perhatian pelanggan pada segmen tertentu yang sensitive terhadap harga jual. Sebagai contoh dalam pelayanan jasa penyedia transportasi Go-Jek yang memberikan pelayanan jasa transportasi sama pada ojek motor tetapi dengan harga yang lebih murah. Harga yang lebih murah membuat pelanggan banyak yang menggunakan Go-Jek.

#### 8. *Cost Reduction*

Membantu pelanggan dalam mengurangi biaya yang dikeluarkan merupakan salah satu cara untuk menciptakan preposisi nilai yang ditawarkan ke pelanggan. Misalnya yang banyak berkembang saat ini yaitu jual online. Tokopedia, Bukalapak dan yang sejenisnya menyediakan *platform* atau tempat menjual produk secara *online* sehingga perusahaan atau pemilik penyedia produk tidak perlu lagi membuat *website* atau *platform* sendiri sehingga dapat mengurangi biaya operasional.

#### 9. *Risk Reduction*

Ada beberapa pelanggan yang lebih tertarik ketika membeli produk atau jasa karena melihat resiko yang akan diterima semakin kecil. Hal tersebut dapat ditemukan pada perusahaan produk dan jasa yang menyediakan program pelayanan purna jual atau garansi.

#### 10. *Accessibility*

Memberikan akses ke pelanggan untuk lebih mudah dalam mendapatkan produk atau jasa dapat menciptakan preposisi nilai, dimana hal tersebut belum pernah diperoleh oleh pelanggan. Hal ini merupakan hasil inovasi dari model bisnis. Salah satu contoh yang dilakukan oleh perusahaan Ikea yaitu member akses ke pelanggan untuk membeli langsung produk yang diinginkan ke dalam gudang mereka.

#### 11. *Convenience / Usability*

Memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada pelanggan terhadap penggunaan produk atau jasa yang ditawarkan dapat menciptakan nilai tambah. Dengan adanya internet maka memberikan peluang bisnis baru dalam pelayanan sistem transaksi keuangan secara *online*. Perusahaan yang bergerak di bidang *Fintech* memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada pelanggan dalam melakukan pembayaran atau transaksi keuangan.

#### c. *Channels*

*Channels* atau saluran merupakan suatu cara yang dilakukan oleh perusahaan bagaimana menjangkau dan menjalin komunikasi dengan konsumen untuk

memberikan informasi – informasi mengenai proposisi nilai perusahaan sehingga pelanggan memiliki ketertarikan untuk memakai produk atau jasa yang ditawarkan. *Channels* atau saluran termasuk bagian penting karena menjadi titik sentuh yang akan memberikan pengalaman dalam memberikan informasi proposisi nilai perusahaan kepada konsumen. Ada lima fungsi dari bagian tersebut adalah :

1. Meningkatkan kesadaran pelanggan tentang nilai dari produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
2. Membantu pelanggan dalam mengevaluasi proposisi nilai perusahaan.
3. Memungkinkan pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.
4. Menyampaikan proposisi nilai perusahaan ke pelanggan.
5. Memberikan dukungan kepada pelanggan paska pembelian produk atau jasa perusahaan.

(Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, 2010) menyatakan *channel* atau saluran memiliki dua tipe yaitu *own type* sifatnya langsung terdiri dari *sales force* dan *web sales*. Tipe kedua yaitu *partner type* yang sifatnya tidak langsung terdiri dari *own stores*, *partner stores*, dan *wholesaler*. Masing – masing tipe tersebut memiliki lima buah fase, yaitu :

1. *Awareness*. Bagaimana meningkatkan kesadaran pelanggan.
2. *Evaluation*. Bagaimana membantu konsumen untuk mengevaluasi proposisi nilai dari perusahaan.
3. *Purchase*. Bagaimana membuat pelanggan membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
4. *Delivery*. Bagaimana menyampaikan proposisi nilai yang dimiliki oleh perusahaan.
5. *After sales*. Bagaimana memberikan dukungan paska pembelian dari produk atau jasa perusahaan.

Setiap tipe saluran dapat mencakup dari beberapa fase atau semua fase. Setiap perusahaan dapat memilih cara untuk menjangkau pelanggannya dengan menggunakan *own type* atau *partner type* bahkan menggabungkan kedua tipe tersebut. Saluran mitra akan memberikan margin yang lebih rendah tetapi

memungkin perusahaan untuk memiliki jangkauan yang lebih luas dalam menjangkau konsumen dan mendapatkan manfaat dari pengaruh atau kekuatan mitra ke konsumen. Saluran sendiri akan memberikan margin lebih tinggi tetapi mahal dalam operasional dan pemasangannya. Kuncinya adalah menemukan keseimbangan yang tepat dalam menggunakan berbagai saluran komunikasi ke pelanggan agar menciptakan pengalaman yang menarik buat pelanggan dan untuk memaksimalkan pendapatan.

d. *Customer Relationships*

Bagian ini menjelaskan jenis hubungan yang dibangun dengan konsumen terutama yang menjadi prioritas utama. (Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, 2010) membedakan beberapa kategori *customer relationship* menjadi lima jenis, yaitu :

1. *Personal Assistance*

Merupakan relasi antar manusia, dimana konsumen dapat berkomunikasi dengan representatis atau wakil perusahaan selama proses penjualan atau setelah penjualan terjadi. Komunikasi ini dapat terjadi di titik penjualan, melalui media elektronik, atau melalui cara yang lain.

2. *Dedicated Personal Assistance*

Hubungan yang melibatkan representatif perusahaan dengan pelanggan yang lebih spesifik untuk membangun relasi yang lebih dalam dan untuk jangka waktu yang lebih lama. Contoh perusahaan yang bergerak dibidang pembiayaan dan asuransi.

3. *Self – Service*

Jenis hubungan ini menjelaskan jika perusahaan tidak memiliki hubungan secara langsung dengan konsumen. Perusahaan menyediakan sarana yang diperlukan untuk melayani diri sendiri. Misalnya bank yang menyediakan mesin ATM untuk digunakan oleh konsumen.

4. *Automated Service*

Merupakan hubungan yang lebih canggih dan bersifat otomatis serta merupakan pengembangan dari jenis *self – service*. Misalnya pelayanan melalui website yang sifatnya *customized*, dimana pelanggan bisa diarahkan ke kolom – kolom yang diinginkan.

#### 5. *Communities*

Dengan adanya komunitas pelanggan memungkinkan terjadinya interaksi yang saling bertukar pikiran untuk menyelesaikan masalah yang terjadi pada pelanggan yang akhirnya membantu perusahaan untuk menemukan dan mempetakan apa yang menjadi kebutuhan pelanggan dengan kata lain komunitas membantu perusahaan untuk memahami kebutuhan atau masalah yang terjadi pada pelanggan atau konsumen. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya membentuk komunitas pelanggan.

#### 6. *Co – Creation*

Merupakan hubungan relasi antara pelanggan dan vendor yang dibangun oleh perusahaan untuk menciptakan nilai tambah perusahaan untuk pelanggan. Beberapa perusahaan melibatkan pelanggan untuk membantu dalam merancang produk baru dan inovatif. Misalnya *Youtube.com* yang mendapat konten – konten video dari pelanggan untuk konsumsi publik.

#### e. *Revenue Streams*

Pada bagian *revenue streams* atau aliran pendapatan menjelaskan mengenai pendapatan yang dihasilkan perusahaan dari setiap segmen pelanggan dimana pendapatan tersebut telah dikurangkan dengan biaya yang dikeluarkan. Jika segmen pelanggan (*customer segments*) merupakan jantung dari model bisnis, maka pendapatan (*revenue streams*) merupakan arterinya. Setiap pendapatan dapat mempunyai mekanisme penetapan harga yang berbeda, seperti harga tetap, tawar – menawar, pelelangan, ketergantungan pasar, ketergantungan volume, dan manajemen hasil. Model bisnis dapat memakai dua tipe model pendapatan yang berbeda, yaitu :

1. Pendapatan dari pelanggan dengan transaksi satu pembayaran artinya pendapatan yang tidak berulang.
  2. Pendapatan berulang dari pelanggan melalui pembayaran yang berulang
- Dalam bukunya (Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, 2010) menjelaskan beberapa cara untuk menghasilkan pendapatan, yaitu :

1. *Asset Sale*

Pendapatan dapat diperoleh melalui penjualan aset yang berupa hak kepemilikan sampai berupa produk akhir dalam bentuk fisik. Misalnya, Honda yang menjual mobil dan motor

2. *Usage Fee*

Biaya pemakaian diperoleh dari penggunaan layanan tertentu. Semakin banyak layanan yang digunakan, maka semakin banyak yang dibayarkan oleh pelanggan. Misalnya, perusahaan telekomunikasi menyediakan telepon dalam hitungan waktu, semakin banyak waktu yang digunakan pelanggan dalam menelpon maka semakin besar jumlah yang harus dibayarkan.

3. *Subscription Fees*

Pendapatan ini berasal dari penjualan akses yang sifatnya berkelanjutan atau berlangganan ke suatu layanan yang disediakan oleh perusahaan. Misalnya, perusahaan penyedia ruangan untuk berolah raga seperti *gym* yang memberikan akses ke konsumen untuk masuk dengan menjadi member atau berlangganan dalam beberapa bulan atau dalam tahunan.

4. *Lending / Renting / Leasing*

Sumber pendapatan ini dilakukan dengan memberikan izin kepada pelanggan dalam waktu tertentu untuk memakai atau menggunakan aset perusahaan dengan imbalan biaya, dengan demikian akan memberikan pendapatan berulang ke perusahaan dan bagi konsumen akan memberikan manfaat dari memakai aset tersebut dengan biaya yang murah dari pada membayar biaya penuh kepemilikan. Misalnya perusahaan yang bergerak dibidang rental mobil.

5. *Licensing*

Pendapatan yang diperoleh dengan memberikan pelanggan izin untuk menggunakan kekayaan intelektual yang dilindungi oleh undang – undang dengan imbalan biaya lisensi. Lisensi memungkinkan pemegang hak untuk menghasilkan pendapatan dari properti mereka tanpa harus membuat

produk atau mengkomersilkan layanan. Di bidang teknologi, pemegang hak paten member perusahaan lain untuk menggunakan teknologi yang dipatenkan dengan imbalan biaya lisensi.

6. *Brokarage Fees*

Pendapatan broker berasal dari layanan perantara yang dilakukan atas nama dua pihak atau lebih. Misalnya agen real estate memperoleh komisi dari kesepakatan jual beli antara developer dan konsumen.

7. *Advertising*

Perusahaan memperoleh pendapatan dari biaya untuk mengiklankan produk, layanan, atau merek tertentu. Secara tradisional industri media sangat bergantung pada pendapatan iklan. Dalam beberapa tahun terakhir sektor perangkat lunak dan layanan mulai mengandalkan pendapatan dari iklan.

Tabel 2.2 Mekanisme penetapan harga

<b><u>HARGA TETAP</u></b>	
Harga yang ditentukan sebelumnya dengan didasarkan pada variabel statis	
Daftar harga	Harga tetap untuk setiap produk, layanan, atau proposisi nilai lainnya.
Fitur produk	Harga tergantung pada jumlah atau fitur dari proposisi nilai
Segmen pelanggan	Harga tergantung pada jenis karakteristik pelanggan
Volume	Harga sebagai fungsi dari kuantitas yang dibeli
<b><u>HARGA DINAMIS</u></b>	
Perubahan harga berdasarkan kondisi pasar	
Negosiasi (tawar menawar)	Harga dinegosiasikan antara dua atau lebih mitra tergantung pada kekuatan dan atau keterampilan negosiasi.
Pengelolaan hasil	Harga tergantung pada inventaris dan waktu pembelian (biasanya digunakan untuk sumber daya yang mudah rusak seperti kamar hotel atau kursi pesawat terbang).
Pasar real-time	Harga ditetapkan secara dinamis berdasarkan penawaran dan permintaan.
Pelelangan	Harga ditetapkan berdasarkan hasil penawaran kompetitif

Sumber : Business Model Generation, 2010

Setiap sumber pendapatan mungkin memiliki mekanisme penetapan harga yang berbeda. Jenis mekanisme penetapan harga yang dipilih dapat membuat perbedaan yang besar dalam hal pendapatan yang dihasilkan. Ada dua jenis utama dari mekanisme penetapan harga yaitu penetapan harga tetap dan penetapan harga dinamis. Tabel 2.2 Mekanisme penetapan harga

*f. Key Recources*

Bagian atau elemen sumber daya utama merupakan aset terpenting yang dimiliki agar model bisnis dapat berjalan dengan baik. Sumber daya ini memungkinkan perusahaan untuk membuat dan menawarkan proposisi nilai, menjangkau pasar, mempertahankan hubungan dengan pelanggan, dan mendapatkan pendapatan. Sumber daya utama yang berbeda diperlukan tergantung dari model bisnis yang dijalankan. Sumber daya utama dapat berupa fisik, keuangan, intelektual, atau manusia. Sumber daya dapat dimiliki atau disewa oleh perusahaan atau diperoleh dari mitra utama. Dalam bukunya (Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, 2010) menjelaskan Sumber daya utama dikategorikan atas empat kategori, yaitu :

1. *Physical*

Kategori ini mencakup aset fisik seperti fasilitas manufaktur, bangunan, kendaraan, mesin, sistem, sistem kasir, dan jaringan distribusi. Retail seperti Wal-Mart dan Amazon.com sangat bergantung pada sumber daya fisik, yang sering kali padat modal. Pertama memiliki jaringan toko global yang sangat besar dan infrastruktur logistik yang terkait. Kedua memiliki infrastruktur TI, gudang, dan logistik yang luas.

2. *Intellectual*

Sumber daya intelektual dapat berupa merek, pengetahuan, paten dan hak cipta, kemitraan dan basis data pelanggan merupakan komponen yang semakin penting dari model bisnis. Sumber daya intelektual sulit dikembangkan, tetapi ketika sudah berhasil dibuat dapat memberikan nilai substansial. Perusahaan barang konsumen seperti Nike dan Sony sangat bergantung pada merek sebagai sumber daya utama mereka. Microsoft dan

SAP sangat tergantung pada perangkat lunak dan kekayaan intelektual yang dikembangkan selama bertahun – tahun. Qualcomm sebagai seorang desainer dan pemasok *chipset* untuk perangkat *mobile boarbrand* yang dipatenkan dan menghasilkan biaya lisensi substansial bagi perusahaan.

3. *Human*

Setiap perusahaan memerlukan sumber daya manusia, tetapi orang – orang yang sangat menonjol pada model bisnis tertentu. Sebagai contoh, sumber daya yang sangat penting dalam industri kreatif subsektor arsitektur membutuhkan professional arsitek. Model bisnis yang didasarkan pada profesional – profesional yang berpengalaman, dan tenaga penjual yang besar dan terampil.

4. *Financial*

Beberapa model bisnis memerlukan sumber daya finansial dan atau jaminan finansial seperti uang tunai, kredit, atau opsi saham untuk mempekerjakan karyawan kunci. Ericsson, produsen telekomunikasi memberikan contoh sumber daya keuangan dalam model bisnis. Ericsson dapat memilih untuk meminjam dana dari bank dan pasar modal, kemudian menggunakan sebagian dari hasilnya untuk menyediakan pembiayaan dari vendor kepada pelanggan peralatan, sehingga memastikan pesanan diberikan kepada Ericsson dari pada ke pesaing.

g. *Key Activities*

Pada elemen aktivitas utama atau aktifitas kunci menjelaskan hal – hal terpenting yang harus dilakukan oleh perusahaan agar model bisnis bisa berjalan dengan baik. Setiap model bisnis membutuhkan aktifitas kunci. Ini adalah tindakan paling penting yang harus dilakukan oleh perusahaan agar dapat beroperasi dengan baik. Seperti halnya sumber daya kunci, aktifitas kunci harus diharuskan membuat dan menawarkan proposisi nilai, menjangkau pasar, mempertahankan hubungan dengan pelanggan, dan mendapatkan pendapatan. Aktivitas kunci dapat berbeda dari tiap model bisnis. Misalnya Gojek atau Gocar, aktivitas utamanya yaitu menjemput dan mengantarkan penumpang ke tempat tujuan yang telah dipesan. Gofix, aktivitas utamanya memperbaiki atau membersihkan peralatan yang dimiliki

oleh konsumen sesuai dengan pesanan awal yang dimintanya. Begitupun dengan Gosend yang memiliki aktivitas kunci untuk mengantarkan barang. Kegiatan – kegiatan kunci dapat dikategorikan sebagai berikut :

1. *Production*

Kegiatan kunci yang berkaitan dengan produksi seperti perancangan, pembuatan, dan pengiriman produk dalam jumlah besar dan atau berkualitas tinggi. Aktivitas produksi mendominasi model bisnis perusahaan manufaktur.

2. *Problem solving*

Aktivitas kunci dari *problem solving* yaitu memberikan solusi baru dari setiap masalah yang dihadapi pelanggan. Pelanggan biasanya membutuhkan konsultasi untuk menyampaikan masalah – masalah yang dihadapi sehingga model bisnis yang dibutuhkan bisa memberikan tambahan pengetahuan atau pelatihan yang berkelanjutan.

3. *Platform/network*

Model bisnis yang dirancang dengan *platform* sebagai sumber daya utama didominasi oleh kegiatan yang berkaitan dengan jaringan. Model bisnis seperti ini misalnya *e-sport* yang banyak berkembang disaat sekarang. Ada banyak game atau permainan online yang terus bertumbuh dan berkembang. Kegiatan utama dalam kategori ini berkaitan dengan manajemen *platform*, penyediaan layanan, dan promosi platform.

h. *Key Partnerships*

Bagian dari mitra kunci menggambarkan jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis berjalan atau berfungsi. Perusahaan menjalin kemitraan karena berbagai alasan, dan kemitraan menjadi landasan banyak model bisnis. Perusahaan membentuk aliansi untuk untuk memaksimalkan model bisnis, mengurangi resiko, atau memperoleh sumber daya. Jenis kemitraan dapat dibedakan atas empat kategori, yaitu :

1. Aliansi strategis antar non – pesaing,
2. Kemitraan strategis antar pesaing,
3. Usaha patungan untuk mengembangkan bisnis baru,

4. Hubungan pembeli – pemasok untuk memastikan pasokan yang dapat diandalkan.

Ada tiga motivasi yang bisa menciptakan kemitraan, yaitu :

1. Optimalisasi dan skala ekonomi

Motivasi ini merupakan bentuk paling dasar dalam kemitraan atau hubungan pembeli – pemasok yang dirancang untuk mengoptimalkan alokasi sumber daya dan aktivitas. Tidak logis bagi perusahaan untuk memiliki semua sumber daya atau melakukan setiap kegiatan dengan sendirinya. Kemitraan dalam optimalisasi dan ekonomi skala biasanya dibentuk untuk mengurangi biaya, dan sering melibatkan *outsourcing* atau berbagi infrastruktur.

2. Pengurangan resiko dan ketidakpastian

Kemitraan dapat mengurangi resiko dalam lingkungan yang kompetitif yang ditandai oleh ketidakpastian. Sudah biasa bagi pesaing untuk membentuk aliansi strategis di satu bidang sambil bersaing di bidang lainnya. Misalnya Blue Bird yang gabung satu platform dengan Gocar dalam sistem *online* untuk menarik pelanggan dan Blue bird juga menerapkan sistem *offline* untuk mendapatkan konsumen.

3. Akuisisi sumber daya dan aktivitas tertentu

Beberapa perusahaan memiliki semua sumber daya atau melakukan semua kegiatan yang menjelaskan model bisnis perusahaan. Sebaliknya, perusahaan memperluas kemampuan mereka sendiri dengan mengandalkan perusahaan lain untuk memberikan sumber daya tertentu atau melakukan kegiatan tertentu. Misalnya, perusahaan asuransi dapat memilih untuk mengandalkan tenaga broker independen untuk menjual polisnya daripada mengembangkan tenaga penjualnya sendiri.

- i. *Cost Structure*

Pada bagian struktur biaya menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis. Bagian ini akan membantu dalam memperjelas biaya yang paling penting dikeluarkan saat beroperasi dibawah model bisnis tertentu. Menciptakan dan member nilai, mempertahankan hubungan pelanggan, dan menghasilkan pendapatan merupakan hal yang membutuhkan biaya. Biaya tersebut dapat dihitung dengan relatif mudah

setelah mendefinisikan sumber daya utama, kegiatan utama, dan mitra utama. Merupakan hal yang wajar jika perusahaan berusaha meminimalkan biaya dalam model bisnis. Ada perusahaan yang membuat struktur biaya berdasarkan biaya minimal dan ada juga yang didasarkan untuk memberikan nilai lebih dalam model bisnis. Oleh karena itu penyusunan model bisnis pada struktur biaya didorong atas dasar dua hal besar yaitu :

1. *Cost – driven*

Model bisnis yang didorong atas biaya berfokus untuk sedapat mungkin meminimalkan biaya yang dikeluarkan. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan dan mempertahankan struktur biaya seminimal mungkin, menggunakan proposisi nilai harga rendah, otomatisasi maksimum, dan *outsourcing* yang luas.

2. *Value – driven*

Beberapa perusahaan kurang peduli dari implikasi biaya dari desain model bisnis tertentu, dan sebaliknya fokus pada penciptaan nilai lebih. Proposisi nilai yang premium dan pelayanan personalisasi tingkat tinggi biasanya menjadi ciri model bisnis yang didorong oleh nilai. Hotel mewah dengan fasilitas mewah dan layanan eksklusif menjadi hal yang penting pada kategori ini.

Struktur biaya memiliki tiga karakteristik sebagai berikut :

1. *Fixed costs*

Biaya tetap yang dikeluarkan oleh perusahaan meskipun volume barang atau jasa yang dihasilkan. Contohnya gaji, sewa, dan fasilitas fisik lainnya.

2. *Variable costs*

Biaya yang bervariasi secara proposional dengan volume barang atau jasa yang dihasilkan. Beberapa bisnis seperti festival music dicirikan oleh proporsi yang tinggi dari biaya variabel.

3. *Economies of scale*

Keuntungan biaya yang diperoleh perusahaan saat output produksinya diperluas. Misalnya produksi pabrik dengan volume yang besar. Ini merupakan salah satu faktor yang menyebabkan biaya rata – rata turun saat output produksi meningkat.

#### 4. *Economies of scope*

Keuntungan biaya yang diperoleh perusahaan saat ruang lingkup operasi yang lebih besar. Diperusahaan besar misalnya, kegiatan pemasaran atau jaringan distribusi yang sama dapat mendukung banyak produk.

Bisnis model kanvas merupakan alat yang menyerupai kanvas pelukis yang telah diformat sebelumnya dalam sembilan blok atau bagian yang memungkinkan untuk melukis gambar model bisnis baru atau yang sudah ada. Bisnis model kanvas akan berfungsi dengan baik ketika dicetak pada permukaan besar sehingga sekelompok orang dapat bersama – sama mulai membuat sketsa dan mendiskusikan elemen – elemen model bisnis. Ini adalah alat langsung yang menumbuhkan pemahaman, diskusi, kreativitas, dan analisis.

Menurut Arry Rahmawan yang merupakan seorang praktisi dan dosen kewirausahaan dan manajemen teknologi di Universitas Indonesia, menyatakan manfaat dan kelebihan bisnis model kanvas (Arry rahmawan, 2014) :

a. Fokus.

Memampukan untuk fokus pada apa yang dihadapi dan membuat kejelasan mengenai model bisnis yang diajukan.

b. Fleksibel

BMC mudah dimodifikasi dengan tetap memberi pandangan secara menyeluruh terhadap model bisnis.

c. Transparansi

Lebih mudah dimengerti dan memberikan kejelasan dalam menyampaikan visi dan model bisnis yang dibuat dalam organisasi.

Selain menjelaskan mengenai manfaat dan kelebihan bisnis model kanvas, Arry Rahmawan juga menjelaskan mengenai 10 langkah penerapan bisnis model kanvas, yaitu :

a. Langkah pertama (*Customer Segments*)

Segmen konsumen merupakan hal yang pertama dan utama dalam bisnis karena permasalahan konsumen merupakan hal yang menjadi dasar kehadiran

bisnis yang dibuat. Untuk dapat mengisi segmen konsumen, ada tiga hal yang perlu diperhatikan, yaitu :

1. Dimensi segmen konsumen,
2. Karakteristik konsumen
3. Masalah atau kebutuhan konsumen

Hasil dari langkah pertama, yaitu daftar target konsumen berdasarkan segmen yang berbeda – beda dan karakteristik masing – masing konsumen serta susunan prioritas dari segmen konsumen.

b. Langkah kedua (*Value Proposition*)

Pada langkah kedua memberikan solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh konsumen, dimana solusi tersebut memiliki keunikan atau keunggulan. Setelah membuat proposisi nilai, pastikan untuk menghubungkan koneksi antara proposisi nilai tersebut dengan segmen konsumen yang telah dipetakan. Hasil yang diharapkan pada langkah tersebut yaitu daftar solusi yang lebih baik atau kompetitif dari yang sudah ada berdasarkan masalah atau kebutuhan konsumen.

c. Langkah ketiga (*Channels*)

*Channels* dalam BMC adalah antitas yang digunakan oleh organisasi bisnis untuk membuat proposisi nilai yang sudah dibuat sampai ke konsumen. Misalnya, apa yang bisa dilakukan untuk menarik perhatian konsumen terhadap proposisi nilai yang dibuat? Beberapa pilihan *channel* yang dapat dilakukan yaitu membuat iklan, memasang FB Ads atau Google Adwords. Hasil dari tahap tersebut, yaitu daftar *channel* yang penting untuk mendistribusikan informasi dan *value* kepada konsumen.

d. Langkah keempat (*Customer Relationship*)

Bagian ini mengenai bagaimana perusahaan berinteraksi dengan konsumen setelah terjadi transaksi, untuk memastikan konsumen puas terhadap *value* yang ditawarkan sepanjang hingga akhir dari siklusnya. Misalnya Traveloka yang memberikan poin bagi konsumen yang telah membeli tiket melalui Traveloka, dimana poin yang dikumpulkan pada nilai tertentu dapat dituakan untuk mendapatkan potongan harga pada transaksi berikutnya. Hasil yang

diharapkan pada langkah keempat, yaitu penjelasan bagaimana cara organisasi menjalin hubungan dengan konsumen yang sudah membeli *value* yang ditawarkan agar tercipta loyalitas atau transaksi kembali.

e. Langkah kelima (*Revenue Streams*)

Hal yang paling penting adalah harus ada koneksi yang jelas antara pendapatan yang dihasilkan dari proposisi nilai dan segmen konsumen mana yang membayar untuk hal tersebut. Hasil yang diharapkan yaitu daftar pendapatan yang diperoleh yang berasal dari proposisi nilai yang ditawarkan dengan segmen konsumen yang bersedia membayar.

f. Langkah keenam (*Key activities*)

Untuk menghasilkan proposisi nilai yang lebih baik dan kompetitif, maka perlu dilakukan aktivitas. Aktivitas ini merupakan aktivitas kunci yang apabila hilang atau tidak ada, maka proposisi nilai yang diharapkan tidak bisa direalisasikan. Hasil yang diharapkan dari langkah ini, yaitu daftar aktivitas utama untuk menghasilkan proposisi nilai yang diharapkan.

g. Langkah ketujuh (*Key Resources*)

Sumber daya utama merupakan sumber daya strategis yang dibutuhkan untuk menunjang kegiatan kunci agar bisa berjalan lancar untuk menghasilkan proposisi nilai sesuai dengan yang diharapkan. Misalnya proposisi nilai yang ditawarkan yaitu desain rumah yang minimalis dan murah, maka yang sumber daya yang dibutuhkan adalah profesi arsitek untuk membuat desain rumah minimalis dengan harga yang murah. Hasil yang diharapkan dari bagian tersebut yaitu daftar sumber daya utama yang diperlukan.

h. Langkah kedelapan (*Key Partnerships*)

Sebuah organisasi bisnis tentunya tidak bisa berjalan hanya dengan mengandalkan dirinya sendiri. Ada baiknya untuk bekerja sama dengan yang lebih ahli atau lebih berpengalaman. Misalnya, sebuah pabrik makanan ringan tidak membuat sendiri kemasan dari makan tersebut tetapi bekerja sama dengan pabrik pembuat kemasan. Hasil yang diharapkan dari langkah tersebut, yaitu daftar mitra kunci diluar organisasi perusahaan yang dapat mendukung

dalam pelaksanaan aktivitas kunci untuk menghasilkan proposisi nilai yang lebih baik dan lebih unggul.

i. Langkah kesembilan (*Cost Structure*)

Merupakan daftar biaya yang dikeluarkan oleh organisasi perusahaan untuk menghasilkan proposisi nilai yang dibutuhkan oleh konsumen. Hasil yang diharapkan dari langkah kesembilan yaitu daftar struktur biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan proposisi nilai.

j. Langkah kesepuluh (*Analysis and Validation*)

Melakukan analisis dan validasi untuk memastikan model bisnis tersebut sudah layak atau tidak dengan cara memastikan pendapatan lebih besar dari biaya yang dikeluarkan dalam waktu tertentu.

