

ABSTRAK

Pertambahan jumlah penduduk kota Surabaya disertai dengan meningkatnya taraf hidup masyarakat Surabaya ditandai dengan standar hidup yang cukup tinggi. Pertumbuhan ekonomi yang semakin mantap menimbulkan gaya hidup baru bagi golongan menengah ke atas yang ditandai dengan semakin banyaknya *speciality store* yang menyediakan suatu kebutuhan khusus.

Nilai seorang anak pada kondisi saat ini jauh lebih tinggi, lebih istimewa, dan lebih banyak perhatian yang dicurahkan. Anak-anak terutama balita (bawah lima tahun) memiliki kebutuhan yang cukup banyak dan beragam. Dari pengamatan terhadap beberapa *baby shop* yang ada di Surabaya menunjukkan ramai pengunjung bahkan terjadi kesulitan parkir. Selain itu, pesatnya pertumbuhan *baby shop* baru menunjukkan betapa menariknya untuk terjun ke dalam bisnis ini

Penelitian ini bertujuan menganalisis kelayakan prospek investasi *baby shop* ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis, aspek manajemen, dan aspek keuangan selama masa perencanaan lima tahun dan melakukan analisis sensitivitas terhadap variabel-variabel kritis. Selain itu akan dibahas pula pemasaran yang tepat agar dapat bersaing.

Dari hasil penelitian aspek pasar melalui penyebaran kuesioner diketahui bahwa mayoritas responden (98,72 %) menyatakan perlunya *baby shop* sebagai tempat berbelanja kebutuhan balita. Perhitungan juga menunjukkan Pasar Potensial Efektif (PPE) dan Permintaan Efektif (PE) yang besar dan meningkat. Dalam aspek teknis telah ditentukan nama toko, lokasi, *layout*, hingga fasilitas-fasilitas yang disediakan. Sedangkan dalam aspek manajemen ditentukan struktur organisasi dan jabatan beserta deskripsi dan spesifikasinya. Dari perhitungan dalam aspek keuangan diketahui bahwa investasi ini layak dengan *Total Project Cost* (TPC) yang dibutuhkan sebesar Rp. 821.859.267,00. Investasi ini akan menghasilkan *Net Present Value* (NPV) sebesar Rp. 563.426.609,90 dengan *Minimum Attractive Rate of Return* (MARR) sebesar 25 %. *Internal Rate of Return* (IRR) dari investasi ini adalah sebesar 50,902 % dengan *discounted payback period* selama 2,918 tahun. Dari hasil analisis sensitivitas diketahui bahwa investasi ini masih layak apabila *contribution margin ratio* minimal sebesar 8,738 %. Investasi ini juga masih layak apabila terjadi penurunan nilai *sales* maksimal sebesar 32,786 % per tahun atau apabila terjadi penurunan jumlah pelanggan maksimal sebesar 32,807 % per tahun atau apabila terjadi penurunan rata-rata nilai belanja per bulan per pelanggan hingga Rp. 575.504,15. Dengan berbagai strategi dan taktik pemasaran yang dibahas termasuk cara-cara promosi yang memungkinkan (misal melalui *membership/discount card*) diharapkan investasi ini dapat memberikan keuntungan yang diharapkan.

Dari hasil penelitian didapatkan bahwa investasi pendirian *baby shop* di Surabaya yang telah ditinjau dari berbagai aspek di atas dinyatakan layak dan rencana investasi dapat dilanjutkan.