



Analisis Pengembangan dan Pemasaran Digital pada Noon Villa Bali Ditinjau Dari Kelayakan Bisnis

Angresiana Taek^{1*}, I Kadek Widhiantara², Ni Putu Yuli Tresna Dewi³

^{1,2,3} Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahendradatta

e-mail: anggitataek@gmail.com¹, kadekwihiantara58@gmail.com², dwidmengemudi01@gmail.com³

ABSTRAK: *This study analyzes the business feasibility of Noon Villa Bali from its digital development and marketing aspects. The fierce competition in Bali's tourism industry post-COVID-19 pandemic serves as a crucial background, driving the need for optimizing digital strategies. Using a descriptive qualitative method, this research examines five aspects of business feasibility: legal, marketing, technical, management, and financial. The results show that Noon Villa Bali is, overall, considered feasible. The marketing, technical, and management aspects meet the feasibility criteria. However, the legal aspect is not yet fully feasible as vital permits like the Business Trading License (SIUP) and Accommodation Health Certificate are still in process. Financially, the investment is also declared feasible based on the analysis of Payback Period, Net Present Value, Profitability Index, Internal Rate of Return (IRR), and Average Rate of Return (ARR). In conclusion, although some legal requirements need to be completed, Noon Villa Bali's investment and digital strategy are generally feasible for development. It is recommended that management prioritize the completion of permits, optimize digital marketing, and maintain the product's uniqueness as a key competitive advantage.*

Keywords: *Business Feasibility; Digital Marketing; IRR; Noon Villa Bali; NPV.*

ABSTRAK: Penelitian ini menganalisis kelayakan bisnis Noon Villa Bali ditinjau dari pengembangan dan pemasaran digitalnya. Persaingan yang ketat di industri pariwisata Bali pascapandemi menjadi latar belakang penting, mendorong perlunya optimalisasi strategi digital. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini mengkaji lima aspek kelayakan bisnis: hukum, pemasaran, teknis, manajemen, dan keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Noon Villa Bali secara keseluruhan dinilai layak (*feasible*). Aspek pemasaran, teknis, dan manajemen memenuhi kriteria kelayakan. Namun, aspek hukum belum sepenuhnya layak karena perizinan vital seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan sertifikat laik sehat akomodasi masih dalam proses. Dari aspek keuangan, investasi juga dinyatakan layak berdasarkan analisis *Payback Period*, *Net Present Value*, *Profitability Index*, *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Average Rate of Return* (ARR). Kesimpulannya, meskipun beberapa kelengkapan legalitas masih harus diselesaikan, investasi dan strategi digital Noon Villa Bali secara umum layak untuk dikembangkan. Disarankan bagi manajemen untuk memprioritaskan penyelesaian perizinan, mengoptimalkan pemasaran digital, dan mempertahankan keunikan produk sebagai daya saing utama.

Kata Kunci: IRR; Kelayakan Bisnis; Noon Villa Bali; NPV; Pemasaran Digital.

1. LATAR BELAKANG

Pulau Bali adalah sebuah lokasi pariwisata internasional yang tidak hanya menyajikan keindahan alam, tetapi juga keunikan budaya Bali yang menjadi magnet bagi wisatawan dari berbagai negara di seluruh dunia. Dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang datang ke Bali, kebutuhan akan akomodasi wisata di Bali juga semakin tinggi. Ini mencakup tempat tinggal sementara untuk beristirahat, berlindung dari cuaca panas, dingin, dan kondisi lingkungan yang ada. Tempat akomodasi seperti hotel atau villa sangat dicari oleh para wisatawan dan kini sudah mudah ditemukan di kota maupun desa yang ada di Bali.

Desa Kerobokan merupakan salah satu tempat yang terletak di Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung, Bali, yang sering dikunjungi oleh wisatawan. Hal ini disebabkan oleh banyaknya pemandangan sawah dan pantai, serta berbagai lokasi seperti beach club yang dapat

dengan mudah ditemukan di daerah ini. Melihat potensi ini, tentunya semakin banyak pelaku usaha yang mulai menjalankan bisnis di sektor akomodasi berupa villa. Villa merupakan suatu tempat tinggal atau penginapan dengan fasilitas yang cukup lengkap, seperti kolam renang, kamar tidur, kamar mandi, ruang keluarga, ruang terbuka hijau, dan dilengkapi dengan sistem tertutup yang hanya memiliki satu akses, yang akan memberikan keamanan bagi para penghuninya. Mengingat keunggulan villa dan sektor pariwisata di Bali yang dapat menarik wisatawan mancanegara untuk berlibur, maka pembangunan villa menjadi salah satu pilihan investasi yang sangat menjanjikan bagi para investor. Industri villa di wilayah Kabupaten Badung telah mengalami kemajuan yang signifikan karena banyaknya masyarakat setempat yang mulai menyadari potensi keuntungan dalam mendirikan villa untuk akomodasi para wisatawan. Dengan meningkatnya investasi di sektor penginapan yang berupa villa, persaingan pun menjadi semakin ketat. Ada kemungkinan bahwa pelaku bisnis dapat mengalami kerugian jika investasi yang akan dilakukan tidak dihitung dengan benar. Seperti pada Noon Villa, diperlukan analisis kelayakan investasi.

Perkembangan dunia bisnis saat ini menunjukkan tanda-tanda meningkatnya persaingan menuju penguasaan pasar yang lebih luas. Baik perusahaan besar maupun kecil, bersaing satu sama lain dan berusaha untuk mendapatkan pangsa pasar dengan berbagai strategi dan upaya agar perusahaan dapat menjual produk sebanyak mungkin kepada konsumen yang memerlukannya. Oleh karena itu, perusahaan perlu menguasai pasar yang besar melalui penggunaan strategi pemasaran yang telah dikuasai secara efektif untuk dapat meningkatkan penjualannya dengan grafik yang menunjukkan peningkatan.