### **2.2.3 Studi Kelayakan Bisnis**

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam yang artinya meneliti secara sungguh – sungguh data dan informasi yang ada, kemudian diukur, dihitung, dan melakukan analisis terhadap usaha yang akan dijalankan dengan ukuran tertentu, sehingga diperoleh hasil maksimal dari penelitian tersebut (Jumingan, 2009). Kelayakan artinya penelitian yang dilakukan secara mendalam untuk menentukan apakah usaha yang akan dijalankan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Dengan kata lain, kelayakan merupakan usaha yang dijalankan akan memberikan keuntungan finansial dan non finansial sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Ukuran kelayakan masing – masing jenis usaha sangat berbeda, misalnya antara usaha jasa dan usaha non jasa. Akan tetapi, aspek – aspek yang digunakan untuk menyatakan layak atau tidaknya adalah sama sekalipun bidang usahanya berbeda. Penilaian masing – masing aspek nantinya harus dinilai secara keseluruhan dan bukan berdiri sendiri, sehingga memenuhi kriteria layak dan jika tidak memenuhi kriteria tersebut sebaiknya jangan dijalankan.

Sebuah usaha perlu dilakukan studi kelayakan sebelum dijalankan agar apabila usaha tersebut dijalankan tidak akan menggunakan biaya yang lebih besar, tenaga yang lebih banyak, dan waktu tidak terbuang secara percuma serta tidak

akan menimbulkan masalah yang tidak perlu dimasa yang akan datang. Ada lima tujuan dari studi kelayakan usaha, yaitu (Kasmir, 2010) :

- a. Menghindari resiko kerugian,
- b. Memudahkan perencanaan,
- c. Memudahkan pelaksanaan pekerja,
- d. Memudahkan pengawasan,
- e. Memudahkan pengendalian.

Menurut Sisanto (Siswanto, 2007) hasil studi kelayakan usaha pada prinsipnya dapat digunakan untuk :

- a. Merintis usaha baru, misalnya mendirikan usaha jasa, membuka toko, dan lain sebagainya.
- b. Mengembangkan usaha yang sudah ada. Misalnya untuk menambah kapasitas pabrik, memperluas skala usaha, menambah peralatan atau mesin, dan lain sebagainya.
- c. Memilih jenis usaha atau investasi yang menguntungkan. Misalnya pilih usaha perdagangan, penyediaan barang atau jasa, pabrikasi atau perakitan, dan lain sebagainya.

Agar tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai, maka sebelum suatu studi dijalankan perlu dilakukan beberapa persiapan. Kemudian hendaknya suatu studi dilakukan mengikuti prosedur yang berlaku, yaitu mulai dari tahap – tahap yang telah ditentukan. Tahap – tahap dalam studi ini dilakukan secara benar agar jangan sampai terjadi penyimpangan dan untuk kesempurnaan hasil studi itu sendiri. (Yacob Ibrahim, 2008) menjelaskan tahap – tahap dalam melakukan studi kelayakan yang umum dilakukan yaitu :

- a. Pengumpulan data dan informasi
- b. Melakukan pengolahan data
- c. Analisa data
- d. Mengambil keputusan
- e. Memberikan rekomendasi

Analisa kelayakan usaha terbagi atas dua aspek besar, yaitu aspek non finansial dan aspek finansial atau aspek keuangan. Dalam buku “Studi Kelayakan

Bisnis” (Sudaryono, 2015) menjelaskan aspek – aspek dalam analisis kelayakan usaha, yaitu :

a. Aspek pemasaran

Dalam menganalisa aspek pemasaran, terlebih dahulu harus melakukan penelitian pemasaran dengan menggunakan sistem informasi pemasaran yang memadai berdasarkan analisis dan prediksi apakah bisnis yang akan dirintis atau dikembangkan memiliki peluang pasar yang memadai atau tidak. Beberapa komponen dalam melakukan analisa pasar (Thamri A. dan Francis T., 2012), yaitu :

1. Kebutuhan dan keinginan konsumen
2. Segmentasi pasar
3. Target
4. Nilai tambah
5. Masa hidup produk
6. Struktur pasar
7. Persaingan dan strategi pesaing
8. Ukuran pasar
9. Pertumbuhan pasar
10. Laba kotor
11. Pangsa pasar

b. Aspek produksi atau operasi

Beberapa unsur dari aspek produksi atau operasi yang harus dianalisis (Jumingan, 2009) adalah :

1. Lokasi operasi
2. Volume operasi
3. Mesin dan peralatan
4. Bahan baku dan bahan penolong
5. Tenaga kerja

c. Aspek manajemen

Terdapat beberapa unsur dari aspek manajemen yang perlu dianalisis adalah (Kasmir, 2012) :

1. Kepemilikan

2. Organisasi
  3. Tim manajemen
  4. Karyawan
- d. Aspek keuangan

Dalam melakukan analisis aspek keuangan meliputi beberapa unsur sebagai berikut (Eddy Soeryanto Soegoto, 2010) :

1. Kebutuhan dana
2. Sumber dana
3. Proyeksi arus kas
4. Proyeksi laba rugi

Selain kriteria di atas, ada beberapa metode untuk menilai perlu tidaknya suatu investasi. Metode atau kriteria yang biasa digunakan untuk menilai kelayakan investasi dari aspek finansial, yaitu :

a. *Payback Periode (PP)*

Salah satu metode yang pada umumnya digunakan untuk menentukan layak atau tidaknya suatu investasi adalah *payback periode* (PI). Metode ini sering pula disebut dengan istilah lain yaitu *pay-off method* dan *pay-out method*. Dalam *payback periode* (PI), faktor yang menentukan layak atau tidak layak suatu investasi adalah jangka waktu yang diperlukan untuk menutup kembali investasi. Oleh karena itu, dengan metode ini setiap usulan investasi dinilai berdasarkan apakah dalam jangka waktu tertentu yang diinginkan oleh investor, jumlah kas masuk bersih rata – rata per tahun yang diperoleh dari investasi dapat menutupi investasi yang direncanakan. Dengan kata lain analisis *payback periode* (PI) dilakukan untuk mengetahui berapa lama waktu yang diperlukan untuk pengembalian investasi. *Payback periode* menunjukkan perbandingan antara investasi awal dengan aliran kas tahunan atau pendapatan bersih setiap tahunnya.

Kelebihan metode ini yaitu :

1. Untuk investasi yang besar risikonya dan sulit untuk diperkirakan, maka dengan metode ini dapat mengetahui jangka waktu yang diperlukan untuk pengembalian investasi.

2. Metode ini dapat digunakan untuk menilai dua proyek investasi yang mempunyai *rate of return* dan resiko yang sama, sehingga dapat dipilih investasi yang jangka waktu pengembaliannya paling cepat.
3. Metode ini merupakan alat yang sederhana untuk memilih usulan – usulan investasi sebelum meningkat ke penilaian lebih lanjut dengan mempertimbangkan kemampuan investasi untuk menghasilkan laba.

Kekurangan dari metode ini, yaitu :

1. Metode ini tidak memeperlihatkan pendapatan selanjutnya setelah investasi pokok kembali.
2. Mengabaikan nilai waktu dari uang.

b. *Profitability Index (PI)*

*Profitability Index (PI)* atau *benefit/cost ratio* adalah perbandingan antara dari jumlah aliran kas masuk (*proceeds / benefit*) di masa akan datang dalam periode investasi dengan nilai sekarang investasi (*outlays / cost*). Metode ini akan memberikan hasil yang konsisten dengan metode *net present value* (NPV). Suatu investasi akan diterima apabila *benefit/cost ratio* yang terjadi lebih besar dari satu dan sebaliknya ditolak apabila *benefit/cost ratio* yang terjadi lebih kecil dari satu. Kelemahan dari metode ini ketika membandingkan dua proyek investasi, dimana investasi yang memiliki nilai *profitability index* (PI) lebih besar dari yang lain belum tentu memiliki *net present value* (NPV) lebih besar dari yang lain sehingga perlu dilakukan penilaian dari kriteria investasi yang lain seperti metode *net present value* (NPV).

c. *Net Present Value (NPV)*

Merupakan metode yang membandingkan nilai sekarang dari aliran kas bersih dengan nilai sekarang dari biaya investasi atau dengan kata lain untuk menilai arus kas yang terjadi sampai akhir periode investasi dengan nilai uang saat ini.

Kelebihan dari metode ini, yaitu :

1. Memperlihatkan nilai uang pada waktu sekarang dan yang akan datang sampai akhir periode investasi.

2. Tidak mengabaikan aliran kas sampai masa periode investasi

Kelebihan dari metode ini, yaitu :

1. Membutuhkan perhitungan yang cermat dalam menentukan tarif kembalian investasi.
2. Dalam membandingkan dua proyek investasi yang tidak sama jumlah investasi yang ditanamkan di dalamnya, nilai tunai arus kas bersih dalam rupiah tidak dapat dipakai sebagai pedoman.

d. *Internal Rate of Return (IRR)*

Metode ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar tingkat pengembalian modal dari investasi yang dilakukan. Dalam mencari nilai *Internal Rate of Return (IRR)* diperlukan dua tingkat suku bunga yang menghasilkan NPV positif dan NPV negatif. Akurasi nilai *Internal Rate of Return (IRR)* bila nilai NPV positif dan NPV negatif semakin mendekati nilai nol. Kelebihan dari metode ini yaitu memperhatikan aliran kas bersih selama periode investasi.

e. Analisis Sensitivitas

Untuk melengkapi kriteria – kriteria di atas dalam menganalisis investasi dari aspek finansial, maka perlu dilakukan analisis sensitivitas. Analisis sensitivitas diperlukan untuk mengetahui sejauh mana dampak dari parameter – parameter dalam analisis investasi yang telah ditetapkan sebelumnya jika terjadi perubahan – perubahan nilai dari yang telah direncanakan karena berbagai faktor yang terjadi selama periode investasi tersebut yang dapat memberikan pengaruh yang signifikan dalam pengambilan keputusan investasi. Parameter – parameter yang perlu diambil dalam analisis sensitivitas, yaitu :

1. Investasi
2. Pendapatan
3. Pengeluaran
4. Suku bunga

Sebuah rencana usaha sebelum dijalankan perlu dibuatkan terlebih dahulu persiapannya dan dievaluasi. Suatu rencana usaha yang baik biasanya berisi komponen – komponen sebagai berikut (Ignas G. Sidik, 2013) :

- a. Ringkasan pelaksanaan usaha, berisi pernyataan singkat tentang :
  1. Kegiatan pokok perusahaan dan sistem pengelolaan
  2. Ciri – ciri dari produk atau jasa dan pelayanan
  3. Ukuran pasar dan prospek atau potensi pasar
  4. Ringkasan proyeksi keuangan
  5. Jumlah dana yang diperlukan dan penggunaannya
- b. Deskripsi usaha, harus memuat tentang :
  1. Visi dan misi perusahaan
  2. Tujuan jangka pendek dan jangka panjang
  3. Struktur usaha
  4. Bentuk perusahaan
- c. Produk dan pelayanan – pelayanan yang akan disajikan, yaitu memuat tentang:
  1. Produk barang dan jasa yang disajikan
  2. Keunggulan dari barang dan jasa serta pelayanan yang ditawarkan
  3. Peluang pengembangan barang dan jasa
  4. Keunggulan dalam pengembangan barang dan jasa
- d. Analisis industri harus memuat :
  1. Kecenderungan industri yang disenangi
  2. Lingkungan industri yang berpengaruh
  3. Izin dan peraturan untuk membangun industri
  4. Ukuran industri yang akan didirikan
  5. Kunggulan dan kelemahan industri baru
- e. Analisis pasar memuat tentang :
  1. Target atau sasaran pasar
  2. Kebutuhan pelanggan
  3. Potensi atau prospek dan perkiraan penjualan untuk setiap target penjualan
  4. Perkiraan perolehan pangsa pasar dari suatu usaha yang akan dicapai
- f. Strategi pasar memuat tentang :
  1. Lokasi pemasaran

2. Saluran distribusi dan jaringan usaha yang dipilih
  3. Personal yang akan melakukan penjualan
  4. Kebijakan harga yang sesuai
  5. Tujuan dan sasaran promosi serta rancangan untuk mencapai tujuan tersebut
- g. Pengelolaan memuat tentang :
1. Penentuan tugas dan tanggung jawab masing – masing
  2. Keahlian khusus masing – masing yang diperlukan
  3. Bentuk dan struktur organisasi pengelolaan
  4. Pimpinan atau direktur pengelola
- h. Operasi usaha memuat tentang :
1. Pemasuk utama
  2. Kebutuhan – kebutuhan karyawan
  3. Sistem dan prosedur operasi
  4. Data ruang dan denah rencana
  5. Keperluan peralatan dan biaya
  6. Peralatan tetap dan perabot kantor
  7. Keperluan persediaan bahan baku
  8. Semua biaya operasi yang diperlukan
- i. Proyeksi keuangan memuat tentang :
1. Jumlah ekuitas (modal milik sendiri) yang dimiliki
  2. Jumlah dan jenis serta sumber keuangan
  3. Rencana penggunaan dana
  4. Proyeksi arus kas atau pendapatan
- Ada tiga proyeksi keuangan yang harus disiapkan yaitu proyeksi uang kas, proyeksi pendapatan, dan proyeksi saldo.

### **2.3 Posisi Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang sudah pernah dilakukan mengenai analisa kelayakan investasi dan bisnis model canvas dengan menggunakan beberapa metode dan teori – teori manajemen bisnis dan kelayakan investai, maka penelitian kali ini mengenai industri kreatif subsektor arsitektur yang berbeda dari

sebelumnya dengan menggunakan metode – metode yang sudah pernah dilakukan pada penelitian sebelumnya. Penelitian kali ini mengenai analisa kelayakan pendirian usaha jasa Arsitektur di Jawa Timur dengan menggunakan metode BMC, FGD, aspek non finansial, dan aspek finansial.

Tabel 2.3 Penelitian saat ini

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Metode
1.	Insan Marthian	Analisis Kelayakan Investasi Pendirian Usaha Jasa Teknik Arsitektur Sebagai Ekonomi Kreatif Berbasis Bussines Model Canvas	2019	BMC, Aspek Non Finansial, Aspek Finansial

Tabel 2.4 Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Metode
1.	Gordon Dalton, Tamás Bardócz, Mike Blanch, David Campbell	Feasibility of investment in Blue Growth multiple-use of space and multi-use platform projects; results of a novel assessment approach and case studies	2019	BMC, Risk Assesment, NPV, IRR, and WACC
2.	M. Amin Amirullah, Lukman M. Baga, dan Netti Tinaprilla	Strategi Perencanaan Model Bisnis Perusahaan Jasa Konsultan Arsitektur dan Jasa Kontraktor PT Architectaria Media Cipta	2018	SWOT, Blue Ocean Strategi, BMC
3.	Gideon Rizal Hartono	Analisis dan Evaluasi Model Bisnis Pada UD. Surya Agung Dengan Pendekatan Bisnis Model Canvas	2018	BMC, SWOT

4.	I Gede Made Rama Arsharindra, Endang Chumaidiyah, dan Budi Praptono	Analisis Kelayakan Pembukaan Bisnis <i>Marketplace</i> Jasa Arsitektur Hom-E di Wilayah Provinsi Jawa Barat	2017	Aspek Non Finansial (Aspek Pasar dan Aspek Teknis) dan Aspek FInansial
----	---	---	------	--

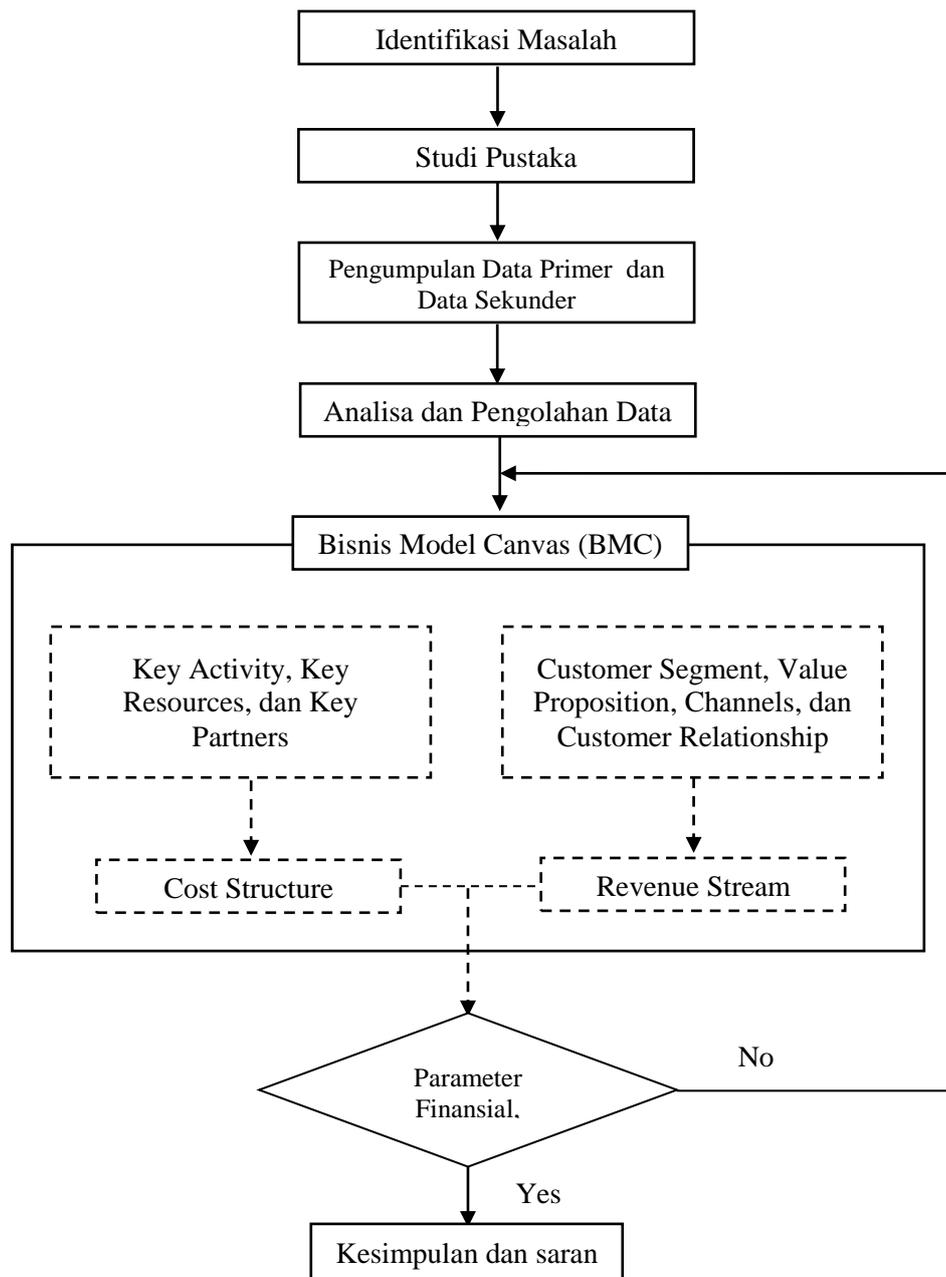


**BAB III**  
**METODOLOGI**  
**PENELITIAN**

# BAB III METODOLOGI PENELITIAN

## 3.1 Tahapan Penelitian

Penelitian dilakukan dalam beberapa tahap seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.1 *Flowchart* penelitian



Gambar 3.1 Flowchart penelitian

### **3.2 Identifikasi Masalah**

Tahap identifikasi masalah merupakan awal pembuatan penelitian, dimana dalam tahap ini dilakukan perumusan masalah, pembuatan tujuan dan manfaat penelitian, dan batasan – batasan dalam penelitian, serta asumsi – asumsi yang digunakan dalam penelitian. Tahap ini memberikan gambaran mengenai apa yang akan diteliti.

### **3.3 Studi Pustaka**

Studi pustaka merupakan tahap yang bertujuan untuk mencari referensi dan teori – teori atau metode yang mendukung dalam pembuatan solusi dari masalah yang akan diteliti. Referensi yang digunakan dapat bersumber dari buku, jurnal, penelitian lain, makalah, dan lain sebagainya.

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa teori dan metode dalam menyelesaikan masalah yang diteliti, dimana teori dan metode tersebut adalah teori manajemen bisnis terutama untuk BMC (*Business Model Canvas*) dan analisa pendirian usaha serta kelayakan investasi dari aspek finansial dan aspek non financial.

### **3.4 Pengumpulan Data**

Tahap pengumpulan data dilakukan untuk mengumpulkan data – data yang diperlukan baik itu berupa data primer maupun data sekunder. Data – data tersebut diperoleh dengan melakukan wawancara, melakukan diskusi, dan melakukan pengamatan langsung.

Diskusi yang dilakukan dalam bentuk FGD (*Focus Group Discusse*) dengan peserta yang beragam, artinya ada dari dari pihak developer, kontraktor, dan konsultan atau penyedia jasa yang telah berpengalaman cukup lama dalam industri penyedia jasa arsitektur.

### **3.5 Metode Analisis**

Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif dilakukan untuk mendapatkan gambaran tentang kriteria kelayakan pendirian usaha jasa desain arsitektur yang meliputi enam

kriteria non finansial yang terdapat pada BMC seperti *Customer Segmen*, *Customer Relationship*, *Channel*, *Value Proposition*, *Key Activity*, *Key Resource*, dan *Key Partnert*, sedangkan data kuantitatif diperoleh dengan cara diolah menggunakan aplikasi *microsoft excel* yang kemudian ditampilkan dalam bentuk tabulasi untuk memudahkan dalam pembacaan dan interpretasi secara deskriptif. Analisis kuantitatif meliputi analisis kriteria finansial. Kriterianya yaitu *Cost Structure* dan *Revenue Stream* seperti pada Tabel 3.1 Kriteria Analisa Data BMC

Tabel 3.1 Kriteria Analisa Data BMC

NO	KRITERIA	INDIKATOR	PENGUMPULAN DATA		
			DATA	METODE	SUMBER
1.	<i>Customer Segment</i>	Daftar prioritas konsumen	Primer	FGD	Arsitek, developer, kontraktor
2.	<i>Customer Relationship</i>	Daftar program relationship	Primer	FGD	Arsitek, developer, kontraktor
3.	<i>Channel</i>	Daftar jaringan	Primer	FGD	Arsitek, developer, kontraktor
4.	<i>Value Proposition</i>	Ada proposisi nilai	Primer	Wawancara	Arsitek
5.	<i>Key Activity</i>	Daftar aktifitas utama	Primer	Wawancara	Arsitek
6.	<i>Key Resources</i>	Daftar sumber daya utama	Primer	Wawancara	Arsitek
7.	<i>Key Partnert</i>	Daftar mitra utama	Primer	Wawancara	Arsitek
8.	<i>Cost Structure</i>	Daftar struktur biaya	Sekunder	Olah data	Literatur,
9.	<i>Revenue Stream</i>	Pendapatan lebih besar dari biaya	Sekunder	Olah data	Literatur

Selain analisis aspek finansial yang terdapat pada kriteria BMC, maka perlu juga analisis investasi dari aspek finansial mengenai perhitungan kriteria – kriteria pengukuran kelayakan finansial seperti *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate Return (IRR)*, *Profitability Index*, dan *Payback Periode* serta analisis sensitivitas. Rumus – rumus yang digunakan dalam perhitungan pengukuran kelayakan finansial sebagai berikut :

1. *Payback Periode*

Ada dua macam perhitungan dalam menghitung masa pengembalian investasi, yaitu :

1. Jika kas bersih setiap tahunnya sama

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas bersih / tahun}} \times 1 \text{ tahun}$$

2. Jika kas bersih setiap tahunnya berbeda

$$PP = \frac{\text{Sisa Investasi}}{\text{Kas bersih selanjutnya}} \times 1 \text{ tahun}$$

Penilaian kelayakan finansial dari analisis PP adalah :

1.  $PP >$  umur ekonomis, maka investasi tidak layak
2.  $PP <$  umur ekonomis, maka investasi layak

2. *Profitability Index*

Rumus yang digunakan dalam menghitung *PI* atau *b/c ratio* adalah

$$PI = \frac{\text{Benefit}}{\text{Cost}}$$

Penilaian kelayakan finansial dari analisis PI adalah :

1.  $PI > 1$ , maka investasi layak
2.  $PI < 1$ , maka investasi tidak layak

### 3. NPV

Rumus yang digunakan dalam menghitung NPV adalah (Umar, 2003) :

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1 + K)^t} - I_0$$

Dimana :

$CF_t$  = Aliran kas pertahun pada periode t

$I_0$  = Investasi awal pada tahun 0

$K$  = Suku bunga (*Discount Factor*)

Penilaian kelayakan finansial dari analisis NPV adalah :

1.  $NPV > 0$ , maka investasi dianggap layak
2.  $NPV = 0$ , maka investasi dianggap layak
3.  $NPV < 0$ , maka investasi dianggap tidak layak

### 4. IRR

Rumus yang digunakan dalam menghitung IRR (Ibrahi, 2003) adalah :

$$IRR = i_{pos} + \frac{NPV_{pos}}{(NPV_{pos} - NPV_{neg})} \times (i_{neg} - i_{pos})$$

Dimana :

$NPV_1$  = Nilai NPV positif

$NPV_2$  = Nilai NPV negatif

$i_1$  = Suku bunga (*Discount Factor*) dengan nilai NPV positif

$i_2$  = Suku bunga (*Discount Factor*) dengan nilai NPV negative

*Penilaian kelayakan berdasarkan IRR yaitu*

1.  $IRR >$  dari suku bunga, maka investasi dianggap layak
2.  $IRR <$  dari suku bunga, maka investasi dianggap tidak layak

## **3.6 Kesimpulan dan Saran**

### **3.6.1 Kesimpulan**

Tahap ini memberikan kesimpulan dari hasil yang diperoleh selama penelitian yaitu hasil dari rumusan masalah mengenai bentuk model bisnis yang dibuat berdasarkan BMC dan bentuk kelayakan dari pendirian usaha jasa desain Arsitektur berdasarkan model bisnis BMC.

### **3.6.2 Saran**

Tahap ini memberikan saran atau masukan buat peneliti yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dan menjadi masukan buat investor atau pelaku usaha dalam penyediaan jasa desain Arsitektur.



**BAB IV**  
**HASIL PENELITIAN &**  
**PEMBAHASAN**

## **BAB IV**

### **ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Analisis Aspek Non-Finansial**

Dalam melakukan analisis studi kelayakan, dilakukan dengan menganalisis dalam beberapa aspek non finansial, yaitu :

##### **4.1.1 Aspek Pasar dan Pemasaran**

Dalam menjalankan sebuah bisnis atau usaha yang perlu dan utama untuk dianalisa yaitu aspek pasar dan pemasaran. Berdasarkan atas data primer yang diperoleh melalui diskusi dan data sekunder dari beberapa sumber, diperoleh :

- a. Data primer
  1. konsumen yang pada umumnya datang ke konsultan pengadaan jasa Arsitektur, yaitu konsumen non lembaga atau pribadi kemudian konsumen lembaga (pemerintah, pengembang, dan kontraktor).
  2. Sebagian besar konsumen yang datang lebih fokus ke harga yang lebih rendah dari yang ditawarkan oleh konsultan sehingga ada beberapa penawaran yang tidak diterima karena tidak ada kesepakatan harga.
  3. Pembuatan desain dari bangunan baru tersebut dapat juga dilakukan oleh konsultan dan kontraktor yang memiliki karyawan yang berprofesi sebagai Arsitek bangunan yang biasa disebut "*in house consultant*".
  4. Pemasaran produk dapat dilakukan melalui website, sosial media, dan mengikuti perkumpulan organisasi atau asosiasi.
- b. Data sekunder
  1. Data pertumbuhan jumlah keluarga baru 24.000 di tahun 2012 dan meningkat 100% lebih setiap tahunnya hingga 2015, sehingga diproyeksi terus terjadi peningkatan hingga 2019
  2. Data backlog kepemilikan rumah yang masih tinggi berada diatas 1.000.000 keluarga yang tidak memiliki rumah sendiri
  3. Jumlah permintaan desain bangunan berada diatas 14.000 permintaan sejak tahun 2014

4. Jumlah pelaku usaha bidang jasa desain arsitektur di Jawa Timur sebanyak 637 pelaku usaha yang terbagi dalam berbagai bentuk badan usaha.

Dari aspek pasar dan pemasaran dapat dianalisa, sebagai berikut :

a. Segmentasi pasar

Target pasar yaitu masyarakat umum, lembaga pemerintah, dan swasta yang membutuhkan jasa arsitek untuk membuat desain arsitek bangunan dan interior dalam membangun bangunan untuk rumah tinggal, bangunan sosial, bangunan komersil, dan gedung bertingkat.

b. Pasar potensial

Berdasarkan data BPS terkait histori permintaan akan kebutuhan desain bangunan yang tinggi, banyaknya backlog akan kepemilikan rumah, pertumbuhan jumlah keluarga terus bertambah sehingga kebutuhan untuk kepemilikan rumah terus bertambah dengan jumlah minimal 1.000.000 kebutuhan kepemilikan rumah.

c. Persaingan

Berdasarkan data terakhir jumlah usaha yang bergerak dibidang usaha jasa arsitektur di Jawa Timur berjumlah 637 pelaku usaha dari 5.740 pelaku usaha yang berada di Indonesia. Kemampuan setiap pelaku usaha dapat menyelesaikan sekitar 10 – 14 permintaan pekerjaan dalam satu tahun bervariasi disesuaikan dengan bentuk pekerjaannya.

d. Pangsa pasar

Pangsa pasar atau market share merupakan jumlah atau banyaknya pasar yang dapat diperoleh oleh setiap pelaku usaha sesuai potensi pasar dari usaha tersebut. Pasar potensial pada usaha tersebut sekitar 1.000.000 kebutuhan kepemilikan rumah atau tempat tinggal dan jumlah kompetitor diasumsikan 637, maka pangsa pasar yang dapat diperoleh, yaitu :

$$\begin{aligned}\text{Pangsa pasar} &= \text{pasar potensial} / \text{jumlah pelaku usaha} \\ &= 1.000.000 / 638 \\ &= 1.567 \text{ kebutuhan kepemilikan rumah}\end{aligned}$$

e. Promosi

Bentuk promosi yang bisa dilakukan dengan cara promosi langsung dan tidak langsung seperti melalui website, sosial media, mengikuti organisasi atau asosiasi, dan marketing langsung.

f. Harga

Penentuan harga dari desain bangunan dan desain interior sudah memiliki ketetapan dari pemerintah dan beberapa asosiasi yang terpercaya dan diakui oleh pemerintah bisa dilihat pada lampiran 1. Metode dalam menentukan harga ada dua cara, yaitu

1. Berdasarkan luas ( $/m^2$ )

Harga minimum untuk desain bangunan yaitu Rp. 100.000/ $m^2$  – Rp. 1.000.000/ $m^2$  dan untuk desain interior yaitu Rp. 200.000/ $m^2$  – Rp. 1.000.000/ $m^2$ .

2. Berdasarkan persentase

Pemerintah sudah menetapkan biaya desain arsitektur berdasarkan persentase yang didasarkan pada besarnya nilai proyek bangunan dan kategori dari bangunan tersebut.

Jenis usaha arsitektur termasuk jenis pasar persaingan sempurna dimana penentuan harga berdasarkan kesepakatan antara penyedia jasa dengan konsumen, jadi ada proses tawar menawar dengan batasan minimum dan maksimum yang telah ditentukan oleh pemerintah

#### 4.1.2 Aspek Manajemen

Dalam aspek manajemen ada beberapa unsur yang dianalisa, yaitu :

a. Kepemilikan

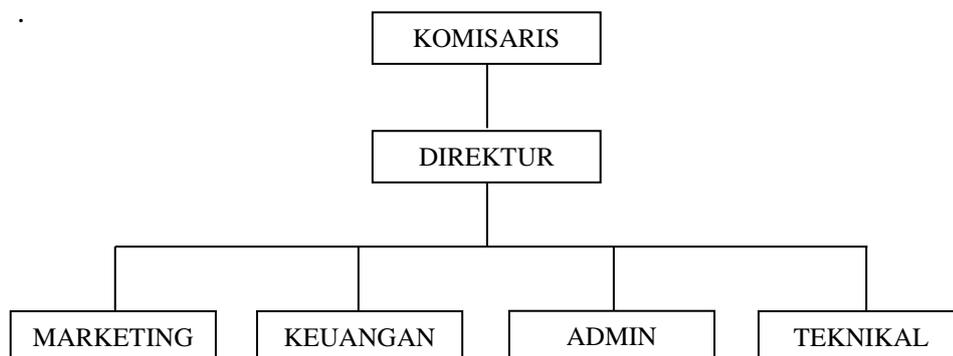
Dalam hal kepemilikan usaha jasa arsitekt dapat dimiliki oleh siapa saja dengan tingkat legalitas usaha perorangan sampai tingkat berbadan usaha besar seperti Perseroan Terbatas dengan memiliki tenaga ahli profesi arsitek atau prinsip di dalam usaha jasa arsitekt tersebut. Bentuk badan usaha yang dapat dibuat yaitu dalam bentuk Perseroan Terbatas dengan kualifikasi menengah.

b. Tim Manajemen

Tim manajemen dalam suatu organisasi usaha penyedia jasa arsitekt dapat berupa individu atau terdiri dari beberapa orang dimana pada umumnya terdapat profesi arsitekt yang tersertifikasi. Tim manajemen inilah yang menentukan visi dan misi perusahaan serta value yang ditawarkan ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Tim manajemen juga menentukan bentuk sistem yang dibuat yang terfokus pada “*Strong Delivery Business Centered (SDBC)*”

c. Organisasi

Setiap perusahaan membutuhkan organisasi untuk mengatur atau membagi fungsi dari setiap bagian yang diperlukan. Bentuk organisasi yang diperlukan disesuaikan dengan besarnya segmentasi pasar yang telah dibuat. Bentuk organisasi yang sesuai yaitu bentuk organisasi divisional



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

Setiap bagian dari organisasi mempunyai tugas masing – masing sebagai berikut :

1. Komisaris

Bertugas untuk melakukan pengawasan dan memberikan masukan kepada direktur untuk memastikan perusahaan berjalan dengan baik.

2. Direktur

Bertanggung jawab untuk memastikan kegiatan perusahaan berjalan dengan baik dan pencapaian target pendapatan sesuai yang telah ditetapkan oleh komisaris.

3. Divisi teknikal

Memastikan dan membuat penyelesaian pekerjaan desain bangunan dan interior berjalan dengan baik.

4. Divisi admin

Bertugas dalam pengendalian dokumen dan membuat dokumen kontrak kerjasama dengan konsumen, serta hal – hal mengenai kepegawaian.

5. Divisi keuangan

Bertanggung jawab terhadap pengelolaan keuangan perusahaan.

6. Divisi marketing

Memastikan pekerjaan penyampaian informasi secara langsung maupun tidak langsung baik itu secara online maupun offline ke konsumen berjalan dengan baik dan mencapai jumlah target konsumen yang telah ditetapkan oleh direktur.

d. Karyawan

Karyawan yang diperlukan dalam usaha penyedia jasa desain arsitekt disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan dalam menjalankan perusahaan, dimana karyawan yang diperlukan dinilai berdasarkan latar belakang pendidikan, pangalaman kerja, dan keterampilan yang dimiliki. Jumlah karyawan yang dibutuhkan, yaitu :

- |                      |   |         |
|----------------------|---|---------|
| 1. Direktur          | = | 1 orang |
| 2. Arsitek SKA Utama | = | 1 orang |
| 3. Arsitek SKA Madya | = | 1 orang |
| 4. Arsitek non SK    | = | 2 orang |
| 5. Administrasi      | = | 1 orang |
| 6. Keuangan          | = | 1 orang |
| 7. Marketing         | = | 1 orang |

#### 4.1.3 Aspek Produksi dan Operasional

Dalam aspek manajemen ada beberapa unsur yang dianalisa, yaitu :

a. Lokasi usaha

Penentuan lokasi usaha disesuaikan dengan segmentasi dan target pasar sehingga lokasi usaha berada didaerah yang tingkat pertumbuhan penduduk, ekonomi, dan pembangunan tinggi. Berdasarkan data, maka lokasi yang tepat yaitu berada di kota Surabaya.

b. Volume usaha

Penentuan volume usaha didasarkan atas besar kecilnya dan tingkat kesulitan dari desain bangunan yang dibuat. Secara umum setiap proyek bangunan yang standar dapat diselesaikan dalam waktu satu bulan dengan luas bangunan minimal  $36m^2$  sampai  $200m^2$  sedangkan untuk desain interior yang standar dapat diselesaikan paling cepat selama 2 minggu. Berdasarkan hasil diskusi, pada umumnya penyedia jasa mengerjakan sebanyak 10 – 14 pekerjaan desain bangunan, sehingga dalam perencanaan awal tersebut diambil mediannya dengan jumlah 10 target pekerjaan.

c. Proses produksi

Proses produksi atau proses dalam menghasilkan suatu produk desain dilakukan dalam beberapa tahap sebagai berikut :

1. Tahap konsep rancangan

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data dan informasi yang diperoleh dari konsumen mengenai konsep dan fungsi dari bangunan yang diinginkan serta jumlah penghuni dari bangunan tersebut sehingga dapat membuat analisa dan pengolahan data sehingga semua kebutuhan, persyaratan, dan tujuan pembangunan dapat terpenuhi

2. Tahap rancangan (Schematic Design)

Pada tahap ini, arsitek membuat pola dan gubahan bentuk arsitektur dalam bentuk gambar sehingga luas lantai, informasi bahan, sistem konstruksi, biaya, waktu pelaksanaan pembangunan sibuat dalam bentuk laporan tertulis dan gambar.

3. Tahap pengembangan rancangan

Pada tahap ini, arsitek bekerja berasarkan atas persetujuan dari tahap ke dua untuk menentukan :

a. Sistem konstruksi bangunan, sistem mekanikal-elektrikal,

- b. Bahan bangunan yang akan digunakan dengan pertimbangan nilai manfaat, ketersediaan bahan, konstruksi, dan nilai ekonomi.
  - c. Perkiraan biaya konstruksi berdasarkan sistem bangunan yang akan disajikan dalam bentuk gambar, diagram, dan laporan tertulis.
4. Tahap pembuatan gambar kerja

Tahap ini merupakan tahap akhir dari desain arsitektur sebelum masuk ke proses pelaksanaan pengadaan konstruksi. Dalam tahap ini semua gambar harus telah siap dan lebih detail serta terperinci.

Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan proses produksi desain gambar teknik arsitektur bervariasi menyesuaikan dengan jenis dan luas bangunan, serta tingkat kesulitan pembuatan desain tersebut. Pada umumnya bangunan dengan luas minimal  $36m^2$  membutuhkan waktu penyelesaian minimum 1 bulan.

d. Peralatan kerja

Peralatan kerja yang dibutuhkan dalam melaksanakan penyelesaian proses kerja, yaitu :

1. Komputer
2. Perangkat lunak seperti software original
3. Printer
4. Alat tulis
5. Alat ukur
6. Perlengkapan kantor seperti meja dan kursi
7. Mobil operasional
8. Kantor

## **4.2 Analisis BMC**

Analisis bisnis model canvas dilakukan dengan menganalisa 9 terminologi BMC berdasarkan hasil analisa dari aspek non finansial.. Analisis dari ke sembilan terminologi tersebut, yaitu :

### **4.2.1 Customer Segment**

Melihat tingginya kebutuhan dan masih banyaknya permintaan maka usaha jasa desain arsitektur tersebut akan memenuhi kebutuhan dalam pengadaan

jasa desain bangunan dan interior dengan prioritas pada masyarakat dengan status ekonomi menengah ke atas dengan kabupaten/kota dengan tingkat pertumbuhan jumlah penduduk yang tinggi.

#### **4.2.2 Value Proposition**

Salah satu unsur untuk meningkatkan nilai tambah dari produk yang ditawarkan yaitu kualitas desain dan harga yang kompetitif sehingga diperoleh proposisi nilai sebagai berikut :

- a. Desain bangunan dan interior yang berkualitas.

#### **4.2.3 Channel**

Ada beberapa cara yang dapat dilakukan agar informai mengenai produk yang ditawarkan bisa diketahui dan diterima oleh konsumen sehingga konsumen tertarik untuk menggunakan jasa tersebut, yaitu :

- a. Membuat website
- b. Membuat akun sosial media
- c. Mengikuti komunitas atau organisasi arsitektur seperti Ikatan Arsitek Indonesia.

#### **4.2.4 Customer Relationship**

Menjaga komunikasi atau hubungan dengan konsumen itu sangat penting sehingga ada beberapa cara yang perlu dilakukan, yaitu :

- a. Konsultasi  
Konsumen dapat melakukan konsultasi tanpa dipungut biaya dan tempat dimana saja.
- b. Revisi gambar dapat dilakukan sebanyak 3 kali atau sebanyak 100% dari volume gambar.

#### **4.2.5 Key Activity**

Aktivitas utama yang perlu dilakukan, yaitu :

- a. Membuat desain bangunan dan interior
- b. Melayani konsultasi dan kunjungan lokasi.

#### **4.2.6 Key Resource**

Sumber utama yang diperlukan untuk menghasilkan produk yang ditawarkan ke konsumen yaitu :

- a. Karyawan
  1. Direktur sebagai wakil dan penanggung jawab perusahaan
  2. Penanggung jawab Bidang Teknik, yaitu arsitek bersertifikasi SKA Utama (Sertifikat Keahlian Utama).
  3. Arsitek bersertifikat SKA Madya (Sertifikat Keahlian Madya) untuk melayani konsultasi dan kunjungan lapangan
  4. Arsitek dengan nol pengalaman untuk membuat desain bangunan dan interior
  5. Admin teknik bertanggung jawab untuk persiapan dokumen dan kontrol dokumen.
  6. Penanggung jawab Bidang Keuangan bertugas untuk menyelesaikan pekerjaan yang berkaitan dengan keuangan dan perpajakan.
  7. Penanggung jawab Bidang Marketing bertugas untuk menyelesaikan pekerjaan yang berkaitan dengan maketing.
- b. Komputer
- c. Software desain teknik
- d. Kantor

#### **4.2.7 Key Partner**

Mitra utama yang perlu dilakukan agar proses dari aktivitas utama dapat berjalan yaitu :

- a. Perusahaan penyedia ruang sewa kantor

#### **4.2.8 Revenue Stream**

Sumber pendapatan perlu dianalisa untuk mengetahui berapa besarnya total pendapatan yang dapat diperoleh dalam waktu tertentu. Sumber pendapatan dan besarnya pendapatan yang dapat diperoleh dalam satu tahun, yaitu :

- a. Pendapatan dari gambar desain bangunan dan interior

Kategori bangunan diambil dari aturan pemerintah mengenai penetapan penentuan harga desain arsitek dan luas minimum dari bangunan yang layak huni yaitu 9 m<sup>2</sup> per orang dengan tinggi minimum 2,8 m.

Tabel 4.1 Total pendapatan

No	Kategori	Luas (m <sup>2</sup> )	Kuantitas	Harga/m <sup>2</sup>	Total Harga
a.	Bangunan 1 dan sosial	36	9	Rp 250.000	Rp 81.000.000
b.	Bangunan 2	200	6	Rp 450.000	Rp 405.000.000
c.	Bangunan 3	300	5	Rp 500.000	Rp 625.000.000
d.	Interior	100	8	Rp 350.000	Rp 280.000.000
Jumlah					Rp 1.391.000.000

Sumber : Data diolah

#### 4.2.9 Cost Structure

Setelah membuat revenue stream, maka selanjutnya yang perlu diketahui yaitu besarnya biaya yang diperlukan dalam satu tahun untuk menghasilkan produk yang ditawarkan ke konsumen. *Cost structure* diambil dari biaya yang dikeluarkan untuk kebutuhan operasional, kebutuhan peralatan, dan kebutuhan karyawan. Besarnya biaya yang diperlukan , yaitu :

- a. Biaya karyawan

Biaya karyawan dibuat berdasarkan atas SK Gubernur Jawa Timur Nomor 188/665/KPTS/013/2018 tanggal 15 Nopember 2018 mengenai “Upah Minimum Kabupaten/Kota di Jawa Timur Tahun 2019” dan beberapa dari hasil diskusi sehingga diperoleh total biaya karyawan dalam satu tahun sebesar Rp. 708.500.000 dimana tabel dapat dilihat pada lampiran 3

- b. Biaya Peralatan

Biaya peralatan dibuat berdasarkan atas daftar kebutuhan peralatan yang dibutuhkan untuk pelaksanaan proses kerja yang dilakukan, dimana total

biaya peralatan yang diperlukan sebesar Rp. 407.500.000 sesuai dengan tabel yang terdapat pada lampiran 2. Biaya peralatan ini merupakan besarnya biaya investasi dengan masa periode investasi selama 5 tahun.

c. Biaya Operasional

Biaya operasional merupakan biaya yang dikeluarkan setiap tahun atau berulang setiap tahun diluar dari biaya karyawan. Total dari biaya operasional dalam satu tahun sebesar Rp. 254.000.000 untuk tabel dapat dilihat pada lampiran 4

Sehingga total biaya yang dikeluarkan selama satu tahun, yaitu

Tabel 4.2 Total biaya

No	Keterangan	Biaya
1.	Karyawan	Rp 708.500.000
2.	Peralatan	Rp 407.500.000
3.	Operasional	Rp 254.000.000
	Total	Rp. 1.370.000.000

Sumber : Data diolah

Setelah mendapatkan besarnya nilai revenue stream dan cost structure, maka perlu dihitung laporan laba/rugi setelah dipotong pajak sehingga diperoleh nilai pendapatan bersih sebesar Rp. 7.090.000. Laporan laba/rugi dapat dilihat pada Tabel 4.3 Laporan Laba/Rugi

Tabel 4.3 Laporan Laba/Rugi

No	Keterangan	Laba/Rugi
1.	Pendapatan	Rp 1.391.000.000
2.	Pengeluaran	Rp 1.370.000.000
3.	EBIT	Rp 21.000.000
4.	Total Pajak	Rp 13.910.000
5.	EAT	Rp 7.090.000

Sumber : Data diolah

### 4.3 Aspek finansial

Dalam aspek finansial ada beberapa unsur yang dianalisa, yaitu :

a. Kebutuhan dana

Kebutuhan dana yang diperlukan dalam pendirian usaha jasa desain arsitektur yaitu modal awal untuk investasi dan modal awal untuk persiapan biaya operasional selama enam bulan sebesar Rp. 861.500.000.

b. Sumber dana

Sumber dana dari pendirian usaha dapat diperoleh dengan bersumber dari dana pribadi atau modal sendiri, patungan, atau melalui pinjaman di bank. Dalam analisis kelayakan penelitian tersebut diambil dari dana pribadi atau modal sendiri

c. Analisa pendapatan

Berdasarkan data hasil diskusi dimana pada umumnya arsitek atau pelaku usaha jasa desain arsitektur dapat mengerjakan pembuatan desain bangunan sebanyak 10 – 15 desain. Oleh karena itu, pada tahun pertama atau dalam penelitian ini diambil data terendah yaitu 10 desain setiap arsitek sehingga diperoleh pendapatan tahun pertama sebesar Rp. 1.391.000.000 yang detailnya dapat dilihat pada Tabel 4.7 Pendapatan tahun pertama. Tahun kedua sampai tahun ke lima diperoleh dengan asumsi adanya kenaikan sebesar 5% dari setiap tahunnya.

Tabel 4.7 Pendapatan tahun pertama

No	Kategori	Luas (m <sup>2</sup> )	Kuantitas	Harga/m <sup>2</sup>	Total Harga
a.	Bangunan 1 dan sosial	36	9	Rp 250.000	Rp 81.000.000
b.	Bangunan 2	150	6	Rp 450.000	Rp 405.000.000
c.	Bangunan 3	250	5	Rp 500.000	Rp 625.000.000
d.	Interior	100	8	Rp 350.000	Rp 280.000.000
	Jumlah				Rp 1.391.000.000

Sumber : Data diolah

Dengan menargetkan pendapatan naik 5% setiap tahunnya, maka proyeksi jumlah pendapatan sampai tahun ke 5, yaitu :

Tabel 4.8 Proyeksi pendapatan

<b>Tahun</b>	<b>Pendapatan</b>
Tahun I	Rp 1.391.000.000
Tahun II	Rp 1.460.550.000
Tahun III	Rp 1.533.577.500
Tahun IV	Rp 1.610.256.375
Tahun V	Rp 1.690.769.194

Sumber : Data diolah

d. Analisis pengeluaran

Analisis pengeluaran perlu dilakukan untuk mengetahui besarnya pengeluaran yang dilakukan dalam menjalankan usaha. Tabel pengeluaran yang dihitung dalam satu tahun dapat dilihat pada Lampiran 3 dan 4, sehingga total pengeluaran dalam satu tahun sebagai berikut :

Sehingga total pengeluaran tahun pertama yaitu :

1. Biaya karyawan = Rp 708.500.000
  2. Biaya operasioanl = Rp 254.000.000 +
- Total = Rp 962.500.000

untuk biaya peralatan sudah tidak ada karena biaya peralatan dianggap sebagai biaya investasi yang bebannya tidak berulang setiap tahun dan diasumsikan peningkatan biaya pengeluaran setiap tahunnya yaitu 4% dari tahun sebelumnya yang diambil berdasarkan nilai inflasi dalam beberapa tahun terakhir berada di bawah 4%. Berikut proyeksi pengeluaran sampai tahun ke-5 :

Tabel 4.9 Proyeksi pengeluaran

<b>Tahun</b>	<b>Pengeluaran</b>
Tahun I	Rp 962.500.000
Tahun II	Rp 1.001.000.000

Tahun III	Rp 1.041.040.000
Tahun IV	Rp 1.082.681.600
Tahun V	Rp 1.125.988.864

Sumber : Data diolah

e. Proyeksi arus kas

Proyeksi pendapatan dan pengeluaran telah dibuat, maka selanjutnya perlu diketahui mengenai arus kas, oleh karena itu perlu dibuat proyeksi arus kas. Detail proyeksi dapat dilihat pada Lampiran 6.

Tabel 4.10 Proyeksi arus kas

<b>Tahun</b>	<b>Arus Kas</b>
Tahun I	Rp 882.500.000
Tahun II	Rp 459.550.000
Tahun III	Rp 492.537.500
Tahun IV	Rp 527.574.775
Tahun V	Rp 564.780.330

Sumber : Data diolah

f. Proyeksi laba rugi

Proyeksi arus kas telah dibuat, maka selanjutnya perlu diketahui mengenai laba rugi, oleh karena itu perlu dibuat proyeksi laba rugi. Proyeksi laba rugi diperlukan untuk mengetahui seberapa kuat keuangan perusahaan untuk menjalankan pembayaran kewajiban dan hasilnya menunjukkan bahwa perusahaan mampu menjalankan kewajiban dalam membayar pajak. Detail proyeksi dapat dilihat pada Lampiran 7.

Tabel 4.11 Proyeksi pendapatan bersih

<b>Tahun</b>	<b>Pendapatan Bersih</b>
Tahun I	Rp 414.590.000
Tahun II	Rp 444.944.500
Tahun III	Rp 477.201.725
Tahun IV	Rp 511.472.211
Tahun V	Rp 547.872.638

Sumber : Data diolah

Perhitungan beberapa karakter penilaian kelayakan investasi dari aspek finansial, sebagai berikut :

a. *Payback Period (PP)*

*Payback Period* diperlukan untuk mengetahui berapa lama waktu yang diperlukan untuk mengembalikan nilai investasi. Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai *PP*

$$PP = \frac{\text{Sisa Investasi}}{\text{Kas bersih selanjutnya}} \times 1 \text{ tahun}$$

$$PP = \frac{407.500.000}{414.590.000} \times 12 \text{ bulan}$$

$$= 11,79 \text{ bulan}$$

Tabel 4.12 Payback Period

No	Keterangan	Pemasukan Bersih	Akumulasi Pemasukan	Bulan	Hari
1.	Investasi Awal	Rp 407.500.000	-Rp 407.500.000	11,79	22
2.	Tahun I	Rp 414.590.000	Rp 7.090.000		
3.	Tahun II	Rp 444.944.500	Rp 452.034.500		
4.	Tahun III	Rp 477.201.725	Rp 929.236.225		
5.	Tahun IV	Rp 511.472.211	Rp1.440.708.436		
6.	Tahun V	Rp 547.872.638	Rp1.988.581.074		

Sumber : Data diolah

Berdasarkan atas perhitungan dan pada Tabel 4.12 *Payback Period* maka diperoleh jumlah waktu yang diperlukan yaitu 11 bulan 22 hari yang dikenakan selama satu tahun. Dari aturan kelayakan diperoleh nilai dari *payback period (PP)* yaitu satu tahun lebih kecil dari umur ekonomis yaitu lima tahun, sehingga investasi tersebut dianggap layak dari sisi *payback periode*.

b. *Profitability Index*

*Profitability Index* atau *Benefit / Cost Ratio* dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$PI = \frac{Benefit}{Cost}$$

$$PI = \frac{Rp\ 414.590.000 + Rp\ 444.944.500 + Rp\ 477.201.725 + Rp\ 511.472.211 + Rp\ 547.872.638}{Rp\ 407.500.000}$$

$$PI = \frac{Rp\ 2.396.081.074}{Rp\ 407.500.000}$$

$$= 5,88$$

Berdasarkan atas standar kelayakan *profitability index (PI)* yaitu *PI* dianggap layak jika nilainya lebih besar dari satu, sehingga dengan nilai *PI* yang diperoleh sebesar 5,88, maka investasi tersebut dianggap layak

c. *Net Present Value (NPV)*

Rumus yang digunakan dalam menghitung NPV adalah :

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1 + K)^t} - I_0$$

$$NPV = \left( \frac{Rp\ 414.590.000}{(Rp\ 414.590.000 + 0,06)^1} + \dots \right) - Rp\ 407.500.000$$

$$NPV = Rp\ 391.122.642 + Rp\ 395.999.021 + Rp\ 400.667.770 + Rp\ 405.133.897 + Rp\ 409.402.306 - Rp\ 407.500.000$$

$$= Rp\ 1.594.825.636$$

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai yang positif atau lebih dari 1 menunjukkan investasi ini layak sampai 5 tahun kedepan dengan suku bunga acuan sebesar 6%.

Tabel 4.13 Nilai PV

No	Keterangan	Pemasukan Bersih	Suku Bunga Acuan (6%)	PV
1.	Investasi Awal	Rp 407.500.000	1,0000	-Rp 407.500.000
2.	Tahun I	Rp 414.590.000	0,9434	Rp 391.122.642
3.	Tahun II	Rp 444.944.500	0,8900	Rp 395.999.021
4.	Tahun III	Rp 477.201.725	0,8396	Rp 400.667.770
5.	Tahun IV	Rp 511.472.211	0,7921	Rp 405.133.897
6.	Tahun V	Rp 547.872.638	0,7473	Rp 409.402.306

Sumber : Data diolah

d. *Internal Rate of Return (IRR)*

Setelah memperoleh nilai NPV, maka perhitungan IRR dapat dilakukan dengan cara melakukan *trial and error*, dimana nilai dari *discount Factor* atau suku bunga acuan diubah sampai mendapatkan *discount factor (DF)* yang menghasilkan batas nilai NPV positif dan nilai NPV negative yang paling dekat dengan nilai nol. Berdasarkan nilai pada tabel di Lampiran 8, maka nilai IRR dapat diperoleh dengan hitunga sebagai berikut :

$$IRR = i_{\text{pos}} + \frac{NPV_{\text{pos}}}{NPV_{\text{pos}} - NPV_{\text{neg}}} \times (i_{\text{neg}} - i_{\text{pos}})$$

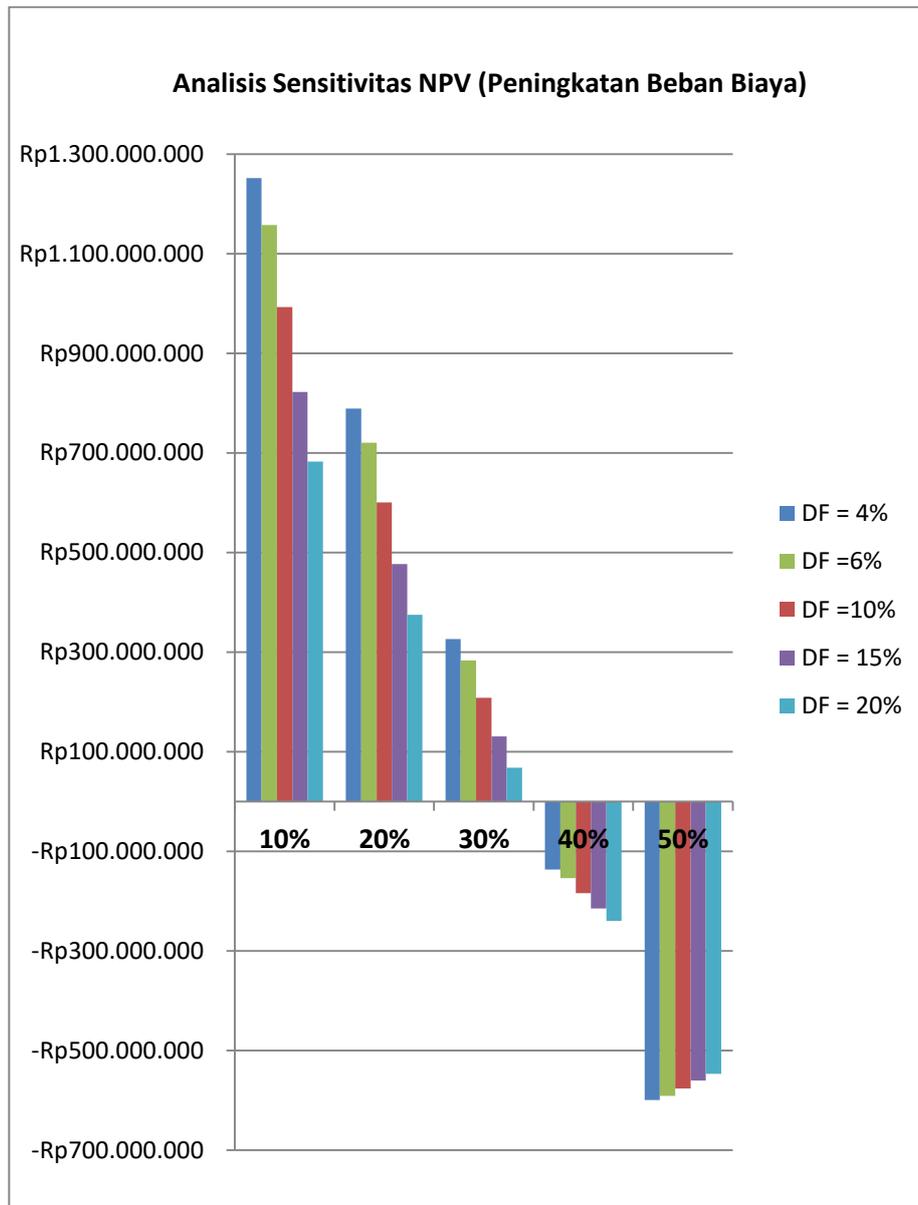
$$IRR = 100 + \frac{Rp\ 19.769.374}{(Rp19.769.374 - (-Rp\ 17.939.539))} \times (110 - 100)$$

$$= 105,24 \%$$

Jadi besarnya tingkat pengembalian dari modal proyek sebesar 105,24 % per tahun. Nilai IRR lebih dari satu sehingga investasi dianggap layak.

e. Analisis Sensitivitas

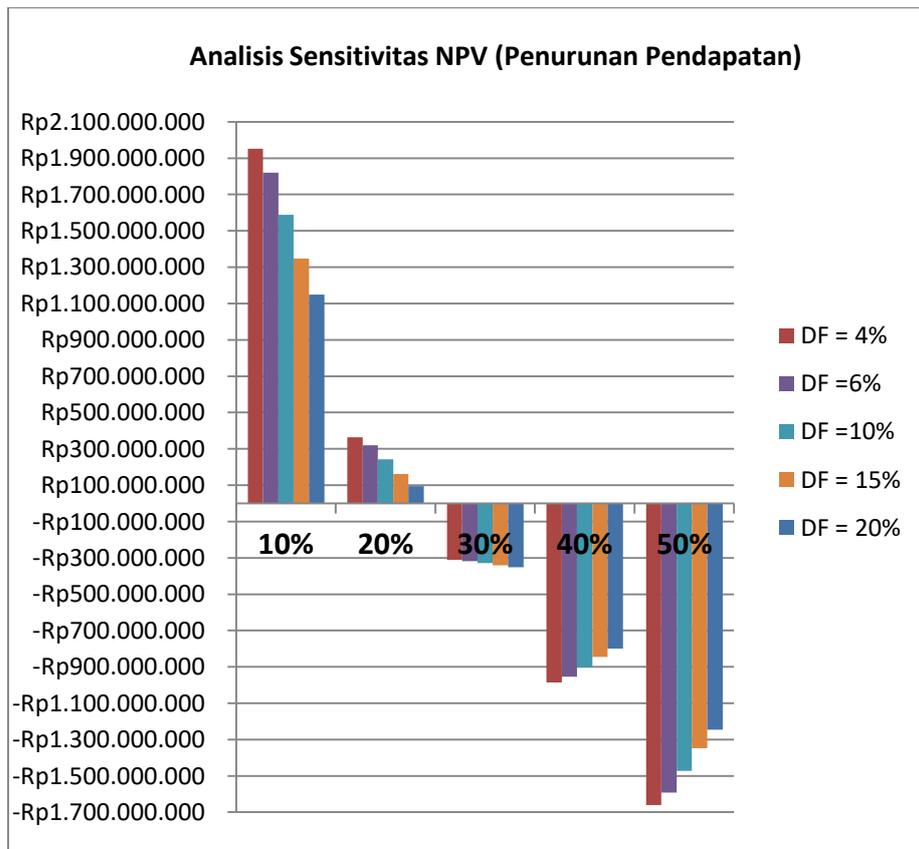
1. Analisa sensitivitas dengan nilai investasi yang tetap dengan perubahan pendapatan bersih yang disebabkan oleh kenaikan biaya dengan variable kenaikan biaya dari 10% - 50% dengan suku bunga acuan ( $DF = 6\%$ ) memperlihatkan kenaikan beban biaya operasional bisa mencapai 30% dari beban perencanaan dilihat di Grafik 4.1 NPV dengan kenaikan beban biaya. Artinya jika dalam setahun selama masa investasi terjadi kenaikan beban biaya, maka kenaikan tersebut tidak boleh melebihi 30%. Banyak hal yang bias terjadi sehingga beban biaya meningkat, misalnya kenaikan biaya menpower, biaya operasional, dan lain sebagainya.



Grafik 4.1 NPV dengan kenaikan biaya  
 Sumber : Data diolah

- Analisa sensitivitas dengan nilai investasi yang tetap dengan perubahan pendapatan bersih yang disebabkan oleh penurunan pendapatan dengan variabel penurunan pendapatan dari 10% - 50% dengan suku bunga acuan (DF = 6%) memperlihatkan penurunan pendapatan sampai 20% dari pendapatan perencanaan masih memperlihatkan kondisi yang aman, hal tersebut dapat dilihat di Grafik 4.2 NPV dengan penurunan pendapatan. Artinya penurunan pendapatan dalam satu tahun selama

masa investasi tidak boleh melebihi 20% dari jumlah pendapatan yang telah direncanakan. Penurunan pendapatan selama masa investasi bias disebabkan oleh beberapa hal, yaitu jumlah konsumen yang diperoleh tidak lebih kecil dari yang direncanakan, pembayaran dari konsumen lebih lama dari yang ditetapkan, adanya proyek fiktif, keterlambatan dalam penyelesaian pekerjaan, dan lain sebagainya



Grafik 4.2 NPV dengan penurunan pendapatan  
 Sumber : Data diolah

*(halaman ini sengaja dikosongkan)*



**BAB V**  
**KESIMPULAN &**  
**SARAN**

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Setelah melakukan pengolahan data dan analisis pembahasan mengenai studi kelayakan pendirian usaha berbasis *business model canvas* (BMC), maka dapat disimpulkan beberapa hal, sebagai berikut :

a. Model bisnis

Berdasarkan hasil dari analisis 9 terminologi pada *business model canvas* yang dapat dilihat pada lampiran 5 dengan nilai selisih antara *revenue stream* dan *cost structure* yaitu sebesar Rp 21.000.000 serta hasil perhitungan laba rugi sebesar Rp. 7.090.000 menunjukkan nilai yang positif sehingga dapat disimpulkan bahwa pendirian usaha tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan model bisnis BMC.

b. Parameter kelayakan

Analisis parameter kelayakan menghasilkan beberapa hal, yaitu :

1. *Payback period* (PP) selama 11 bulan 23 hari atau 1 tahun
2. *Profitability Index* sebesar 5,88
3. *Net Present Value* (NPV) sebesar Rp. 1.594.825.636
4. *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 105,24% per tahun

Berdasarkan dari hasil analisis *business model canvas* (BMC), dan hasil dari parameter kelayakan, maka kesimpulan dari studi kelayakan investasi pendirian usaha tersebut layak dan dapat memberikan keuntungan dengan lama investasi 5 tahun

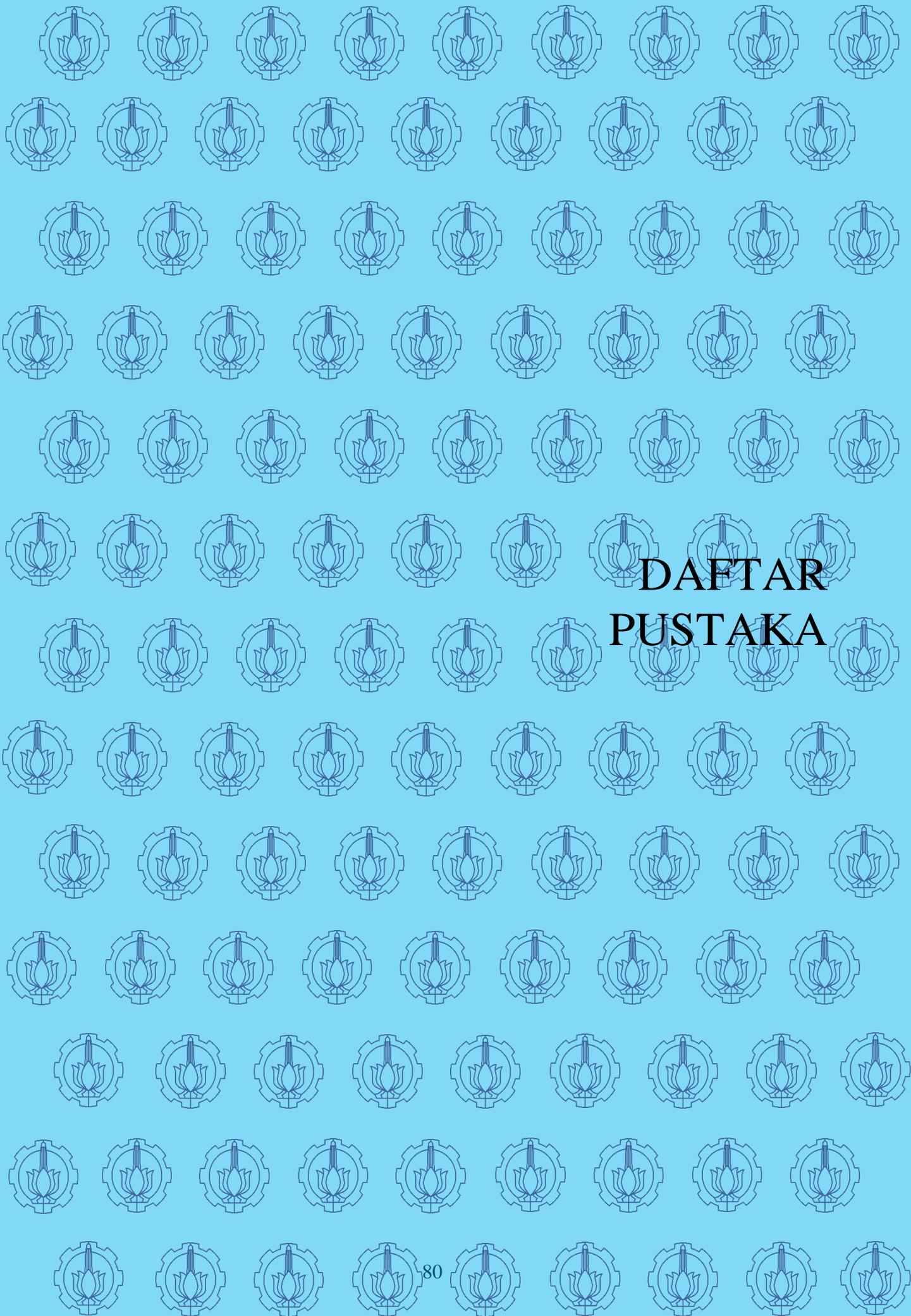
#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Dalam membuat penelitian ini, penulis menyadari adanya keterbatasan dalam memperoleh data sehingga menghasilkan suatu penelitian yang masih jauh dari kesempurnaan. Beberapa hal yang menjadi keterbatasan dalam penelitian tersebut, yaitu :

1. Jumlah pangsa pasar yang belum mendekati realistis karena data yang diperoleh terbatas pada asumsi jumlah kebutuhan akan kepemilikan rumah, sehingga belum termasuk kebutuhan akan bangunan lain seperti bangunan tempat usaha.
2. Jumlah data IMB hanya pada beberapa kabupaten/kota.
3. Nilai IRR yang mencapai 105,24% merupakan nilai yang sangat tinggi karena keterbatasan data yang diperoleh dalam pembuatan jumlah pendapatan dan pengeluaran yang lebih detail.

### **5.3 Saran**

- a. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah :
  1. Perlu penelitian lebih lanjut jika masa investasi lebih dari 5 tahun dengan memasukkan beberapa aspek non finansial seperti kebijakan pemerintah terhadap ekonomi kreatif dan aspek finansial seperti kondisi ekonomi yang tidak menentu.
  2. Melakukan analisis aspek finansial dengan sumber modal dalam bentuk pinjaman ke bank.
  3. Melakukan penelitian dengan meneliti dari sudut analisis resiko dalam investasi pendirian badan usaha jasa desain arsitek.
- b. Saran untuk pemerintah adalah :
  1. Perlu dilakukan pembenahan sistem informasi dalam penyediaan data terutama dalam tingkat provinsi dan kabupaten/kota.
  2. Perlu dilakukan pendataan jumlah pelaku usaha dan karakternya untuk mempermudah dan membantu dalam pengembangan usaha.



# DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin., dan Tantri, Francis (2012). *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Press, Jakarta.
- Alfari, Shabrina (2015-2019), *Tahap – tahap Pembayaran Jasa Arsitek*, di <https://www.arsitag.com/article/tahap-tahap-pembayaran-jasa-arsitek>, (akses 31 Juli 2019).
- Amirullah, Muh. Amin, Baga, Lukman, and Tinaprilla, Netti (2018), “The Strategy of Business Model Planning for Architecture Consultant and Contractor’s Service Company PT. Architectaria Media Cipta”, *Journal of Development Management on Small Scale Industry*, Vol. 13, No.1, hal. 55-65.
- Arsharindra, Rama, Chumaidiyah, Endang, dan Praptono, Budi (2017), “Analisis Kelayakan Pembukaan Bisnis Marketplace Jasa Arsitektur Hom-e di Wilayah Provinsi Jawa Barat”, *e-Proceeding of Engineering*, Vol.4, No.2, hal. 3431 – 2437.
- Batu, Pemkot (2019), *Rekapitulasi Jenis Izin*, di [https://dpmptspk.batukota.go.id/web/page/52/rekapitulasi\\_penerbitan\\_izin](https://dpmptspk.batukota.go.id/web/page/52/rekapitulasi_penerbitan_izin), (akses April 2019).
- Bojonegoro, Pemkab (2018-2019), *Rekapitulasi Ijin Tahun 2009 – Oktober 2018*, di <http://sippadu.bojonegorokab.go.id/dokumen/open/9/rekapitulasi-izin> (akses April 2019).
- Budiarta, Kustoro (2010), *Pengantar Bisnis*, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Coxe, Hen Weld, (1986), “Master Strategies for Organizing and Managing Architecture Firms”, *American Institute of Architects*.
- Ibrahim, Yacob (2008). *Studi Kelayakan Bisnis*. Rineka Cipta. Jakarta.
- IAI, Ikatan Arsitek Indonesia (2016), *Honorarium Arsitek*, di <https://iai-jakarta.org/informasi/honorarium-arsitek> (Juli 2019)
- Indrawati, (2015), *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis : Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*, Refika Aditama, Bandung.

- Jawa Timur, BPS, (2019), *Rumah Tangga dan Rata-rata Banyaknya Anggota Rumah Tangga Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Timur Tahun 2018*, di <https://jatim.bps.go.id/statictable/2019/10/09/1616/rumah-tangga-dan-rata-rata-banyaknya-anggota-rumah-tangga-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-timur-2018.html>, akses (Juli 2019).
- Jawa Timur, BPS (2019), *Jumlah Rumah Tangga Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Timur Tahun 2005 – 2015*, di <https://jatim.bps.go.id/dynamicstable/2018/01/26/286/jumlah-rumah-tangga-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-timur-2005---2015.html> akses (April 2019)
- Jumingan, (2009), *Studi Kelayakan Bisnis : Teori dan Pembuatan Proposal Kelayakan*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Joyce, Alexandre, and Paquin, Raymond, (2016), The Triple Layered Business Model Canvas : A Tool to Design More Sustainable Business Models, *Journal of Cleaner Production* 135, hal. 1474 – 1486.
- Kasmir, Jakfar, (2009), *Studi Kelayakan Bisnis*. Prenada Media, Jakarta.
- Lamongan, Pemkab (2016), *Data Perizinan* di <http://dpmpptsp.lamongankab.go.id/index.php/id/tentang-bpmp/data-perizinan>, akses ( Juni 2019).
- Malang, Pemkot (2019), *Data dan Statistik Layanan Perizinan*, di <http://dpmpptsp.malangkota.go.id/web/datastatistik>, (akses April 2019)
- Manullang, (2013), *Pengantar Bisnis*, Penerbit Indeks, Jakarta.
- Mulyadi, (2001), *Konsep, Manfaat, dan Rekayasa Akuntansi Manajemen*, Salemba Empat, Jakarta.
- Ostewalder, A., and Pigneur, Y., (2010), *Business Model Generation*, John Wiley and Sons, Inc., New Jersey.
- Pangestu, Mari Elka., (2014), *Ekonomi Kreatif Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025 (Rencana Pengembangan Arsitektur Nasional Tahun 2015 – 2019)*, Cetakan Pertama. Republik Solusi. Jakarta.
- Pekerjaan Umum, Kementrian (2019), *Konsep Backlog* di [www.ppdpp.id/konsep-backlog/](http://www.ppdpp.id/konsep-backlog/) (akses April 2019).

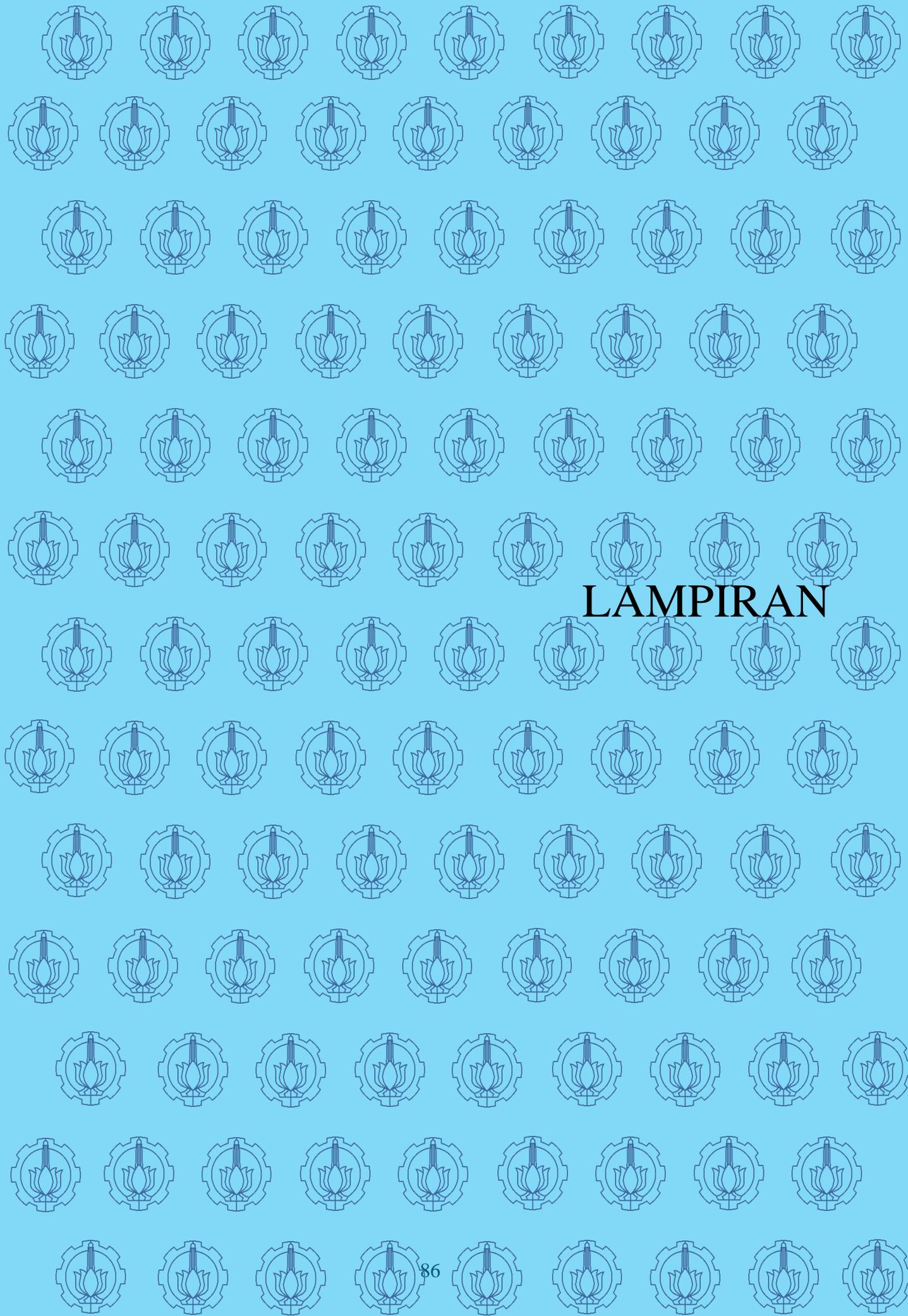
- Pramono, Teguh, Suhariyanto, dan Munaf, Triawan, (2017), *PDRB Ekraf Provinsi Jawa Timur ( Laporan Penyusunan PDRB Ekraf Provinsi Jawa Timur 2010 – 2016 Menurut Lapangan Usaha)*, BPS Provinsi Jawa Timur. Surabaya.
- Probolinggo, Pemkab (2019), *Data Rekapitulasi Perizinan*, di [http://36.91.127.66:1780/web2018/data\\_perizinan.php](http://36.91.127.66:1780/web2018/data_perizinan.php) akses (April 2019)
- Rahmawan, Arry (2016), *Panduan Lengkap Menyusun Rencana Bisnis Menggunakan Business Model Canvas*, di <https://arrayrahmawan.net/panduan-business-model-canvas/> (akses April 2019).
- Sartono, R. Agua, (1990), *Manajemen Keuangan (teori dan aplikasi)*, BPFE, Yogyakarta
- Sidik, Ignas G., (2013). *Bisnis Sukses : Menyusun Rencana Bisnis Lengkap Terpadu*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Soegoto, Eddy S, (2010), *Entrepreneurship (Menjadi Pebisnis Ulung. Panduan Bagi Pengusaha, Calon Pengusaha, Mahasiswa, dan Kalangan Dunia Usaha)*, Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sudaryono (2015), *Studi Kelayakan Bisnis (Teori, Analisa, dan Teknik Penyusunan Proposal)*, Lentera Ilmu Cendikia, Jakarta.
- Sugiyono, (2007), *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D)*, Alfabeta, Bandung.
- Suhariyanto, dan Munaf, Triawan. 2017. *PDB Ekonomi Kreatif (Laporan Tahun 2014 – 2016)*, Citra Mawana Patamoro, Jakarta.
- Sumarni, M., dan Soeprihanto, J., (1998), *Pengantar Bisnis (Dasar – dasar Ekonomi Perusahaan)*, Liberty, Yogyakarta.
- Sutoyo, Siswanto (2007), *Studi Kelayakan Proyek (Konsep dan Teknik dari Manajemen)*. LPPM, Jakarta.
- Trenggalek, Pemkab (2019), *Laporan Rekapitulasi Perizinan dan Nonperizinan* di <http://dpmptsp.trenggalekkab.go.id/portal/index.php?mod=core.home&sub=profile&act=view&typ=html&id=35> (akses juli 2019).

Wardana, Aditya (2014), *Business Model Canvas (Penerapannya Pada Industri Jasa Pertambangan Batubara di Indonesia)*. Karya Manuggal Lithomas, Bandung.

Wyns, Jo, Van Brussel, Hendrik, Valckenaers, Paul, Bongaerts, Luc, (1996), "Workstation Architecture in Holonic Manufacturing System", *Cirp Journal on Manufacturing System*, Vol. 26 No. 4.

*(halaman ini sengaja dikosongkan)*





LAMPIRAN

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

Tabel Perhitungan Imbalan Jasa Arsitek

Biaya Bangunan sampai	Kategori Bangunan				
	Khusus	Sosial	1	2	3
Kurang Rp	Mengikuti Ketentuan dari Pemerintah yang berlaku	≤ 2,50%	6,50%	7,00%	8,00%
200 juta		2,50%	6,50%	7,00%	8,00%
2 milyar		2,50%	5,51%	5,90%	6,48%
4 milyar			4,78%	5,13%	5,60%
20 milyar			4,20%	4,52%	4,92%
40 milyar			3,71%	4,01%	4,38%
60 milyar			3,29%	3,58%	3,92%
80 milyar			2,92%	3,20%	3,52%
100 milyar			2,60%	2,88%	3,18%
120 milyar			2,32%	2,59%	2,88%
140 milyar			2,07%	2,34%	2,62%
160 milyar			1,86%	2,12%	2,39%
180 milyar			1,67%	1,98%	2,20%
200 milyar			1,51%	1,76%	2,03%
220 milyar			1,37%	1,62%	1,88%
240 milyar			1,25%	1,51%	1,76%
260 milyar			1,16%	1,41%	1,67%
280 milyar			1,09%	1,34%	1,59%
300 milyar			1,04%	1,29%	1,54%
500 milyar			1,00%	1,25%	1,50%
500 milyar		1,00%	1,25%	1,50%	

Sumber : IAI Jakarta

## **KATEGORI BANGUNAN**

### **1. Bangunan Khusus**

Bangunan-bangunan yang dimiliki, digunakan, dan dibiayai oleh Pemerintah sesuai tercantum dalam Pedoman Teknis Pembangunan Bangunan Gedung Negara.

### **2. Bangunan Sosial**

Memiliki sosial yang tidak bersifat komersial (nonkomersial):

- a. Masjid, gereja dan tempat peribadatan lainnya, rumah penampungan yatim piatu, bangunan pelayanan masyarakat dengan luas bangunan maksimum 250 m<sup>2</sup>.
- b. Bangunan rumah tinggal atau hunian dengan luas maksimum 36 m<sup>2</sup>.

### **3. Bangunan Kategori 1**

Memiliki karakter sederhana, kompleksitas, dan tingkat kesulitan yang rendah:

- a. Tipe Hunian: asrama, hostel
- b. Tipe Industri: bengkel, gudang
- c. Tipe Komersial: bangunan-bangunan tidak bertingkat, tempat parkir

### **4. Bangunan Kategori 2**

Memiliki karakter, kompleksitas, dan tingkat kesulitan rata-rata

- a. Tipe Hunian: apartemen, kondominium, kompleks perumahan
- b. Tipe Industri: gardu pembangkit listrik, gudang pendingin, pabrik
- c. Tipe Komersial: bangunan parkir bertingkat, kafetaria, restoran, kantor, perkantoran, rukan, ruko, toko, pusat perbelanjaan, pasar, hanggar, stasiun, terminal, superblok/fungsi campuran
- d. Tipe Komunitas: auditorium, bioskop, ruang pameran, ruang konferensi, ruang serbaguna, ruang pertemuan, perpustakaan, penjara, kantor pelayanan umum
- e. Tipe Pelayanan Medis: klinik spesialis, klinik umum, rumah jompo
- f. Tipe Pendidikan: sekolah, tempat perawatan
- g. Tipe Rekreasi: gedung olahraga, gimnasium, kolam renang, stadion, taman umum

5. Bangunan Kategori 3

Memiliki karakter khusus, kompleksitas, dan tingkat kesulitan tinggi:

- a. Tipe Hunian: rumah tinggal privat
- b. Tipe Komersial: bandara, hotel
- c. Tipe Komunitas: galeri, ruang konser, museum, monumen, istana
- d. Tipe Pelayanan Medis: rumah sakit, sanatorium
- e. Tipe Pendidikan: laboratorium, kampus, pusat penelitian / riset
- f. Tipe Peribadatan: gereja, klenteng, masjid, dan lain-lain dengan luas lebih dari 250 m<sup>2</sup>
- g. Tipe Lain: kantor kedutaan, kantor lembaga tinggi negara, pemugaran, renovasi, bangunan dengan dekorasi khusus

## Lampiran 2

Perencanaan biaya investasi atau peralatan

No.	Biaya Peralatan	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan	Total Harga
a.	Pendirian usaha	1	Paket	Rp 8.500.000	Rp 8.500.000
b.	Laptop	2	Unit	Rp 15.000.000	Rp 30.000.000
c.	Komputer desain	3	Unit	Rp 15.000.000	Rp 45.000.000
d.	Komputer admin	3	Unit	Rp 10.000.000	Rp 30.000.000
e.	Software	1	Paket	Rp 50.000.000	Rp 50.000.000
f.	Lemari dokumen	2	Unit	Rp 2.500.000	Rp 5.000.000
g.	Meja	8	Unit	Rp 1.500.000	Rp 12.000.000
h.	Kursi	8	Unit	Rp 1.000.000	Rp 8.000.000
i.	Meja dan kursi tamu	1	Set	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000
j.	Printer A3	1	Unit	Rp 7.000.000	Rp 7.000.000
k.	Printer A4	1	Unit	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000
l.	Mobil operasional	1	Unit	Rp 200.000.000	Rp 200.000.000
m.	Pembuatan web	1	Paket	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000
	Jumlah				Rp 407.500.000

Sumber : Data diolah

### Lampiran 3

#### Biaya Karyawan

No	Karyawan	Kuantitas	Satuan	Gaji / Bulan	Gaji / Tahun
a.	Direktur	1	Orang	Rp 15.000.000	Rp 180.000.000
b.	Arsitek SKA Utama	1	Orang	Rp 10.000.000	Rp 120.000.000
c.	Arsitek SKA Madya	2	Orang	Rp 7.000.000	Rp 84.000.000
d.	Arsitek Non SK	1	Orang	Rp 4.500.000	Rp 108.000.000
e.	Admin Teknik	1	Orang	Rp 4.000.000	Rp 48.000.000
g.	Keuangan	1	Orang	Rp 5.000.000	Rp 60.000.000
h.	IT/Digital marketing	1	Orang	Rp 4.500.000	Rp 54.000.000
i.	THR	1	Bulan	Rp 54.500.000	Rp 54.500.000
	Jumlah				Rp 708.500.000

Sumber : Data diolah

#### Lampiran 4

##### Biaya operasional

No.	Biaya Operasioanl	Kuantitas	Satuan	Harga / Bulan	Harga / Tahun
a.	Sewa tempat	1	Paket	Rp 10.800.000	Rp 129.600.000
b.	Pelayanan tempat	1	Paket	Rp 5.400.000	Rp 64.800.000
c.	Asuransi	8	Paket	Rp 960.000	Rp 11.520.000
d.	Lisensi software	1	Paket / tahun	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
e.	Operasional kendaraan	1	Unit	Rp 1.500.000	Rp 18.000.000
f.	Pemeliharaan kendaraan	1	Paket	Rp 500.000	Rp 6.000.000
g.	Pajak kendaraan	1	Unit / tahun	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000
h.	ATK	1	Paket	Rp 500.000	Rp 6.000.000
i.	Langganan website	1	Paket / tahun	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
j.	Marketing	1	Paket	Rp 1.000.000	Rp 12.000.000
k.	Lain2	1	Tahun	Rp 2.080.000	Rp 2.080.000
	Jumlah				Rp 254.000.000

Sumber : Data diolah

## Lampiran 5

Tabel Bisnis Model Canvas

<b><u>Key Partnert :</u></b>  Penyedia jasa sewa kantor	<b><u>Key Activity :</u></b>  1. Pelayanan konsultasi 2. Membuat desain arsitek dan interior	<b><u>Value Proposition :</u></b>  Menyediakan desain arsitek dan interior yang berkualitas	<b><u>Customer Relationship :</u></b>  1. Pelayanan konsultasi 2. Revisi gambar perencanaan	<b><u>Customer Segment :</u></b>  Masyarakat atau lembaga dengan tingkat ekonomi menengah keatas
	<b><u>Key Resources :</u></b>  1. Arsitek bersertifikat SKA Utama 2. Peralatan desain seperti computer, software, dan lainnya		<b><u>Channel :</u></b>  1. Website 2. Sosial media 3. Organisasi atau komunitas	
<b><u>Cost Structure :</u></b>  1. Biaya Karyawan Rp. 708.500.000 2. Biaya peralatan Rp. 407.500.000 3. Biaya operasional Rp. 254.000.000			<b><u>Revenue Stream :</u></b>  Perencanaan pendapatan dari desain arsitek dan interior sebesar RP. 1.391.000.000	

## Lampiran 6

Proyeksi arus kas

No	Keterangan	Tahun				
		I	II	III	IV	V
1.	<b>Pendapatan</b>	<b>Rp 2.252.500.000</b>	<b>Rp1.460.550.000</b>	<b>Rp1.533.577.500</b>	<b>Rp 1.610.256.375</b>	<b>Rp1.690.769.194</b>
2.	Kas (Investasi + Modal awal)	Rp 861.500.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
3.	Penjualan Jasa	Rp1.391.000.000	Rp1.460.550.000	Rp1.533.577.500	Rp 1.610.256.375	Rp 1.690.769.194
4.	<b>Pengeluaran</b>	<b>Rp1.370.000.000</b>	<b>Rp1.001.000.000</b>	<b>Rp1.041.040.000</b>	<b>Rp1.082.681.600</b>	<b>Rp1.125.988.864</b>
5.	Biaya Investasi	Rp 407.500.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
6.	Biaya Operasional	Rp 254.000.000	Rp 264.160.000	Rp 274.726.400	Rp 285.715.456	Rp 297.144.074
7.	Biaya Karyawan	Rp 708.500.000	Rp 736.840.000	Rp 766.313.600	Rp 796.966.144	Rp 828.844.790
8.	<b>Penghasilan Sebelum Pajak</b>	<b>Rp 882.500.000</b>	<b>Rp 459.550.000</b>	<b>Rp 492.537.500</b>	<b>Rp 527.574.775</b>	<b>Rp 564.780.330</b>

Sumber : Data diolah

## Lampiran 7

### Proyeksi Laba Rugi

No	Keterangan	Tahun				
		I	II	III	IV	V
1.	Pendapatan	Rp1.391.000.000	Rp 1.460.550.000	p1.533.577.500	Rp1.610.256.375	Rp1.690.769.194
2.	Pengeluaran	Rp 962.500.000	Rp 1.001.000.000	Rp1.041.040.000	Rp1.082.681.600	Rp1.125.988.864
3.	EBIT	Rp 428.500.000	Rp 459.550.000	Rp 492.537.500	Rp 527.574.775	Rp 564.780.330
4.	Pajak Badan	Rp 13.910.000	Rp 14.605.500	Rp 15.335.775	Rp 16.102.564	Rp 16.907.692
5.	EAT	Rp 414.590.000	Rp 444.944.500	Rp 477.201.725	Rp 511.472.211	Rp 547.872.638

Sumber : Data diolah

## Lampiran 8

Tabel 4.13 *Internal Rate of Return*

No	Tahun	Pemasukan Bersih	Suku Bunga Acuan (DF =6%)	Suku Bunga Acuan (DF =50%)	Suku Bunga Acuan (DF =100%)	Suku Bunga Acuan (DF =110%)
1.	Investasi Awal	Rp 407.500.000	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000
2.	I	Rp 414.590.000	0,9434	0,6667	0,5000	0,4762
3.	II	Rp 444.944.500	0,8900	0,4444	0,2500	0,2268
4.	III	Rp 477.201.725	0,8396	0,2963	0,1250	0,1080
5.	IV	Rp 511.472.211	0,7921	0,1975	0,0625	0,0514
6.	V	Rp 547.872.638	0,7473	0,1317	0,0313	0,0245

No	Tahun	PV (DF =6%)	PV (DF =20%)	PV (DF =100%)	PV (DF =110%)	IRR
1.	Investasi Awal	-Rp 407.500.000	-Rp 407.500.000	-Rp 407.500.000	-Rp 407.500.000	105,24 %
2.	I	Rp 391.122.642	Rp 276.393.333	Rp 207.295.000	Rp 197.423.810	
3.	II	Rp 395.999.021	Rp 197.753.111	Rp 111.236.125	Rp 100.894.444	
4.	III	Rp 400.667.770	Rp 141.393.104	Rp 59.650.216	Rp 51.528.099	
5.	IV	Rp 405.133.897	Rp 101.031.548	Rp 31.967.013	Rp 26.299.341	
6.	V	Rp 409.402.306	Rp 72.147.837	Rp 17.121.020	Rp 13.414.767	
	NPV	Rp 94.825.636	Rp 381.218.933	Rp 19.769.374	-Rp 17.939.539	

Sumber : Data diolah

### Lampiran 9

Analisis sensitivitas penurunan pendapatan bersih karena peningkatan beban biaya dan penurunan omset

No	Tahun	Pemasukan Bersih	Suku Bunga Acuan (DF =4%)	Suku Bunga Acuan (DF =6%)	Suku Bunga Acuan (DF =10%)	Suku Bunga Acuan (DF =15%)	Suku Bunga Acuan (DF =20%)
1.	Investasi Awal	Rp 407.500.000	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000
2.	I	Rp 414.590.000	0,9615	0,9434	0,9091	0,8696	0,8333
3.	II	Rp 444.944.500	0,9246	0,8900	0,8264	0,7561	0,6944
4.	III	Rp 477.201.725	0,8890	0,8396	0,7513	0,6575	0,5787
5.	IV	Rp 511.472.211	0,8548	0,7921	0,6830	0,5718	0,4823
6.	V	Rp 547.872.638	0,8219	0,7473	0,6209	0,4972	0,4019

No	Tahun	PV (DF =4%)	PV (DF =6%)	PV (DF =10%)	PV (DF =15%)	PV (DF =20%)
1.	Investasi Awal	Rp 407.500.000	Rp 407.500.000	Rp 407.500.000	Rp 407.500.000	Rp 407.500.000
2.	I	Rp 398.644.231	Rp 391.122.642	Rp 376.900.000	Rp 360.513.043	Rp 345.491.667
3.	II	Rp 411.376.202	Rp 395.999.021	Rp 367.722.727	Rp 336.441.966	Rp 308.989.236
4.	III	Rp 424.230.596	Rp 400.667.770	Rp 358.528.719	Rp 313.767.880	Rp 276.158.406
5.	IV	Rp 437.208.590	Rp 405.133.897	Rp 349.342.402	Rp 292.435.897	Rp 246.659.052
6.	V	Rp 450.311.372	Rp 409.402.306	Rp 340.185.803	Rp 272.389.529	Rp 220.177.725
	NPV	Rp 2.529.270.990	Rp2.409.825.636	Rp 2.200.179.652	Rp1.983.048.316	Rp 1.804.976.086

Sumber : Data diolah

### Lampiran 10.A

Analisa Sensitivitas “Kenaikan biaya operasional, biaya karyawan, dan lainnya sebesar 10%”

No	Keterangan	Tahun					Investasi	Keterangan Layak
		I	II	III	IV	V		
1.	Total Pendapatan	Rp 1.391.000.000	Rp 1.460.550.000	Rp 1.533.577.500	Rp 1.610.256.375	Rp 1.690.769.194	Rp 407.500.000	
2.	Total Pengeluaran	Rp 1.058.750.000	Rp 1.101.100.000	Rp 1.145.144.000	Rp 1.190.949.760	Rp 1.238.587.750		
3.	Pajak Usaha	Rp 13.910.000	Rp 14.605.500	Rp 15.335.775	Rp 16.102.564	Rp 16.907.692		
4.	Pendapatan bersih	Rp 318.340.000	Rp 344.844.500	Rp 373.097.725	Rp 403.204.051	Rp 435.273.751		
5.	Suku Bunga Acuan (DF =4%)	0,9615	0,9246	0,8890	0,8548	0,8219	NPV	
6.	Suku Bunga Acuan (DF =6%)	0,9434	0,8900	0,8396	0,7921	0,7473		
7.	Suku Bunga Acuan (DF =10%)	0,9091	0,8264	0,7513	0,6830	0,6209		
8.	Suku Bunga Acuan (DF =15%)	0,8696	0,7561	0,6575	0,5718	0,4972		
9.	Suku Bunga Acuan (DF =20%)	0,8333	0,6944	0,5787	0,4823	0,4019		
10.	PV (DF =4%)	Rp 306.096.154	Rp 318.828.125	Rp 331.682.519	Rp 344.660.513	Rp 357.763.295	Rp 1.251.530.606	Layak
11.	PV (DF =6%)	Rp 300.320.755	Rp 306.910.377	Rp 313.260.044	Rp 319.375.374	Rp 325.261.868	Rp 1.157.628.419	Layak
12.	PV (DF =10%)	Rp 289.400.000	Rp 284.995.455	Rp 280.313.843	Rp 275.393.792	Rp 270.270.754	Rp 992.873.843	Layak
13.	PV (DF =15%)	Rp 276.817.391	Rp 260.751.985	Rp 245.317.810	Rp 230.533.225	Rp 216.407.983	Rp 822.328.394	Layak
14.	PV (DF =20%)	Rp 265.283.333	Rp 239.475.347	Rp 215.913.035	Rp 194.446.398	Rp 174.926.758	Rp 682.544.872	Layak

Sumber : Data diolah

### Lampiran 10.B

Analisa Sensitivitas “Karena kenaikan biaya operasional, biaya karyawan, dan lainnya sebesar 20%”

No	Keterangan	Tahun					Investasi	Keterangan Layak	
		I	II	III	IV	V			
1.	Total Pendapatan	Rp 1.391.000.000	Rp 1.460.550.000	Rp 1.533.577.500	Rp 1.610.256.375	Rp 1.690.769.194	Rp 407.500.000		
2.	Total Pengeluaran	Rp 1.155.000.000	Rp 1.201.200.000	Rp 1.249.248.000	Rp 1.299.217.920	Rp 1.351.186.637			
3.	Pajak Usaha	Rp 13.910.000	Rp 14.605.500	Rp 15.335.775	Rp 16.102.564	Rp 16.907.692			
4.	Pendapatan bersih	Rp 222.090.000	Rp 244.744.500	Rp 268.993.725	Rp 294.935.891	Rp 322.674.865			
5.	Suku Bunga Acuan (DF =4%)	0,9615	0,9246	0,8890	0,8548	0,8219	NPV		
6.	Suku Bunga Acuan (DF =6%)	0,9434	0,8900	0,8396	0,7921	0,7473			
7.	Suku Bunga Acuan (DF =10%)	0,9091	0,8264	0,7513	0,6830	0,6209			
8.	Suku Bunga Acuan (DF =15%)	0,8696	0,7561	0,6575	0,5718	0,4972			
9.	Suku Bunga Acuan (DF =20%)	0,8333	0,6944	0,5787	0,4823	0,4019			
10.	PV (DF =4%)	Rp 213.548.077	Rp 226.280.048	Rp 239.134.442	Rp 252.112.436	Rp 265.215.218	Rp 788.790.221		Layak
11.	PV (DF =6%)	Rp 209.518.868	Rp 217.821.734	Rp 225.852.319	Rp 233.616.851	Rp 241.121.430	Rp 720.431.201		Layak
12.	PV (DF =10%)	Rp 201.900.000	Rp 202.268.182	Rp 202.098.967	Rp 201.445.182	Rp 200.355.704	Rp 600.568.035		Layak
13.	PV (DF =15%)	Rp 193.121.739	Rp 185.062.004	Rp 176.867.741	Rp 168.630.553	Rp 160.426.436	Rp 476.608.473	Layak	
14.	PV (DF =20%)	Rp 185.075.000	Rp 169.961.458	Rp 155.667.665	Rp 142.233.744	Rp 129.675.791	Rp 375.113.658	Layak	

Sumber : Data diolah

### Lampiran 10.C

Analisa Sensitivitas “Kenaikan biaya operasional, biaya karyawan, dan lainnya sebesar 30%”

No	Keterangan	Tahun					Investasi	Keterangan Layak	
		I	II	III	IV	V			
1.	Total Pendapatan	Rp 1.391.000.000	Rp 1.460.550.000	Rp 1.533.577.500	Rp 1.610.256.375	Rp 1.690.769.194	Rp 407.500.000		
2.	Total Pengeluaran	Rp 1.251.250.000	Rp 1.301.300.000	Rp 1.353.352.000	Rp 1.407.486.080	Rp 1.463.785.523			
3.	Pajak Usaha	Rp 13.910.000	Rp 14.605.500	Rp 15.335.775	Rp 16.102.564	Rp 16.907.692			
4.	Pendapatan bersih	Rp 125.840.000	Rp 144.644.500	Rp 164.889.725	Rp 186.667.731	Rp 210.075.979			
5.	Suku Bunga Acuan (DF =4%)	0,9615	0,9246	0,8890	0,8548	0,8219	NPV		
6.	Suku Bunga Acuan (DF =6%)	0,9434	0,8900	0,8396	0,7921	0,7473			
7.	Suku Bunga Acuan (DF =10%)	0,9091	0,8264	0,7513	0,6830	0,6209			
8.	Suku Bunga Acuan (DF =15%)	0,8696	0,7561	0,6575	0,5718	0,4972			
9.	Suku Bunga Acuan (DF =20%)	0,8333	0,6944	0,5787	0,4823	0,4019			
10.	PV (DF =4%)	Rp 121.000.000	Rp 133.731.971	Rp 146.586.365	Rp 159.564.359	Rp 172.667.141	Rp 326.049.837		Layak
11.	PV (DF =6%)	Rp 118.716.981	Rp 128.733.090	Rp 138.444.593	Rp 147.858.327	Rp 156.980.992	Rp 283.233.983		Layak
12.	PV (DF =10%)	Rp 114.400.000	Rp 119.540.909	Rp 123.884.091	Rp 127.496.572	Rp 130.440.655	Rp 208.262.227		Layak
13.	PV (DF =15%)	Rp 109.426.087	Rp 109.372.023	Rp 108.417.671	Rp 106.727.881	Rp 104.444.889	Rp 130.888.551	Layak	
14.	PV (DF =20%)	Rp 104.866.667	Rp 100.447.569	Rp 95.422.295	Rp 90.021.090	Rp 84.424.824	Rp 67.682.444	Layak	

Sumber : Data diolah

### Lampiran 10.D

Analisa Sensitivitas “Kenaikan biaya operasional, biaya karyawan, dan lainnya sebesar 40%”

No	Keterangan	Tahun					Investasi	Keterangan Layak	
		I	II	III	IV	V			
1.	Total Pendapatan	Rp 1.391.000.000	Rp 1.460.550.000	Rp 1.533.577.500	Rp 1.610.256.375	Rp 1.690.769.194	Rp 407.500.000		
2.	Total Pengeluaran	Rp 1.347.500.000	Rp 1.401.400.000	Rp 1.457.456.000	Rp 1.515.754.240	Rp 1.576.384.410			
3.	Pajak Usaha	Rp 13.910.000	Rp 14.605.500	Rp 15.335.775	Rp 16.102.564	Rp 16.907.692			
4.	Pendapatan bersih	Rp 29.590.000	Rp 44.544.500	Rp 60.785.725	Rp 78.399.571	Rp 97.477.092			
5.	Suku Bunga Acuan (DF =4%)	0,9615	0,9246	0,8890	0,8548	0,8219	NPV		
6.	Suku Bunga Acuan (DF =6%)	0,9434	0,8900	0,8396	0,7921	0,7473			
7.	Suku Bunga Acuan (DF =10%)	0,9091	0,8264	0,7513	0,6830	0,6209			
8.	Suku Bunga Acuan (DF =15%)	0,8696	0,7561	0,6575	0,5718	0,4972			
9.	Suku Bunga Acuan (DF =20%)	0,8333	0,6944	0,5787	0,4823	0,4019			
10.	PV (DF =4%)	Rp 28.451.923	Rp 41.183.894	Rp 54.038.288	Rp 67.016.282	Rp 80.119.064	-Rp 136.690.548		Tidak layak
11.	PV (DF =6%)	Rp 27.915.094	Rp 39.644.446	Rp 51.036.867	Rp 62.099.804	Rp 72.840.554	-Rp 153.963.235		Tidak layak
12.	PV (DF =10%)	Rp 26.900.000	Rp 36.813.636	Rp 45.669.215	Rp 53.547.962	Rp 60.525.605	-Rp 184.043.582		Tidak layak
13.	PV (DF =15%)	Rp 25.730.435	Rp 33.682.042	Rp 39.967.601	Rp 44.825.209	Rp 48.463.342	-Rp 214.831.371	Tidak layak	
14.	PV (DF =20%)	Rp 24.658.333	Rp 30.933.681	Rp 35.176.924	Rp 37.808.435	Rp 39.173.857	-Rp 239.748.770	Tidak layak	

Sumber : Data diolah

### Lampiran 10.E

Analisa Sensitivitas “Kenaikan biaya operasional, biaya karyawan, dan lainnya sebesar 50%”

No	Keterangan	Tahun					Investasi	Keterangan	
		I	II	III	IV	V			
1.	Total Pendapatan	Rp 1.391.000.000	Rp 1.460.550.000	Rp 1.533.577.500	Rp 1.610.256.375	Rp 1.690.769.194	Rp 407.500.000		
2.	Total Pengeluaran	Rp 1.443.750.000	Rp 1.501.500.000	Rp 1.561.560.000	Rp 1.624.022.400	Rp 1.688.983.296			
3.	Pajak Usaha	Rp 13.910.000	Rp 14.605.500	Rp 15.335.775	Rp 16.102.564	Rp 16.907.692			
4.	Pendapatan bersih	-Rp 66.660.000	-Rp 55.555.500	-Rp 43.318.275	-Rp 29.868.589	-Rp 15.121.794			
5.	Suku Bunga Acuan (DF =4%)	0,9615	0,9246	0,8890	0,8548	0,8219	NPV		
6.	Suku Bunga Acuan (DF =6%)	0,9434	0,8900	0,8396	0,7921	0,7473			
7.	Suku Bunga Acuan (DF =10%)	0,9091	0,8264	0,7513	0,6830	0,6209			
8.	Suku Bunga Acuan (DF =15%)	0,8696	0,7561	0,6575	0,5718	0,4972			
9.	Suku Bunga Acuan (DF =20%)	0,8333	0,6944	0,5787	0,4823	0,4019			
10.	PV (DF =4%)	-Rp 64.096.154	-Rp 51.364.183	-Rp 38.509.789	-Rp 25.531.795	-Rp 12.429.013	-Rp 599.430.933		Tidak layak
11.	PV (DF =6%)	-Rp 62.886.792	-Rp 49.444.197	-Rp 36.370.859	-Rp 23.658.720	-Rp 11.299.884	-Rp 591.160.453		Tidak layak
12.	PV (DF =10%)	-Rp 60.600.000	-Rp 45.913.636	-Rp 32.545.661	-Rp 20.400.648	-Rp 9.389.444	-Rp 576.349.390		Tidak layak
13.	PV (DF =15%)	-Rp 57.965.217	-Rp 42.007.940	-Rp 28.482.469	-Rp 17.077.463	-Rp 7.518.204	-Rp 560.551.293	Tidak layak	
14.	PV (DF =20%)	-Rp 55.550.000	-Rp 38.580.208	-Rp 25.068.446	-Rp 14.404.219	-Rp 6.077.110	-Rp 547.179.984	Tidak layak	

Sumber : Data diolah

### Lampiran 11.A

Analisa Sensitivitas “Penurunan jumlah pendapatan bruto (Omset) sebesar 10%”

No	Keterangan	Tahun					Investasi	Keterangan Layak	
		I	II	III	IV	V			
1.	Total Pendapatan	Rp 1.251.900.000	Rp 1.314.495.000	Rp 1.380.219.750	Rp 1.449.230.738	Rp 1.521.692.274	Rp 407.500.000		
2.	Total Pengeluaran	Rp 772.500.000	Rp 803.400.000	Rp 835.536.000	Rp 868.957.440	Rp 903.715.738			
3.	Pajak Usaha	Rp 12.519.000	Rp 13.144.950	Rp 13.802.198	Rp 14.492.307	Rp 15.216.923			
4.	Pendapatan bersih	Rp 466.881.000	Rp 497.950.050	Rp 530.881.553	Rp 565.780.990	Rp 602.759.614			
5.	Suku Bunga Acuan (DF =4%)	0,9615	0,9246	0,8890	0,8548	0,8219	NPV		
6.	Suku Bunga Acuan (DF =6%)	0,9434	0,8900	0,8396	0,7921	0,7473			
7.	Suku Bunga Acuan (DF =10%)	0,9091	0,8264	0,7513	0,6830	0,6209			
8.	Suku Bunga Acuan (DF =15%)	0,8696	0,7561	0,6575	0,5718	0,4972			
9.	Suku Bunga Acuan (DF =20%)	0,8333	0,6944	0,5787	0,4823	0,4019			
10.	PV (DF =4%)	Rp 448.924.038	Rp 460.382.813	Rp 471.951.767	Rp 483.631.962	Rp 495.424.466	Rp 1.952.815.045		Layak
11.	PV (DF =6%)	Rp 440.453.774	Rp 443.173.772	Rp 445.738.388	Rp 448.151.537	Rp 450.417.048	Rp 1.820.434.519		Layak
12.	PV (DF =10%)	Rp 424.437.273	Rp 411.528.967	Rp 398.859.168	Rp 386.436.029	Rp 374.266.297	Rp 1.588.027.734		Layak
13.	PV (DF =15%)	Rp 405.983.478	Rp 376.521.777	Rp 349.063.238	Rp 323.487.117	Rp 299.678.057	Rp 1.347.233.668	Layak	
14.	PV (DF =20%)	Rp 389.067.500	Rp 345.798.646	Rp 307.223.121	Rp 272.849.629	Rp 242.235.570	Rp 1.149.674.465	Layak	

Sumber : Data diolah

**Lampiran 11.B**

Analisa Sensitivitas “Penurunan jumlah pendapatan bruto (Omset) sebesar 20%”

No	Keterangan	Tahun					Investasi	Keterangan Layak	
		I	II	III	IV	V			
1.	Total Pendapatan	Rp 1.112.800.000	Rp 1.168.440.000	Rp 1.226.862.000	Rp 1.288.205.100	Rp 1.352.615.355	Rp 407.500.000		
2.	Total Pengeluaran	Rp 962.500.000	Rp 1.001.000.000	Rp 1.041.040.000	Rp 1.082.681.600	Rp 1.125.988.864			
3.	Pajak Usaha	Rp 11.128.000	Rp 11.684.400	Rp 12.268.620	Rp 12.882.051	Rp 13.526.154			
4.	Pendapatan bersih	Rp 139.172.000	Rp 155.755.600	Rp 173.553.380	Rp 192.641.449	Rp 213.100.337			
5.	Suku Bunga Acuan (DF =4%)	0,9615	0,9246	0,8890	0,8548	0,8219	NPV		
6.	Suku Bunga Acuan (DF =6%)	0,9434	0,8900	0,8396	0,7921	0,7473			
7.	Suku Bunga Acuan (DF =10%)	0,9091	0,8264	0,7513	0,6830	0,6209			
8.	Suku Bunga Acuan (DF =15%)	0,8696	0,7561	0,6575	0,5718	0,4972			
9.	Suku Bunga Acuan (DF =20%)	0,8333	0,6944	0,5787	0,4823	0,4019			
10.	PV (DF =4%)	Rp 133.819.231	Rp 144.004.808	Rp 154.288.323	Rp 164.670.718	Rp 175.152.944	Rp 364.436.023		Layak
11.	PV (DF =6%)	Rp 131.294.340	Rp 138.621.930	Rp 145.718.764	Rp 152.590.071	Rp 159.240.969	Rp 319.966.073		Layak
12.	PV (DF =10%)	Rp 126.520.000	Rp 128.723.636	Rp 130.393.223	Rp 131.576.702	Rp 132.318.543	Rp 242.032.105		Layak
13.	PV (DF =15%)	Rp 121.019.130	Rp 117.773.611	Rp 114.114.165	Rp 110.143.374	Rp 105.948.530	Rp 161.498.809	Layak	
14.	PV (DF =20%)	Rp 115.976.667	Rp 108.163.611	Rp 100.435.984	Rp 92.901.933	Rp 85.640.246	Rp 95.618.441	Layak	

Sumber : Data diolah

### Lampiran 11.C

Analisa Sensitivitas “Penurunan jumlah pendapatan bruto (Omset) sebesar 30%”

No	Keterangan	Tahun					Investasi	Keterangan Layak	
		I	II	III	IV	V			
1.	Total Pendapatan	Rp 973.700.000	Rp 1.022.385.000	Rp 1.073.504.250	Rp 1.127.179.463	Rp 1.183.538.436	Rp 407.500.000		
2.	Total Pengeluaran	Rp 962.500.000	Rp 1.001.000.000	Rp 1.041.040.000	Rp 1.082.681.600	Rp 1.125.988.864			
3.	Pajak Usaha	Rp 9.737.000	Rp 10.223.850	Rp 10.735.043	Rp 11.271.795	Rp 11.835.384			
4.	Pendapatan bersih	Rp 1.463.000	Rp 11.161.150	Rp 21.729.208	Rp 33.226.068	Rp 45.714.187			
5.	Suku Bunga Acuan (DF =4%)	0,9615	0,9246	0,8890	0,8548	0,8219	NPV		
6.	Suku Bunga Acuan (DF =6%)	0,9434	0,8900	0,8396	0,7921	0,7473			
7.	Suku Bunga Acuan (DF =10%)	0,9091	0,8264	0,7513	0,6830	0,6209			
8.	Suku Bunga Acuan (DF =15%)	0,8696	0,7561	0,6575	0,5718	0,4972			
9.	Suku Bunga Acuan (DF =20%)	0,8333	0,6944	0,5787	0,4823	0,4019			
10.	PV (DF =4%)	Rp 1.406.731	Rp 10.319.111	Rp 19.317.186	Rp 28.401.782	Rp 37.573.730	-Rp 310.481.461		Tidak layak
11.	PV (DF =6%)	Rp 1.380.189	Rp 9.933.384	Rp 18.244.262	Rp 26.318.158	Rp 34.160.300	-Rp 317.463.708		Tidak layak
12.	PV (DF =10%)	Rp 1.330.000	Rp 9.224.091	Rp 16.325.475	Rp 22.693.851	Rp 28.384.914	-Rp 329.541.669		Tidak layak
13.	PV (DF =15%)	Rp 1.272.174	Rp 8.439.433	Rp 14.287.307	Rp 18.997.112	Rp 22.728.030	-Rp 341.775.944	Tidak layak	
14.	PV (DF =20%)	Rp 1.219.167	Rp 7.750.799	Rp 12.574.773	Rp 16.023.374	Rp 18.371.507	-Rp 351.560.381	Tidak layak	

Sumber : Data diolah

### Lampiran 11.D

Analisa Sensitivitas “Penurunan jumlah pendapatan bruto (Omset) sebesar 40%”

No	Keterangan	Tahun					Investasi	Keterangan Layak
		I	II	III	IV	V		
1.	Total Pendapatan	Rp 834.600.000	Rp 876.330.000	Rp 920.146.500	Rp 966.153.825	Rp 1.014.461.516	Rp 407.500.000	
2.	Total Pengeluaran	Rp 962.500.000	Rp 1.001.000.000	Rp 1.041.040.000	Rp 1.082.681.600	Rp 1.125.988.864		
3.	Pajak Usaha	Rp 8.346.000	Rp 8.763.300	Rp 9.201.465	Rp 9.661.538	Rp 10.144.615		
4.	Pendapatan bersih	-Rp 136.246.000	-Rp 133.433.300	-Rp 130.094.965	-Rp 126.189.313	-Rp 121.671.963		
5.	Suku Bunga Acuan (DF =4%)	0,9615	0,9246	0,8890	0,8548	0,8219	NPV	
6.	Suku Bunga Acuan (DF =6%)	0,9434	0,8900	0,8396	0,7921	0,7473		
7.	Suku Bunga Acuan (DF =10%)	0,9091	0,8264	0,7513	0,6830	0,6209		
8.	Suku Bunga Acuan (DF =15%)	0,8696	0,7561	0,6575	0,5718	0,4972		
9.	Suku Bunga Acuan (DF =20%)	0,8333	0,6944	0,5787	0,4823	0,4019		
10.	PV (DF =4%)	-Rp 131.005.769	-Rp 123.366.587	-Rp 115.653.950	-Rp 107.867.154	-Rp 100.005.484	-Rp 985.398.944	Tidak layak
11.	PV (DF =6%)	-Rp 128.533.962	-Rp 118.755.162	-Rp 109.230.241	-Rp 99.953.755	-Rp 90.920.369	-Rp 954.893.490	Tidak layak
12.	PV (DF =10%)	-Rp 123.860.000	-Rp 110.275.455	-Rp 97.742.273	-Rp 86.188.999	-Rp 75.548.716	-Rp 901.115.442	Tidak layak
13.	PV (DF =15%)	-Rp 118.474.783	-Rp 100.894.745	-Rp 85.539.551	-Rp 72.149.149	-Rp 60.492.469	-Rp 845.050.697	Tidak layak
14.	PV (DF =20%)	-Rp 113.538.333	-Rp 92.662.014	-Rp 75.286.438	-Rp 60.855.186	-Rp 48.897.233	-Rp 798.739.204	Tidak layak

Sumber : Data diolah

**Lampiran 11.E**

Analisa Sensitivitas “Penurunan jumlah pendapatan bruto (Omset) sebesar 50%”

No	Keterangan	Tahun					Investasi	Keterangan Layak	
		I	II	III	IV	V			
1.	Total Pendapatan	Rp 695.500.000	Rp 730.275.000	Rp 766.788.750	Rp 805.128.188	Rp 845.384.597	Rp 407.500.000		
2.	Total Pengeluaran	Rp 962.500.000	Rp 1.001.000.000	Rp 1.041.040.000	Rp 1.082.681.600	Rp 1.125.988.864			
3.	Pajak Usaha	Rp 6.955.000	Rp 7.302.750	Rp 7.667.888	Rp 8.051.282	Rp 8.453.846			
4.	Pendapatan bersih	-Rp 273.955.000	-Rp 278.027.750	-Rp 281.919.138	-Rp 285.604.694	-Rp 289.058.113			
5.	Suku Bunga Acuan (DF =4%)	0,9615	0,9246	0,8890	0,8548	0,8219	NPV		
6.	Suku Bunga Acuan (DF =6%)	0,9434	0,8900	0,8396	0,7921	0,7473			
7.	Suku Bunga Acuan (DF =10%)	0,9091	0,8264	0,7513	0,6830	0,6209			
8.	Suku Bunga Acuan (DF =15%)	0,8696	0,7561	0,6575	0,5718	0,4972			
9.	Suku Bunga Acuan (DF =20%)	0,8333	0,6944	0,5787	0,4823	0,4019			
10.	PV (DF =4%)	-Rp 263.418.269	-Rp 257.052.284	-Rp 250.625.087	-Rp 244.136.090	-Rp 237.584.699	-Rp 1.660.316.428		Tidak layak
11.	PV (DF =6%)	-Rp 258.448.113	-Rp 247.443.708	-Rp 236.704.744	-Rp 226.225.669	-Rp 216.001.037	-Rp 1.592.323.271		Tidak layak
12.	PV (DF =10%)	-Rp 249.050.000	-Rp 229.775.000	-Rp 211.810.021	-Rp 195.071.849	-Rp 179.482.346	-Rp 1.472.689.216		Tidak layak
13.	PV (DF =15%)	-Rp 238.221.739	-Rp 210.228.922	-Rp 185.366.409	-Rp 163.295.411	-Rp 143.712.969	-Rp 1.348.325.451	Tidak layak	
14.	PV (DF =20%)	-Rp 228.295.833	-Rp 193.074.826	-Rp 163.147.649	-Rp 137.733.745	-Rp 116.165.973	-Rp 1.245.918.027	Tidak layak	

Sumber : Data diolah

**Lampiran 12****[Seri 2010] PDB Triwulanan Atas Dasar Harga Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha (Miliar Rupiah), 2010-2013**

PDB Lapangan Usaha (Seri 2010)	[Seri 2010] PDB Seri 2010 (Milyar Rupiah)			
	Harga Konstan 2010			
	2010	2011	2012	2013
	Tahunan	Tahunan	Tahunan	Tahunan
<b>A. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan</b>	956 119.70	993 857.30	1 039 440.70	1 083 141.80
1. Pertanian, Peternakan, Perburuan dan Jasa Pertanian	754 434.40	780 581.10	816 304.40	847 763.70
a. Tanaman Pangan	253 326.60	250 787.40	263 076.20	268 268.20
b. Tanaman Hortikultura	110 395.30	120 079.30	117 424.50	118 207.70
c. Tanaman Perkebunan	268 207.30	281 465.00	301 019.50	319 532.60
d. Peternakan	108 399.90	113 603.30	119 249.80	125 302.30
e. Jasa Pertanian dan Perburuan	14 105.30	14 646.10	15 534.40	16 452.90
2. Kehutanan dan Penebangan Kayu	58 125.90	58 731.00	58 872.00	59 228.80
3. Perikanan	143 559.40	154 545.20	164 264.30	176 149.30
<b>B. Pertambangan dan Penggalian</b>	718 128.60	748 956.30	771 561.60	791 054.40
1. Pertambangan Minyak, Gas dan Panas Bumi	336 169.70	335 737.10	323 632.40	313 328.10
2. Pertambangan Batubara dan Lignit	160 732.50	199 244.00	230 589.20	247 594.60
3. Pertambangan Bijih Logam	109 244.20	95 413.70	91 614.50	98 608.60
4. Pertambangan dan Penggalian Lainnya	111 982.20	118 561.50	125 725.50	131 523.10
<b>C. Industri Pengolahan</b>	1 512 760.80	1 607 452.00	1 697 787.20	1 771 961.90
1. Industri Batubara dan Pengilangan Migas	233 822.20	233 051.90	227 456.10	221 449.90
<b>Industri Pengolahan Non Migas</b>	1 278 938.60	1 374 400.10	1 470 331.10	1 550 512.00
1. Industri Makanan dan Minuman	360 443.10	400 003.70	441 341.70	459 283.00
2. Industri Pengolahan Tembakau	67 249.40	67 096.80	73 011.40	72 814.00
3. Industri Tekstil dan Pakaian Jadi	96 306.90	102 561.10	108 753.60	115 913.10

4. Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki	19 697.20	21 852.30	20 665.30	21 745.70
5. Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus dan Barang Anyaman dari Bambu, Rotan dan Sejenisnya	56 775.10	55 230.90	54 786.90	58 180.60
6. Industri Kertas dan Barang dari Kertas; Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman	67 984.80	70 631.60	68 590.40	68 229.40
7. Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional	114 332.40	124 230.70	140 101.80	147 248.60
8. Industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik	66 763.00	68 152.60	73 307.40	71 945.70
9. Industri Barang Galian bukan Logam	50 948.30	54 909.80	59 252.40	61 228.70
10. Industri Logam Dasar	54 471.50	61 859.70	60 888.70	67 972.40
11. Industri Barang Logam; Komputer, Barang Elektronik, Optik; dan Peralatan Listrik	130 750.50	142 245.00	158 803.50	173 452.40
12. Industri Mesin dan Perlengkapan	23 767.20	25 794.50	25 436.70	24 163.80
13. Industri Alat Angkutan	134 260.20	142 815.20	148 905.40	171 165.50
14. Industri Furnitur	20 069.30	22 061.80	21 588.50	22 375.40
15. Industri Pengolahan Lainnya; Jasa Reparasi dan Pemasangan Mesin dan Peralatan	15 119.70	14 954.40	14 897.40	14 793.70
<b>D. Pengadaan Listrik dan Gas</b>	<b>72 549.10</b>	<b>76 678.10</b>	<b>84 393.00</b>	<b>88 805.10</b>
1. Ketenagalistrikan	58 866.50	63 384.50	70 826.50	75 050.70
2. Pengadaan Gas dan Produksi Es	13 682.60	13 293.60	13 566.50	13 754.40
<b>E. Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang</b>	<b>5 848.50</b>	<b>6 125.10</b>	<b>6 329.80</b>	<b>6 539.90</b>
<b>F. Konstruksi</b>	<b>626 905.40</b>	<b>683 421.90</b>	<b>728 226.40</b>	<b>772 719.60</b>
<b>G. Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor</b>	<b>923 923.80</b>	<b>1 013 199.60</b>	<b>1 067 911.50</b>	<b>1 119 272.10</b>
1. Perdagangan Mobil, Sepeda Motor dan Reparasinya	182 140.50	190 877.70	203 430.90	218 291.10
2. Perdagangan Besar dan Eceran, Bukan Mobil dan Sepeda Motor	741 783.30	822 321.90	864 480.60	900 981.00

<b>H. Transportasi dan Pergudangan</b>	245 375.40	265 774.00	284 662.60	304 506.20
1. Angkutan Rel	2 374.70	2 297.90	2 201.70	2 336.90
2. Angkutan Darat	135 485.60	145 018.60	155 851.80	167 559.50
3. Angkutan Laut	21 715.30	23 541.50	25 600.80	27 372.40
4. Angkutan Sungai Danau dan Penyeberangan	8 113.10	8 813.30	9 057.00	9 469.20
5. Angkutan Udara	38 304.20	43 917.40	47 030.30	49 263.20
6. Pergudangan dan Jasa Penunjang Angkutan; Pos dan Kurir	39 382.50	42 185.30	44 921.00	48 505.00
<b>I. Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum</b>	200 281.80	214 022.00	228 232.60	243 748.30
1. Penyediaan Akomodasi	35 764.30	39 784.90	43 567.40	47 699.60
2. Penyediaan Makan Minum	164 517.50	174 237.10	184 665.20	196 048.70
<b>J. Informasi dan Komunikasi</b>	256 048.10	281 693.80	316 278.70	349 150.10
<b>K. Jasa Keuangan dan Asuransi</b>	239 728.40	256 443.00	280 896.10	305 515.10
1. Jasa Perantara Keuangan	149 842.70	158 503.70	175 168.10	192 098.00
2. Asuransi dan Dana Pensiun	51 410.50	55 801.80	60 045.00	64 661.30
3. Jasa Keuangan Lainnya	32 701.70	35 860.20	38 867.70	41 371.70
4. Jasa Penunjang Keuangan	5 773.50	6 277.30	6 815.30	7 384.10
<b>L. Real Estate</b>	198 213.50	213 441.40	229 254.20	244 237.50
<b>M,N. Jasa Perusahaan</b>	99 085.40	108 239.30	116 293.30	125 490.70
<b>O. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib</b>	259 646.10	276 336.80	282 235.30	289 448.90
<b>P. Jasa Pendidikan</b>	201 559.50	215 029.10	232 704.30	250 016.20
<b>Q. Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial</b>	66 444.70	72 592.10	78 380.10	84 621.40
<b>R,S,T,U. Jasa lainnya</b>	101 061.00	109 372.40	115 675.40	123 083.10
<b>A. NILAI TAMBAH BRUTO ATAS HARGA DASAR</b>	6 683 679.80	7 142 634.20	7 560 262.80	7 953 312.30
<b>B. PAJAK DIKURANG SUBSIDI ATAS PRODUK</b>	180 453.30	145 001.10	166 820.60	203 185.50
<b>C. PRODUK DOMESTIK BRUTO</b>	6 864 133.10	7 287 635.30	7 727 083.40	8 156 497.80

**Lampiran 13****[Seri 2010] PDB Triwulanan Atas Dasar Harga Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha (Miliar Rupiah), 2014-2018**

PDB Lapangan Usaha (Seri 2010)	[Seri 2010] PDB Seri 2010 (Milyar Rupiah)				
	Harga Konstan 2010				
	2014	2015	2016	2017	2018
	Tahunan	Tahunan	Tahunan	Tahunan	Tahunan
<b>A. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan</b>	1 129 052.70	1 171 445.80	1 210 955.50	1 257 875.50	1 307 025.70
1. Pertanian, Peternakan, Perburuan dan Jasa Pertanian	880 389.50	906 805.50	936 356.90	969 773.90	1 005 440.80
a. Tanaman Pangan	268 426.90	280 018.80	287 216.50	293 858.00	298 201.30
b. Tanaman Hortikultura	124 300.90	127 110.00	130 832.30	135 647.00	145 133.60
c. Tanaman Perkebunan	338 502.20	345 164.90	357 137.70	373 054.00	387 501.50
d. Peternakan	132 221.10	136 936.40	143 036.50	148 357.10	155 152.20
e. Jasa Pertanian dan Perburuan	16 938.40	17 575.40	18 133.90	18 857.80	19 452.20
2. Kehutanan dan Penebangan Kayu	59 573.50	60 623.50	60 002.00	61 250.60	62 944.00
3. Perikanan	189 089.70	204 016.80	214 596.60	226 851.00	238 640.90
<b>B. Pertambangan dan Penggalian</b>	794 489.50	767 327.20	774 593.10	779 678.40	796 505.00
1. Pertambangan Minyak, Gas dan Panas Bumi	307 161.70	307 325.80	313 743.90	302 653.00	298 420.10
2. Pertambangan Batubara dan Lignit	251 073.60	232 725.30	223 098.60	226 478.90	235 561.40
3. Pertambangan Bijih Logam	98 257.90	87 702.90	89 303.20	95 150.40	103 719.40
4. Pertambangan dan Penggalian Lainnya	137 996.30	139 573.20	148 447.40	155 396.10	158 804.10
<b>C. Industri Pengolahan</b>	1 854 256.70	1 934 533.20	2 016 876.90	2 103 466.10	2 193 266.40
1. Industri Batubara dan Pengilangan Migas	216 750.80	214 312.00	220 392.10	219 849.40	219 729.80
<b>Industri Pengolahan Non Migas</b>	1 637 505.90	1 720 221.20	1 796 484.80	1 883 616.70	1 973 536.60
1. Industri Makanan dan Minuman	502 856.20	540 756.40	585 786.30	639 834.40	690 462.50
2. Industri Pengolahan Tembakau	78 878.70	83 798.70	85 119.70	84 572.40	87 548.70
3. Industri Tekstil dan Pakaian Jadi	117 723.40	112 078.90	111 978.20	116 261.60	126 406.80

4. Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki	22 967.70	23 879.20	25 875.30	26 449.00	28 941.70
5. Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus dan Barang Anyaman dari Bambu, Rotan dan Sejenisnya	61 742.50	60 735.40	61 790.60	61 870.40	62 337.30
6. Industri Kertas dan Barang dari Kertas; Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman	70 670.10	70 556.80	72 399.90	72 640.60	73 681.60
7. Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional	153 191.90	164 843.00	174 469.80	182 380.20	179 791.90
8. Industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik	72 777.30	76 442.10	69 940.90	71 666.80	76 627.80
9. Industri Barang Galian bukan Logam	62 706.80	66 485.20	70 118.70	69 512.90	71 424.40
10. Industri Logam Dasar	72 059.10	76 532.10	77 293.00	81 832.60	89 188.60
11. Industri Barang Logam; Komputer, Barang Elektronik, Optik; dan Peralatan Listrik	178 544.20	192 528.00	200 860.90	206 469.30	205 216.80
12. Industri Mesin dan Perlengkapan	26 259.70	28 250.50	29 676.60	31 325.00	34 297.30
13. Industri Alat Angkutan	178 022.50	182 289.10	190 523.40	197 527.90	205 907.20
14. Industri Furnitur	23 179.90	24 377.40	24 489.80	25 383.70	25 946.00
15. Industri Pengolahan Lainnya; Jasa Reparasi dan Pemasangan Mesin dan Peralatan	15 925.90	16 668.40	16 161.70	15 889.90	15 758.00
<b>D. Pengadaan Listrik dan Gas</b>	94 047.20	94 894.80	100 009.90	101 551.30	107 108.60
1. Ketenagalistrikan	79 581.50	81 407.00	86 580.30	88 663.40	93 318.00
2. Pengadaan Gas dan Produksi Es	14 465.70	13 487.80	13 429.60	12 887.90	13 790.60
<b>E. Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang</b>	6 882.50	7 369.00	7 634.60	7 986.10	8 421.80
<b>F. Konstruksi</b>	826 615.60	879 163.90	925 040.30	987 924.90	1 048 082.80
<b>G. Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor</b>	1 177 297.50	1 207 164.50	1 255 760.80	1 311 762.50	1 376 937.40
1. Perdagangan Mobil, Sepeda Motor dan Reparasinya	229 228.40	229 967.50	239 089.30	250 549.40	262 802.40
2. Perdagangan Besar dan Eceran, Bukan Mobil dan Sepeda Motor	948 069.10	977 197.00	1 016 671.50	1 061 213.10	1 114 135.00

<b>H. Transportasi dan Pergudangan</b>	326 933.00	348 855.90	374 843.40	406 679.40	435 185.30
1. Angkutan Rel	2 823.10	2 948.60	3 050.60	3 630.20	4 018.50
2. Angkutan Darat	180 367.40	192 631.00	206 218.10	222 587.30	238 496.10
3. Angkutan Laut	29 473.70	30 174.00	30 550.90	31 969.10	34 276.40
4. Angkutan Sungai Danau dan Penyeberangan	10 117.60	10 222.20	10 371.90	10 995.10	11 577.10
5. Angkutan Udara	52 255.10	57 671.80	65 295.40	73 084.20	77 346.40
6. Pergudangan dan Jasa Penunjang Angkutan; Pos dan Kurir	51 896.10	55 208.30	59 356.50	64 413.50	69 470.80
<b>I. Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum</b>	257 815.50	268 922.40	282 823.40	298 079.40	314 955.20
1. Penyediaan Akomodasi	51 426.70	54 340.30	57 440.80	60 344.10	62 838.30
2. Penyediaan Makan Minum	206 388.80	214 582.10	225 382.60	237 735.30	252 116.90
<b>J. Informasi dan Komunikasi</b>	384 475.60	421 769.80	459 208.10	503 420.80	538 874.60
<b>K. Jasa Keuangan dan Asuransi</b>	319 825.50	347 269.00	378 279.40	398 959.30	415 579.10
1. Jasa Perantara Keuangan	197 712.20	216 631.20	237 896.40	246 031.80	251 797.20
2. Asuransi dan Dana Pensiun	69 794.60	74 398.10	79 292.80	86 687.90	93 194.50
3. Jasa Keuangan Lainnya	44 464.70	48 013.80	52 472.80	57 272.10	61 402.40
4. Jasa Penunjang Keuangan	7 854.00	8 225.90	8 617.40	8 967.50	9 185.00
<b>L. Real Estate</b>	256 440.20	266 979.60	279 500.50	289 730.40	300 106.70
<b>M,N. Jasa Perusahaan</b>	137 795.30	148 395.50	159 321.70	172 763.80	187 691.10
<b>O. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib</b>	296 329.70	310 054.60	319 965.00	326 570.70	349 506.60
<b>P. Jasa Pendidikan</b>	263 685.00	283 020.10	293 887.60	304 762.10	321 083.60
<b>Q. Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial</b>	91 357.10	97 465.80	102 490.20	109 504.10	117 314.90
<b>R,S,T,U. Jasa lainnya</b>	134 070.10	144 904.20	156 507.50	170 177.30	185 468.90
<b>A. NILAI TAMBAH BRUTO ATAS HARGA DASAR</b>	8 351 368.70	8 699 535.30	9 097 697.90	9 530 892.10	10 003 113.70
<b>B. PAJAK DIKURANG SUBSIDI ATAS PRODUK</b>	213 497.90	282 981.80	336 915.50	381 811.50	422 202.60
<b>C. PRODUK DOMESTIK BRUTO</b>	8 564 866.60	8 982 517.10	9 434 613.40	9 912 703.60	10 425 316.30

**Lampiran 14**  
**PDRB Provinsi Jawa Timur Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha Tahun 2010-2017 (Milyar Rupiah)**

Kategori PDRB	PDRB Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (Milyar Rupiah)							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	133 504.56	148 768.80	168 232.62	186 038.31	208 613.63	232 282.81	246 981.64	258 428.10
Pertambangan dan Penggalian	54 020.53	65 699.27	66 133.85	73 777.25	78 535.12	66 526.21	69 900.27	80 846.20
Industri Pengolahant	292 708.39	326 628.78	365 694.76	397 997.72	445 279.76	495 699.68	536 473.93	586 258.60
Pengadaan Listrik dan Gas	4 491.98	5 617.28	6 016.39	5 168.15	5 612.27	5 948.48	6 201.43	6 675.20
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	1 075.88	1 178.59	1 264.49	1 367.52	1 434.53	1 573.39	1 735.84	1 853.10
<b>Konstruksi</b>	<b>89 693.03</b>	<b>101 262</b>	<b>114 633.99</b>	<b>127 498.90</b>	<b>145 884.63</b>	<b>160 496.35</b>	<b>179 816.56</b>	<b>197 699</b>
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	174 755.50	201 380.81	220 633.02	244 743.87	266 734.05	297 586.56	333 996.36	367 185.20
Transportasi dan Pergudangan	27 082.43	31 264.15	35 923.75	42 435.22	50 000.71	56 741.54	63 290.24	69 176.40
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	47 096.42	53 614.08	60 141.26	67 904.45	79 946.81	91 476.26	104 983.22	116 058.30
Informasi dan Komunikasi	47 548.21	52 160.61	59 013.46	66 085.76	69 883.10	77 087.45	85 149.76	92 928.70
Jasa Keuangan dan Asuransi	22 070.51	25 503.93	30 517.54	36 441.10	41 204.81	46 447.11	51 655.34	55 033.10

<b>Real Estate</b>	<b>16 306.30</b>	<b>18 428.34</b>	<b>20 116.88</b>	<b>22 540.31</b>	<b>24 123.31</b>	<b>27 560.77</b>	<b>29 907.42</b>	<b>32 080.20</b>
Jasa Perusahaan	7 774.01	8 651.27	9 596.67	10 904.70	12 177.87	13 538.46	14 894.07	16 255.90
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	26 534.09	29 169.31	33 140.66	34 694.83	35 658.50	39 137.39	43 157.18	45 740.70
Jasa Pendidikan	24 944.81	28 004.39	32 880.67	37 680.74	41 970.80	46 006.23	49 544.93	52 974.10
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	5 408.94	6 492.30	7 455.78	8 431.37	9 682.65	10 654.13	11 527.46	12 611.70
Jasa lainnya	15 633.25	16 753.24	17 371.50	18 791.28	21 205.10	24 140.19	25 827.05	27 395.10
<b>PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO</b>	<b>990 648.84</b>	<b>1 120 577.16</b>	<b>1 248 767.29</b>	<b>1 382 501.50</b>	<b>1 537 947.63</b>	<b>1 692 903</b>	<b>1 855 042.70</b>	<b>2 019 199.70</b>

**Lampiran 15**

**PDRB Ekonomi Kreatif menurut Provinsi dan Tipe Nilai Transaksi (Miliar Rupiah)**

		Provinsi	Jawa Timur							Totals
		Tahun	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Tipe Nilai Transaksi	Subsektor									
<b>PDRB Ekraf ADHB</b>	<b>Aplikasi dan Game Developer</b>		1,562.10	1,640.10	1,723.20	1,811.80	1,896.50	1,983.30	2,070.40	19,435.64
	<b>Arsitektur</b>		1,248.50	1,409.60	1,595.70	1,774.80	1,970.70	2,208.10	2,473.90	27,754.61
	<b>Desain Interior</b>		39	43.8	48.6	51.8	54.8	58.3	61.4	1,289.89
	<b>Desain Komunikasi Visual</b>		23.1	25.7	28.8	30.3	33.6	37.7	39.8	395.42
	<b>Desain Produk</b>		83.6	92.5	101.4	106.3	110.7	115.2	124.4	1,354.14
	<b>Fashion</b>		7,239.00	7,978.20	8,800.90	10,027.50	11,371.90	12,135.00	12,869.40	429,173.05
	<b>Film, Animasi, dan Video</b>		70.6	78.3	86	92.7	103.5	113.9	124.8	2,374.93
	<b>Fotografi</b>		149.2	157	164.9	173.7	185.7	197	209.4	3,058.20
	<b>Kriya</b>		21,417.70	23,238.10	24,823.20	26,648.00	30,349.40	32,631.30	33,948.90	380,354.41
	<b>Kuliner</b>		51,601.00	58,342.40	65,280.00	72,315.30	83,076.90	95,391.60	109,337.40	1,021,365.40
	<b>Musik</b>		332.2	355.8	380.5	402.5	427.6	459.7	487.5	6,669.24
	<b>Penerbitan</b>		2,336.80	2,570.00	2,559.50	2,621.80	2,885.80	2,998.50	3,176.20	66,740.64
	<b>Periklanan</b>		423	482.2	558.8	643.5	720.8	815.2	916	8,237.29
	<b>Seni Pertunjukan</b>		158.7	171	181.3	190.5	205.6	218.9	226.3	3,904.27
	<b>Seni Rupa</b>		155.6	164	172.1	181.4	191	204.3	215.3	2,681.48
<b>Televisi dan Radio</b>		3,109.00	3,248.50	3,445.60	3,688.80	3,981.30	4,272.30	4,577.50	55,637.76	

		Provinsi	Jawa Timur							Totals
		Tahun	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Tipe Nilai Transaksi	Subsektor		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Totals
PDRB Ekraf ADHK	Aplikasi dan Game Developer		1,562.10	1,596.20	1,644.50	1,697.20	1,752.40	1,803.90	1,860.70	17,563.22
	Arsitektur		1,248.50	1,329.00	1,399.50	1,472.00	1,588.30	1,687.90	1,807.90	23,349.14
	Desain Interior		39	39.9	40.9	42.4	43.6	45.1	45.8	1,155.54
	Desain Komunikasi Visual		23.1	23.5	24.3	24.8	26.7	29.1	29.6	333.77
	Desain Produk		83.6	84.3	85.3	87	88.1	89	92.8	1,170.16
	Fashion		7,239.00	7,459.50	7,695.60	8,341.60	8,993.70	9,068.10	9,321.50	358,581.92
	Film, Animasi, dan Video		70.6	76.6	81.9	86.4	94	100.6	108.6	2,039.13
	Fotografi		149.2	156.5	163.8	171.1	179.3	188.3	198.7	2,773.88
	Kriya		21,417.70	22,891.30	23,017.00	23,956.00	24,992.30	25,501.80	25,650.70	323,916.04
	Kuliner		51,601.00	56,073.80	59,739.00	63,019.60	67,817.60	72,910.40	78,728.70	855,988.04
	Musik		332.2	349.8	364.9	376.7	391.8	410.4	425.2	5,752.70
	Penerbitan		2,336.80	2,490.80	2,416.40	2,408.50	2,558.30	2,577.40	2,644.40	57,342.72
	Periklanan		423	454.6	490.1	533.7	580.9	623.1	669.4	6,960.49
	Seni Pertunjukan		158.7	168	175.3	181.4	189.2	195.3	199.9	3,471.67
	Seni Rupa		155.6	160.7	165.7	170.4	174.1	180.4	187.2	2,424.28
	Televisi dan Radio		3,109.00	3,188.80	3,320.60	3,470.90	3,669.50	3,862.00	4,065.90	51,343.60
<b>Totals</b>			<b>179,898.20</b>	<b>196,540.50</b>	<b>210,775.30</b>	<b>226,800.40</b>	<b>250,705.60</b>	<b>273,113.10</b>	<b>296,895.60</b>	<b>3,744,592.67</b>

**Lampiran 16**  
**Data dan Statistik Layanan Perizinan Kota Malang**

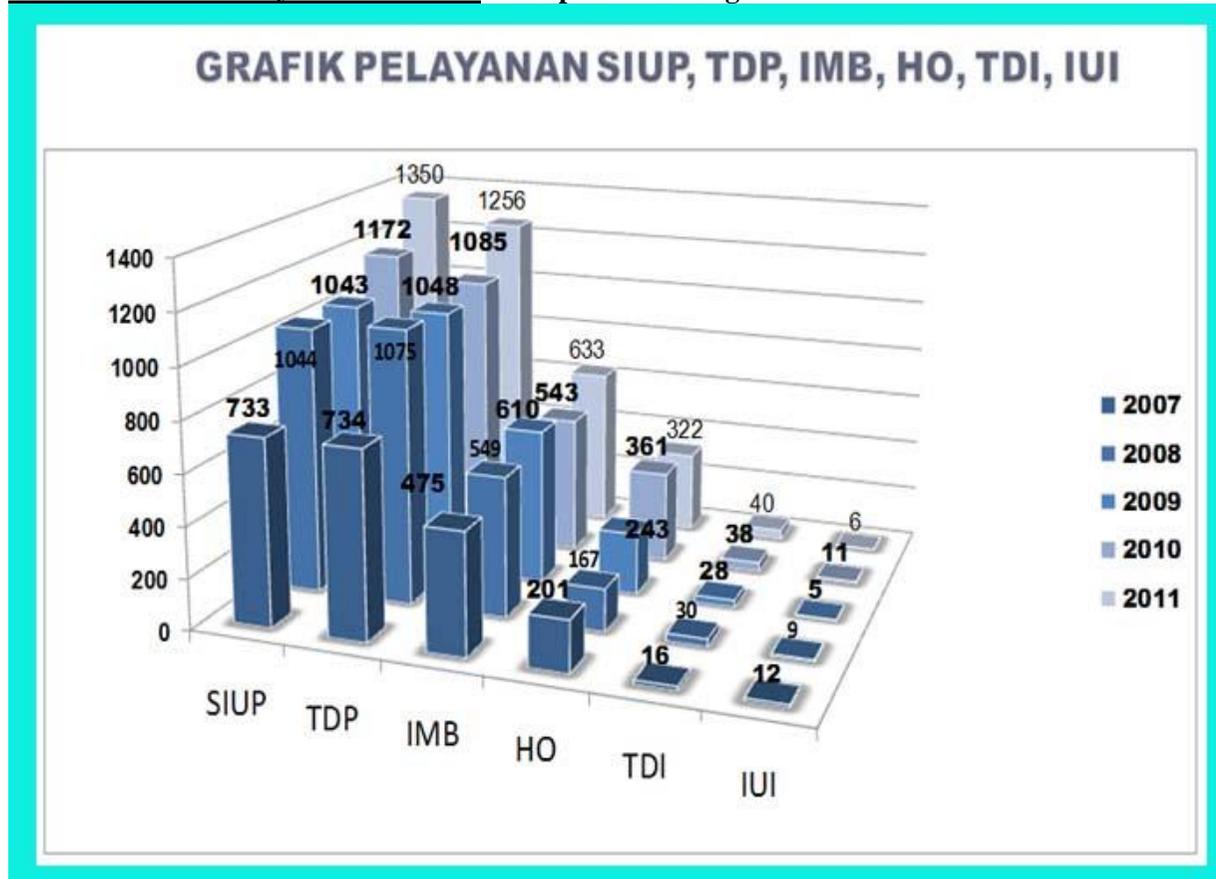
No	Perizinan	Mar-19			2018			2017			2016		
		Izin Masuk	Terbit	Di Tolak									
1	Ijin Keramaian Umum							28	21	0			
2	Izin Gangguan							2176	2115	3	2769	2720	10
3	izin penyelenggaraan tontonan	116	8	1	555	323	0	588	372	1	532	401	8
4	Izin Mendirikan Bangunan	1224	914	2	4077	3920	14	4112	3828	3	3899	3769	1
5	Izin Persewaan Gedung Pemda	28	4	0	97	85	0	81	50	0	90	0	1
6	Izin Reklame Insidentil	247	247	0	745	743	1	1032	1014	5	1426	1165	14
7	Izin Reklame Permanen	786	662	5	1906	1721	35	894	731	4	2131	2049	11
8	Tanda Daftar Industri	4	0	0	25	0	1	20	2	0	23	1	0
9	Izin Usaha Angkutan	492	487	0	1609	1608	2	2124	2123	1	4539	4310	5
10	Izin Usaha Industri	5	1	0	31	0	0	46	1	0	12	1	0
11	Tanda Daftar Usaha Pariwisata	77	54	0	274	183	63	191	124	13	306	264	36
12	Izin Usaha Trayek	354	354	0	1871	1871	4	2564	2564	6	3344	3344	8
13	Izin Usaha Toko Modern	18	14	0	97	82	0	84	74	0	52	47	0
14	Izin Usaha Jasa konstruksi	98	85	0	151	149	1	201	184	3	180	179	1
15	Surat Izin Usaha Perdagangan	330	310	2	1412	1385	0	1016	915	4	896	846	10
16	Tanda Daftar Perusahaan	323	307	0	1269	1241	1	1085	979	6	1103	1057	9
17	Ijin Penggunaan Tanah Makam										954	0	0
TOTAL		4102	3447	10	14119	13311	122	16242	15097	49	22256	20153	114

Data dan Statistik Layanan Perizinan Kota Malang

No	Perizinan	2015			2014			2013			2012		
		Izin Masuk	Terbit	Di Tolak									
1	Ijin Keramaian Umum												
2	Izin Gangguan	2746	2682	5	2396	2364	5	1793	1778	2	1581	1542	12
3	izin penyelenggaraan tontonan	501	89	2	343	0	1	282	0	2	252	0	2
4	Izin Mendirikan Bangunan	4029	3862	22	5809	5747	3	5735	5631	22	4594	4504	29
5	Izin Persewaan Gedung Pemda	1	0	0	1	0	0	2	0	0	6	0	0
6	Izin Reklame Insidental	1415	1189	5	1768	1743	13	3172	3109	24	3610	3569	13
7	Izin Reklame Permanen	1540	1486	6	1915	1449	13	2052	1582	17	2175	1787	17
8	Tanda Daftar Industri	13	0	0	20	0	0						
9	Izin Usaha Angkutan	4256	4169	5	4733	4730	5	4401	4378	18	748	745	3
10	Izin Usaha Industri	9	0	0	9	0	0				2	0	1
11	Tanda Daftar Usaha Pariwisata	264	254	5	235	234	0	201	198	3	183	183	0
12	Izin Usaha Trayek	3201	3201	2	3448	3448	10	3308	3308	27	3272	3271	49
13	Izin Usaha Toko Modern												
14	Izin Usaha Jasa konstruksi	211	206	0	214	0	0	146	0	0	18	0	0
15	Surat Izin Usaha Perdagangan	858	608	10	705	3	5	610	1	5	618	0	18
16	Tanda Daftar Perusahaan												
17	Ijin Penggunaan Tanah Makam	6606	5141	1	7313	7113	1	8590	8258	3	7275	7124	1
TOTAL		25650	22887	63	28909	26831	56	30292	28243	123	24334	22725	145

Sumber : <http://dpmpstp.malangkota.go.id/web/datastatistik>

Lampiran 17  
Data dan Statistik Layanan Perizinan Kabupaten Lamongan



Sumber : [dpmptsp.lamongankab.go.id/index.php/id/tentang-bpmp/data-perizinan](http://dpmptsp.lamongankab.go.id/index.php/id/tentang-bpmp/data-perizinan)

## Lampiran 18

### Data dan Statistik Layanan Perizinan Kabupaten Bojonegoro

NO	JENIS IJIN	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	JUMLAH
<b>A.</b>	<b>IZIN</b>											
1	IMB	199	252	266	310	373	404	278	183	412	132	2,809
2	HO	94	164	221	108	102	95	253	232	159	-	1,428
3	IUI	-	-	-	-	7	16	19	19	18	12	91
4	TDI	-	-	-	-	11	8	15	11	11	-	56
5	TDG	-	-	-	-	4	9	9	4	6	11	43
6	SIUP	895	466	1,755	1,025	1,560	1,417	1,811	1,649	1,240	1,134	12,952
7	TDP	985	1,336	1,801	1,621	1,462	1,421	1,703	1,655	1,260	1,148	14,392
8	STREN	3	-	-	-	-	2	-	3	2	2	12
9	SIPA.ABT	-	-	16	5	13	15	-	-	-	-	49
10	PERTAMBANGAN	-	-	-	-	1	13	-	-	-	-	14
11	IJIN GENSET	-	-	11	5	5	3	-	-	-	-	24
12	IJIN PELKES	1	5	4	8	8	9	-	-	-	-	35
13	I. OPTIK	-	3	2	1	-	1	3	2	2	1	15
14	I. TOKO OBAT	-	1	-	-	2	-	1	-	1	1	6
15	I. APOTIK	2	11	16	24	22	12	13	32	34	17	183
16	I. LAB. SWASTA/KLINIK	-	1	1	2	2	-	5	2	4	2	19
17	I. HULLER	13	25	23	3	14	11	-	-	2	3	94
18	I. HOTEL	3	2	3	3	5	8	5	3	-	-	32
19	I. RUMAH MAKAN	5	5	6	10	8	10	14	6	4	-	68
20	I. USAHA REKREASI	6	8	22	1	10	-	1	1	-	-	49
21	I. BENGKEL	-	-	-	-	1	3	3	5	3	1	16
22	I. PARKIR SWASTA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
23	I. REKLAME	209	380	349	346	297	71	200	165	86	54	2,157
24	PU. PETERNAKAN	2	1	1	-	2	-	-	-	-	-	6
25	I. POTONG HEWAN	7	5	7	-	6	-	1	-	2	-	28
26	I. RENTAL VCD	-	-	-	3	2	-	-	-	-	-	5
27	LPK SWASTA	-	-	9	4	7	4	31	29	17	20	121
28	BKK	-	-	8	2	4	2	6	9	3	1	35
29	I. BILLYARD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
30	I. KETANGKASAN	6	8	22	1	10	-	1	-	-	-	48
31	SEPURMINI	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Sumber : sippadu.bojonegorokab.go.id/dokumen/open/9/rekapitulasi-izin

**Lampiran 19**  
**Jumlah Rumah Tangga Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Timur, 2005 - 2015**

Kab/Kota	Jumlah Rumah Tangga										
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Pacitan	152 092	155 164	155 581	155 999	159 001	152 956	154 966	153 567	154 262	154 703	154 913
Ponorogo	249 218	253 490	265 842	278 796	280 574	245 054	243 161	245 436	244 977	245 521	245 373
Trenggalek	189 287	193 196	199 056	205 094	215 260	193 632	194 325	194 844	196 137	196 994	197 572
Tulungagung	271 087	280 190	285 274	290 450	289 249	279 387	275 928	277 651	285 453	287 309	288 013
Blitar	322 056	327 745	331 743	335 790	333 388	321 768	325 451	329 213	327 469	328 648	329 412
Kediri	407 377	418 535	425 485	432 550	448 269	408 468	404 128	418 087	413 393	415 668	417 383
Malang	645 377	667 778	677 029	686 408	700 162	674 020	663 495	669 652	684 524	689 542	693 060
Lumajang	282 047	290 232	292 428	294 641	275 018	281 639	282 445	285 739	285 706	286 421	287 124
Jember	638 426	647 833	649 785	651 743	685 949	678 283	665 476	671 367	683 148	686 938	689 153
Banyuwangi	473 545	477 198	489 428	501 971	497 442	469 874	477 657	478 072	475 692	477 344	478 155
Bondowoso	230 363	237 385	238 076	238 769	243 672	245 180	241 842	243 658	249 262	250 652	251 097
Situbondo	208 291	208 985	210 691	212 411	216 410	214 103	218 426	216 625	212 674	214 384	214 909
Probolinggo	290 823	309 710	314 921	320 220	332 076	313 905	315 093	314 378	317 910	320 595	322 315
Pasuruan	390 660	417 750	425 740	433 883	458 452	423 037	423 498	425 645	426 568	430 075	432 155
Sidoarjo	468 285	469 633	474 518	479 454	508 945	521 929	522 437	551 252	544 031	553 308	563 068
Mojokerto	267 255	284 538	292 596	300 882	304 145	278 539	278 298	279 155	282 912	286 303	288 540
Jombang	316 640	340 241	351 387	362 898	382 293	324 295	331 070	337 151	329 011	329 978	330 658
Nganjuk	285 386	296 554	304 512	312 684	302 123	281 937	297 176	293 176	287 764	288 913	289 643
Madiun	191 655	197 957	198 173	198 389	197 966	196 938	203 523	199 397	199 572	200 198	200 364
Magetan	178 008	182 751	189 262	196 005	203 755	175 420	170 484	175 153	174 901	175 156	175 312
Ngawi	247 968	260 616	266 802	273 135	275 858	250 484	253 078	256 816	250 804	251 790	251 337
Bojonegoro	332 052	347 811	354 901	362 136	378 219	336 453	339 018	339 723	340 191	341 489	341 640

Kab/Kota	Jumlah Rumah Tangga										
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Tuban	292 720	299 956	305 799	311 756	316 242	305 115	301 864	313 358	310 593	312 116	313 132
Lamongan	315 099	329 208	338 534	348 124	339 840	304 097	307 981	304 138	305 227	305 407	304 870
Gresik	277 061	283 120	292 507	302 205	324 884	302 489	302 282	314 384	311 244	314 925	318 766
Bangkalan	220 766	230 382	233 366	236 389	258 559	215 647	225 106	229 208	221 470	223 435	225 559
Sampang	211 933	219 942	228 228	236 826	258 401	219 917	229 368	226 192	225 592	228 657	231 364
Pamekasan	183 901	199 206	203 286	207 450	219 179	213 671	217 865	209 593	214 676	216 964	219 028
Sumenep	311 848	331 245	333 311	335 390	341 283	318 148	327 013	317 332	322 451	324 272	324 207
Kota Kediri	63 843	68 071	68 668	69 270	75 389	73 255	76 129	72 894	72 271	72 650	73 155
Kota Blitar	32 599	33 066	33 649	34 242	34 468	35 966	36 517	37 279	36 251	36 572	36 840
Kota Malang	210 402	228 860	236 503	244 401	237 323	223 863	227 607	228 918	225 954	227 343	228 774
Kota Probolinggo	51 433	54 524	55 114	55 710	54 070	56 448	57 128	56 885	57 341	58 083	58 614
Kota Pasuruan	46 058	48 248	49 998	51 811	51 793	47 125	50 199	49 785	48 213	48 475	48 848
Kota Mojokerto	30 690	30 921	31 005	31 089	32 475	32 005	33 702	33 274	32 605	32 846	33 106
Kota Madiun	46 100	49 270	49 795	50 326	50 392	48 379	49 450	47 817	48 920	48 993	49 167
Kota Surabaya	729 258	767 658	786 611	806 032	849 494	769 764	780 689	731 272	772 316	775 599	779 611
Kota Batu	50 193	51 671	53 137	54 645	55 227	49 905	52 061	52 318	51 642	52 278	52 655
Jawa Timur	10 111	10 490	10 692	10 899	11 187	10 483	10 555	10 580	10 623	10 690	10 738
	802	640	741	974	245	095	936	404	127	544	892

Sumber : BPS Jawa Timur

## Lampiran 20

Persentase Rumah Tangga menurut Provinsi dan Status Kepemilikan Rumah Milik Sendiri, 1999-2017

Provinsi	2011	2011*	2012	2012*	2013	2013*	2014	2015	2016	2017
Aceh	78.8	79.02	78.43	78.71	79.63	79.86	80.33	82.36	81.66	80.42
Sumatera Utara	65.43	66.07	68.02	68.79	67.62	68.23	68.5	71.09	69.95	67.53
Sumatera Barat	69.42	69.51	70.04	70.46	70.09	70.51	69.27	74.13	72.89	70.58
Riau	67.11	68.42	67.51	68.8	69.15	70.17	68.09	71.56	71.53	68.15
Jambi	76.98	78.02	77.81	78.84	79.05	79.93	80.38	83.94	84.13	81.39
Sumatera Selatan	76.63	77.37	80.33	80.94	79.45	79.95	80.43	83.02	83.09	80.6
Bengkulu	78.35	79.15	79.55	80.56	80.62	81.25	80.64	85.52	84.27	80.83
Lampung	86.23	86.64	85.92	86.5	87.3	87.62	88.3	90.35	90.71	86.36
Kepulauan Bangka Belitung	80.89	81.71	84.25	85.1	83.63	84.26	84.31	87.85	87.59	83.75
Kepulauan Riau	62.72	64.33	64.54	66.78	62.31	64.73	67.91	67.67	68.99	65.7
DKI Jakarta	46.63	47.95	55.43	56.59	46.18	47.26	47.76	51.09	50.16	48.33
Jawa Barat	77.94	78.39	78.12	78.99	78.16	78.87	78.54	80.63	81.58	76.83
Jawa Tengah	87.64	87.98	88.56	88.95	87.76	88.14	88.06	90.93	90.77	88.01
DI Yogyakarta	76.51	75.7	76.62	76.83	76.45	76.88	74.97	76.99	77.4	75.26
Jawa Timur	86.62	86.85	88.13	88.56	87.28	87.66	87.14	90.46	90.76	87.55
Banten	75.96	76.2	76.98	78.05	76.7	77.48	77.96	80.94	81.52	81.38
Bali	70.25	70.3	75	76.17	71.47	72.36	69.8	77.31	74.05	70.54
Nusa Tenggara Barat	85.26	85.77	85.07	85.62	86.78	87.1	85.29	87.85	88.3	85.66
Nusa Tenggara Timur	86.78	86.56	86.01	86.3	87.31	87.43	86.33	88.52	88.53	86.5
Kalimantan Barat	84.85	85.3	87.6	87.87	88.58	88.81	87.53	90.07	89.06	87.99
Kalimantan Tengah	75.2	75.97	77.09	77.87	73.22	74.1	73.51	77.99	75.74	76.8
Kalimantan Selatan	73.74	74.67	75.23	76.08	75.69	76.41	74.39	79.22	79.84	77.3
Kalimantan Timur	64.93	66.18	69.93	71.35	66.96	68.1	68.91	72.69	71.12	68.87

Provinsi	2011	2011*	2012	2012*	2013	2013*	2014	2015	2016	2017
Kalimantan Utara	-	-	-	-	-	-	-	74.77	70.02	69.72
Sulawesi Utara	73.21	73.47	74.97	75.4	75.76	76.12	74.6	80.44	79.77	76.79
Sulawesi Tengah	82.71	83.31	85.29	85.84	83.04	83.91	84.66	87.14	85.37	83.7
Sulawesi Selatan	82.59	82.73	83.1	83.53	83.49	83.84	83.82	86.85	85.72	82.75
Sulawesi Tenggara	84.56	84.72	84.5	85.1	85.03	85.42	86.32	86.47	86.37	84.78
Gorontalo	78.14	78.38	80.82	81.2	80.23	80.71	79.24	81.66	82.93	80.45
Sulawesi Barat	86.65	86.37	88.17	88.05	88.62	88.71	89	91.47	90.99	88.98
Maluku	79.18	79.39	81.35	81.81	79.36	79.53	79.84	81.51	80.48	80.15
Maluku Utara	83.84	84.77	85.24	85.5	85.41	85.88	86.13	87.84	87.65	86.83
Papua Barat	67.23	66.63	66.79	68.37	72.46	73.01	70.88	74.57	72.5	72.06
Papua	80.57	80.57	81.99	82.59	81.28	81.9	81.7	81.69	85.16	81
Total	78.77	79.22	80.18	80.89	79.47	80.08	79.77	82.63	82.58	79.61

Sumber : BPS RI

## Lampiran 21

Persentasi rumah tangga menurut kabupaten kota dan status bangunan tempat tinggal

Regency/Municipality		Milik Sendiri								
		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	Pacitan	95.61	92.18	96.9	98.16	96	97.07	96.77	97.01	96.21
2	Ponorogo	91.14	91.02	92.72	93.59	91.69	91.31	94.9	94.46	92.77
3	Trenggalek	96.03	95.55	97.18	95.87	95.09	94.89	96.26	97.6	94.8
4	Tulungagung	90.85	91.68	89.79	91.75	91.72	92.07	94.97	93.87	91.56
5	Blitar	95.7	91.53	93.16	92.19	90.93	92.54	96.26	94.79	93.75
6	Kediri	90.97	91.18	89.54	89.21	89.19	92.32	91.86	92.93	89.72
7	Malang	94.21	93.09	93.29	92.89	92.62	93.1	95.43	95.88	92.2
8	Lumajang	95.72	93.14	93.98	93.86	94.35	96.01	95.88	97.5	94.32
9	Jember	90.67	89.83	88.37	93.16	92.21	91.49	94.76	91.11	92.1
10	Banyuwangi	87.56	88.02	88.41	92.5	87.74	89.25	92.91	92.14	86.96
11	Bondowoso	94.93	96.29	90.82	94.18	92.25	94.84	93.86	93.83	91.89
12	Situbondo	93.89	94.29	90.81	89.4	91.32	90.22	95.26	93.04	91.23
13	Probolinggo	90.02	91.03	90.75	88.58	94.11	92.76	96.33	95.87	95.15
14	Pasuruan	93.66	91.34	91.92	92.69	93.62	92.01	94.99	95.37	93.45
15	Sidoarjo	81.89	75.18	77.42	76.75	78	76.74	82.5	83.23	79.17
16	Mojokerto	91.27	91.6	90.08	91.87	92.39	92.71	92.88	93.88	89.51
17	Jombang	85.63	89.64	87.35	85.9	88.29	89.07	90.84	91.86	88.04
18	Nganjuk	86.7	90.77	89.61	90.38	90.99	89.21	92.32	93.7	89.48
19	Madiun	90.37	88.11	91.34	90.97	92.13	92.26	91.9	93.87	93.99
20	Magetan	91.99	91.8	89.63	93.46	92.42	94.66	95.51	95.87	90.63
21	Ngawi	93.95	90.96	92.12	93	92.73	90.36	94.16	96.21	89.46

Regency/Municipality		Milik Sendiri								
		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
22	Bojonegoro	95.34	93.94	95.79	97.05	96.28	93.67	97.77	97.89	96.08
23	Tuban	95.04	94.92	95.57	95.85	96.63	97.23	96.52	96.83	96.08
24	Lamongan	92.31	91.5	91.79	89.91	91.9	92.5	93.4	93.74	92.94
25	Gresik	84.58	82.71	85.83	83.47	87.11	84.22	85.11	90.15	86.08
26	Bangkalan	88.98	89.89	85.99	83.52	88.82	91.38	96.09	98.43	96
27	Sampang	93.02	87.01	81.56	84.98	83.14	87.14	92.96	94.49	92.37
28	Pamekasan	91.71	92.22	89.82	92.53	92.6	92.94	95.09	95.75	90.18
29	Sumenep	93.14	92.41	91.52	94.11	94.16	92.92	96.24	97.91	93.9
71	Kota Kediri	69.05	64.86	68.34	77.8	71.57	70.85	73.41	78.08	72.72
72	Kota Blitar	79.05	75.83	81.45	77.19	80.77	79.07	81.04	77.67	78.04
73	Kota Malang	74.85	70.79	74.7	73.48	62.98	64.81	70.12	70.05	63.89
74	Kota Probolinggo	83.25	78.4	82.83	87.48	77.03	80.17	86.07	86.69	87.69
75	Kota Pasuruan	79.42	77.23	80.54	79.24	76.09	78.67	85.6	86.1	78.15
76	Kota Mojokerto	71.71	68.49	67.64	70.33	69.97	74.18	75.08	75.67	78.4
77	Kota Madiun	62.36	63.96	63.38	74.69	60.26	62.08	65.07	65.69	58.49
78	Kota Surabaya	57.68	59.02	55.08	63.67	55.34	51.18	63.45	63.69	56.81
79	Kota Batu	86.06	86.05	79.85	83.81	90.08	83.11	91.13	91.1	88.83
Jawa Timur		87.87	87.05	86.62	88.13	87.28	87.14	90.46	90.76	87.55

Regency/Municipality		Kontrak/Sewa								
		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	Pacitan	0.65	1.89	0.37	0.74	1.48	0.35	2.29	0.97	0.75
2	Ponorogo	1.97	2.32	1.09	0.77	0.81	0.86	1.43	0.72	1.56
3	Trenggalek	1.58	0.27	0.1	0.59	1.2	1.55	0.11	0.59	0.4
4	Tulungagung	3.3	3.23	1.96	1.36	2.1	0.42	1.94	0.79	1.33
5	Blitar	1.18	0.78	1.31	1.23	0.51	0.81	0.67	0.53	1.2
6	Kediri	1.63	1.59	1.1	0.94	0.96	1.05	2.57	2.61	2.69
7	Malang	1.54	2.41	1.52	1.92	2.27	2.22	1.51	1.34	3.29
8	Lumajang	0.91	2.27	2.96	1.44	1.47	0.96	1.08	1.72	1.2
9	Jember	2.75	2.95	2.14	1.61	2.03	2.13	1.57	1.65	3.38
10	Banyuwangi	3.1	2.7	2.13	1.5	2.2	0.67	1.83	1.77	3.06
11	Bondowoso	1.5	0.97	0.6	0.5	1.38	0.39	1.13	1.35	1.52
12	Situbondo	2.09	2.23	2.15	1.64	1.99	2	1.04	1.71	1.48
13	Probolinggo	0.47	0.65	0.72	1.09	0.94	0.95	0.64	0.87	0.67
14	Pasuruan	1.3	3.55	1.5	0.58	1.16	2.35	3.08	1.7	1.4
15	Sidoarjo	12.08	16.5	15.55	17.22	15.06	15.22	15.23	13.45	16.21
16	Mojokerto	2.5	2.76	2.77	2.15	1.21	1.37	2.77	1.76	5.81
17	Jombang	4.35	2.38	2.68	1.81	2.29	1.62	1.99	2.26	2.49
18	Nganjuk	2.93	2.58	2.18	1.7	2.37	2.08	1.36	1.5	1.72
19	Madiun	1.39	1.17	0.81	0.6	0.79	0.63	0.84	0.47	0.93
20	Magetan	4.21	0.76	2.48	1.37	0.86	0.53	1.18	1.03	1.71
21	Ngawi	1.02	0.8	0.93	0.12	0.28	0.28	0.59	0.5	0.59
22	Bojonegoro	0.88	1.08	1.2	0.56	0.11	0.3	0.42	0.82	1.42

Regency/Municipality		Kontrak/Sewa								
		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
23	Tuban	1.2	1.51	1.43	0.79	1.13	0.57	1.01	0.47	1.39
24	Lamongan	0.82	2.78	2.18	0.95	1.21	1.04	0.81	1.2	1.2
25	Gresik	8.47	12.71	6.76	6.44	5.91	8.68	7.58	5.09	11.1
26	Bangkalan	3.32	2.31	4.35	2.14	1.99	1.5	1.03	0.85	0.8
27	Sampang	0.99	0.93	0.11	0.61	0.32	0.23	1	0.54	1.1
28	Pamekasan	1.1	0.74	1.3	1.08	0.6	0.27	0.61	0.82	0.77
29	Sumenep	0.86	2.49	1.26	0.66	0.53	0.99	0.58	0.72	0.9
71	Kota Kediri	13.13	17.01	14.56	10.23	9.23	8.11	12.42	10.23	10.71
72	Kota Blitar	9.54	10.34	6.37	6.82	6.15	6.94	8.76	12.21	8.5
73	Kota Malang	16.31	20.59	16.31	17.76	24.08	22.3	19.53	21.95	24.07
74	Kota Probolinggo	7.97	9.17	3.47	6.16	8.99	8.92	6.86	5.56	6.37
75	Kota Pasuruan	9.35	11.39	10.23	7.92	8.05	6.67	7.03	7.32	9.21
76	Kota Mojokerto	10.79	14.63	14.35	10.72	13.23	8.17	11.28	13.6	12.95
77	Kota Madiun	16.89	14.36	13.47	12.02	14.7	15.61	14.84	15.82	16.95
78	Kota Surabaya	28.57	28.03	28.36	25.53	27.54	30.02	23.91	23.24	30.06
79	Kota Batu	7.02	6.75	7.66	6.29	3.71	5.17	4.63	5.78	6.43
Jawa Timur		5.15	5.69	5.07	4.47	4.85	4.91	4.55	4.32	5.81

Regency/Municipality		Bebas Sewa / Dinas								
		2009	2010	2011	2012 *)	2013	2014	2015	2016	2017
1	Pacitan	0.48	0.77	2.74	0.48	0.36	0.52	0.95	2.02	2.71
2	Ponorogo	1.63	1.12	5.62	0.45	1.47	1.24	3.67	4.67	5.67
3	Trenggalek	0.31	0.96	2.4	0.75	0.16	0.24	3.63	1.81	4.35
4	Tulungagung	0.73	2.02	8.13	0.45	1	0.45	3.08	5.13	6.88
5	Blitar	1.84	1.87	5.41	1.76	1.09	0.63	3.07	4.42	4.95
6	Kediri	3.19	3.02	9.36	1.51	1.1	0.71	5.5	4.38	7.49
7	Malang	1.37	2.02	5.12	1.57	1.73	1.41	3.06	2.48	4.34
8	Lumajang	3.37	2.41	2.94	2.84	1.47	1.88	3.04	0.78	4.49
9	Jember	2.98	2.1	7.07	1.65	0.84	2.65	3.68	6.94	4.51
10	Banyuwangi	7.74	6.32	8.38	1.11	1.93	2.88	5.25	6.09	9.55
11	Bondowoso	2.14	0.39	7.23	1.43	2.77	2.09	5.01	4.64	6.59
12	Situbondo	2.52	0.82	5.17	1.85	1.24	1.58	3.45	4.9	7.15
13	Probolinggo	4.35	2.51	7.85	1.17	1.21	0.42	2.87	3.26	3.83
14	Pasuruan	0.89	1.68	6.48	1.32	0.42	0.6	1.77	2.93	4.75
15	Sidoarjo	0.65	3.26	5.61	2.01	2.61	1.96	2.26	3.32	4.63
16	Mojokerto	2	1.05	6.89	0.55	0.91	0.84	3.97	4.24	4.68
17	Jombang	3.08	0.84	9.82	2.29	1.51	1.69	6.9	5.45	9.24
18	Nganjuk	3.26	2.28	8.11	1.32	1.02	1.01	6.31	4.52	8.49
19	Madiun	3.2	1.67	7.67	1.03	1.1	0.75	7.26	5.35	4.89
20	Magetan	1.6	1.05	7.73	1.28	0.44	0.29	3.31	2.8	7.66
21	Ngawi	1.38	2.28	6.81	0.9	0.65	1.04	5.26	3.29	9.52
22	Bojonegoro	0.55	1.27	2.9	0.38	0.16	2.27	1.81	1.29	2.5
23	Tuban	1.28	0.64	2.79	0.61	0.92	0.33	2.47	2.59	2.53

Regency/Municipality		Bebas Sewa / Dinas								
		2009	2010	2011	2012 *)	2013	2014	2015	2016	2017
24	Lamongan	1.34	1.8	5.9	2.07	1.42	0.48	5.55	5.06	5.86
25	Gresik	1.62	0.75	6.02	3.12	1.13	1.23	7.31	4.42	2.82
26	Bangkalan	1.69	0.6	9.41	0.76	1.39	1.84	2.88	0.72	2.71
27	Sampang	2.94	4.44	18.07	0.89	0.74	1.93	6.04	4.97	6.53
28	Pamekasan	0.61	0.15	8.33	1.18	0.47	0.29	4.11	3.43	9.05
29	Sumenep	0.97	0.34	7.07	0.24	0.45	0.24	2.28	1.37	5.2
71	Kota Kediri	3.13	2.7	16.08	3.06	1.86	1.68	12.96	11.68	15.57
72	Kota Blitar	2.5	5.08	11.22	1.62	1.97	1.9	10.19	9.9	13.29
73	Kota Malang	1.25	2.51	7.4	1.35	1.63	1.17	10.06	8	12.03
74	Kota Probolinggo	1.14	3.27	11.9	2.55	1.01	1.65	6.76	7.74	5.94
75	Kota Pasuruan	1.6	2.65	9.23	1.51	0.79	1.04	7.37	6.24	12.45
76	Kota Mojokerto	2.66	6.1	15.37	3.33	1.85	2.66	13.64	10.74	8.66
77	Kota Madiun	1.72	2.72	22.48	2.21	4.85	5.77	20.09	17.19	24.12
78	Kota Surabaya	3.57	3.57	14.23	3.64	4.01	2.93	12.34	10.55	12.77
79	Kota Batu	2.17	2.04	11.37	1.54	2.16	2.41	4.24	2.55	4.74
Jawa Timur		2.27	2.12	7.56	1.54	1.42	1.45	4.88	4.61	6.47





Regency/Municipality		Milik Orang Tua / Famili / Lainnya								
		2009	2010	2011	2012 *)	2013	2014	2015	2016	2017
27	Sampang	3.6	7.62	0.25	13.53	15.8	10.69	-	-	-
28	Pamekasan	6.57	6.89	0.55	5.21	6.33	6.51	0.19	-	-
29	Sumenep	5.02	4.75	0.15	4.99	4.86	5.85	0.91	-	-
71	Kota Kediri	14.69	15.42	1.02	8.92	17.34	19.36	1.21	-	1
72	Kota Blitar	8.9	8.75	0.96	14.38	11.11	12.09	-	0.22	0.18
73	Kota Malang	7.59	6.12	1.6	7.41	11.32	11.73	0.29	-	-
74	Kota Probolinggo	7.64	9.17	1.79	3.8	12.97	9.26	0.31	-	-
75	Kota Pasuruan	9.63	8.75	-	11.33	15.06	13.62	-	0.34	0.19
76	Kota Mojokerto	14.85	10.77	2.64	15.62	14.95	15	-	-	-
77	Kota Madiun	19.04	18.98	0.65	11.08	20.2	16.54	-	1.3	0.44
78	Kota Surabaya	10.18	9.38	2.33	7.16	13.11	15.87	0.3	2.53	0.35
79	Kota Batu	4.74	5.16	1.13	8.35	4.05	9.31	-	0.57	-
Jawa Timur		4.71	5.13	0.75	5.86	6.45	6.51	0.11	0.31	0.16

Sumber : BPS Jawa Timur

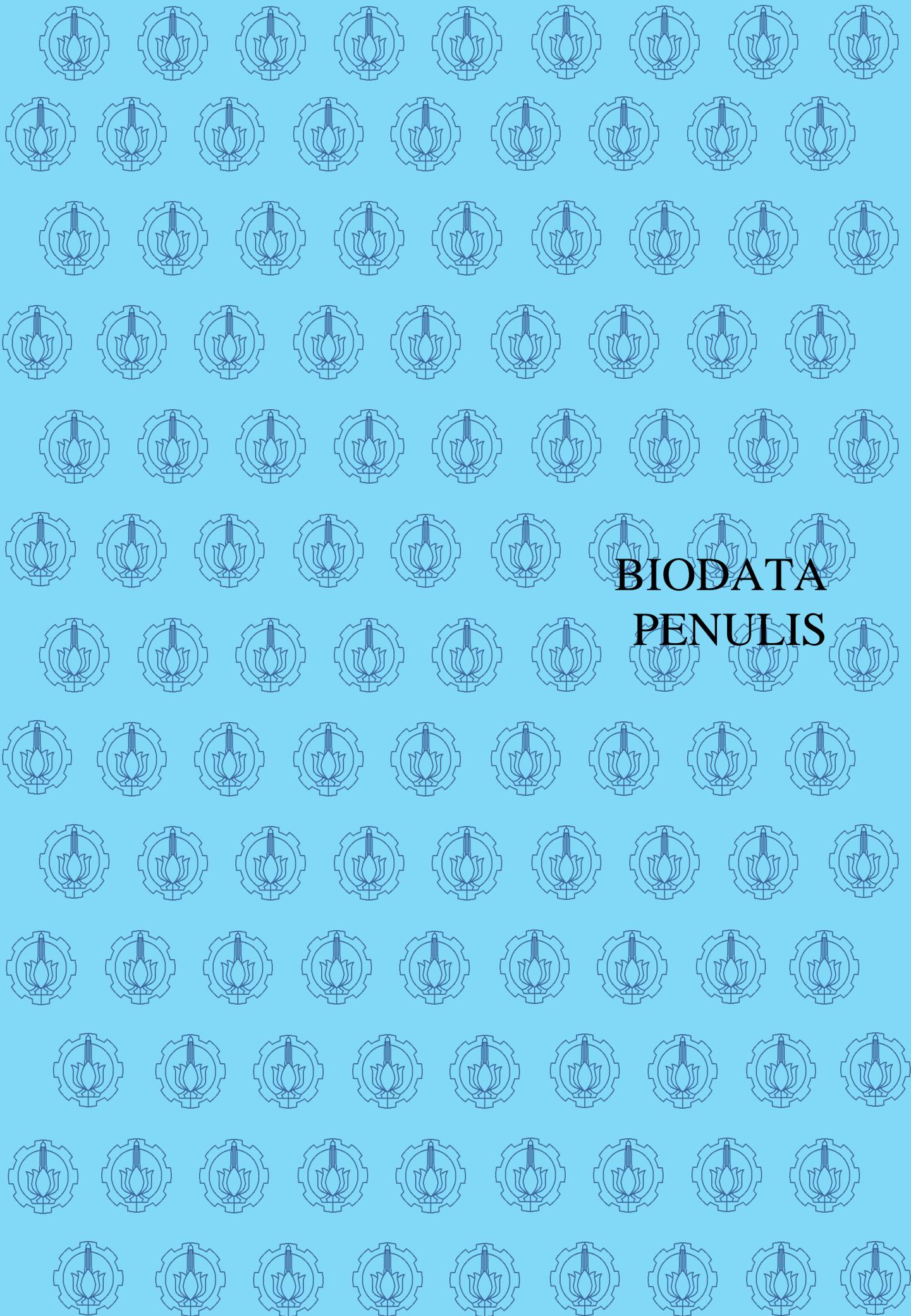
## Lampiran 22

Rumah Tangga dan Rata-rata Banyaknya Anggota Rumah Tangga Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Timur, 2018

<b>Kabupaten/Kota</b>	<b>Rumah Tangga (ribu)</b>	<b>Rata-rata Banyaknya Anggota Rumah Tangga</b>
Pacitan	155 735	3,56
Ponorogo	245 930	3,54
Trenggalek	199 132	3,49
Tulungagung	291 492	3,55
Blitar	332 532	3,48
Kediri	422 831	3,71
Malang	705 228	3,68
Lumajang	289 568	3,59
Jember	697 885	3,50
Banyuwangi	482 195	3,34
Bondowoso	254 143	3,04
Situbondo	217 779	3,12
Probolinggo	328 108	3,54
Pasuruan	440 825	3,67
Sidoarjo	590 137	3,76
Mojokerto	295 837	3,75
Jombang	334 678	3,76
Nganjuk	292 228	3,60
Madiun	201 643	3,38
Magetan	175 690	3,58
Ngawi	251 258	3,30
Bojonegoro	343 838	3,63
Tuban	316 938	3,69
Lamongan	304 699	3,90
Gresik	329 678	3,94
Bangkalan	231 448	4,23
Sampang	239 208	4,05
Pamekasan	225 617	3,86
Sumenep	327 167	3,32
Kediri	74 612	3,83
Blitar	37 659	3,74
Malang	232 757	3,72
Probolinggo	60 173	3,91
Pasuruan	49 917	3,99
Mojokerto	33 784	3,80
Madiun	49 645	3,56
Surabaya	789 730	3,65
Batu	53 972	3,81
Jawa Timur	10 905 696	3,62

Sumber: BPS, SP2010 dan Proyeksi Penduduk Indonesia 2015-2045

*(halaman ini sengaja dikosongkan)*



**BIODATA  
PENULIS**

## **BIODATA PENULIS**

Lahir pada 5 Maret 1984 di kota Makassar Sulawesi Selatan, merupakan anak ke-3 dari 3 bersaudara. Memulai pendidikan perguruan tinggi di Universitas Hasanuddin dengan mengambil jurusan Teknik Mesin pada tahun 2002. Memiliki pengalaman kerja lebih dari 10 tahun pada beberapa bidang Industri, kemudian pada tahun 2017 melanjutkan pendidikan Magister di Institut Teknologi Sepuluh Nopember pada Fakultas Manajemen Bisnis dan Manajemen Teknologi di Departemen Manajemen Teknologi pada bidang Manajemen Industri.