Perkembangan suatu usaha baik untuk maju maupun mundur tergantung pada strategi yang digunakan oleh pengusaha dalam meningkatkan usahanya serta menjaga agar usahanya tetap dapat bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Dalam dunia bisnis, sangat penting untuk memiliki strategi pemasaran yang berperan signifikan, bahkan krusial, untuk memastikan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Melalui penerapan strategi pemasaran ini, diharapkan dapat mengurangi kemungkinan kegagalan atau penutupan suatu usaha. Oleh karena itu, penentuan strategi harus melibatkan individu-individu yang memiliki kompetensi dan memahami situasi serta kondisi pasar.

Sejalan dengan perkembangan tersebut, era digital telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental. Pemasaran tidak lagi terbatas pada metode konvensional, namun telah bergeser ke ranah digital yang menawarkan jangkauan yang lebih luas dan efisiensi yang lebih tinggi. Pemasaran digital, yang mencakup penggunaan media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), dan content marketing, menjadi senjata utama bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan

konsumen modern. Terlebih lagi di industri pariwisata, kehadiran digital yang kuat menjadi faktor penentu daya saing, di mana wisatawan saat ini sangat mengandalkan informasi dari platform online untuk mencari, membandingkan, dan memesan akomodasi.

Bali sebagai destinasi pariwisata utama dunia, memiliki ribuan akomodasi seperti hotel dan vila yang bersaing ketat. Pandemi COVID-19 memberikan dampak yang signifikan terhadap industri pariwisata di Bali, termasuk bisnis vila. Seperti yang digambarkan pada studi kasus UMKM lain, dampak pandemi menyebabkan fluktuasi pendapatan yang drastis.

Dalam situasi ini, Noon Villa Bali perlu mengoptimalkan strategi pengembangannya, khususnya di ranah pemasaran digital, untuk merebut kembali pangsa pasar. Namun, keberhasilan sebuah strategi tidak hanya diukur dari popularitas semata. Keberhasilan suatu usaha juga harus dievaluasi melalui studi kelayakan bisnis. Menurut Akhmad Darmawan, dkk (2020:1) seperti yang dikutip dalam file skripsi yang Anda berikan, studi kelayakan bisnis merupakan analisis yang menilai apakah suatu proyek atau usaha dapat dijalankan dan menghasilkan manfaat, keuntungan, serta kelayakan yang diharapkan, sekaligus meminimalisir risiko kegagalan. Analisis ini mencakup berbagai aspek, seperti aspek hukum, pemasaran, teknis, manajemen, dan finansial. Dengan melakukan studi kelayakan, sebuah perusahaan dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai potensi keberhasilan dan risiko yang mungkin dihadapi, sehingga dapat mengambil keputusan yang lebih tepat dan strategis.

Menurut Akhmad Darmawan dan rekan-rekan (2020:1), Studi Kelayakan Bisnis adalah analisis mengenai kelayakan suatu bisnis atau usaha yang dievaluasi dengan menggunakan berbagai alat analisis. Alat analisis tersebut mencakup beberapa aspek, yaitu aspek pasar dan permintaan, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen, aspek keuangan, aspek dampak lingkungan, aspek legalitas, aspek hukum dan politik, serta aspek sosial ekonomi. Dengan melakukan studi kelayakan bisnis, diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai apakah suatu usaha yang akan dijalankan dapat memberikan manfaat, keuntungan, dan kelayakan, serta dapat mengurangi risiko yang mungkin muncul. Agar usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan baik dan tidak hanya terhenti pada fase tersebut, melainkan juga dapat dikembangkan di masa depan.

Dengan demikian, penting untuk menganalisis apakah investasi dan upaya yang dikeluarkan dalam pemasaran digital Noon Villa Bali memberikan hasil yang sepadan dan berkontribusi pada profitabilitas serta keberlanjutan usaha. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan dan pemasaran digital yang telah diterapkan oleh Noon Villa Bali dan mengkaji kelayakan bisnis dari strategi tersebut. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang

komprehensif mengenai efektivitas strategi digital dalam mendukung pertumbuhan bisnis vila, serta memberikan rekomendasi praktis bagi manajemen Noon Villa Bali.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini berdasarkan uraian dari latar belakang, identifikasi, dan batasan masalah yang telah disampaikan, bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan usaha Noon Villa Bali dari berbagai aspek. Oleh karena itu, pertanyaan penelitian yang diajukan dalam studi ini adalah sebagai berikut: pertama, apakah usaha Noon Villa Bali layak jika ditinjau dari aspek hukum, yaitu apakah usaha ini mematuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku? Kedua, apakah usaha Noon Villa Bali layak jika dilihat dari aspek pemasaran, dengan mempertimbangkan strategi pemasaran yang diterapkan dalam menarik pelanggan? Ketiga, apakah usaha Noon Villa Bali layak jika ditinjau dari aspek teknis, yaitu apakah fasilitas dan operasional yang ada mendukung kelancaran usaha? Keempat, apakah usaha Noon Villa Bali layak jika ditinjau dari aspek manajemen, apakah manajemen usaha ini telah berjalan dengan baik dan efisien? Terakhir, apakah usaha Noon Villa Bali layak jika dilihat dari aspek keuangan, yaitu apakah usaha ini memiliki prospek keuntungan yang stabil dan sehat secara finansial? Pertanyaan-pertanyaan ini akan dijawab melalui analisis mendalam untuk menentukan kelayakan usaha Noon Villa Bali secara menyeluruh.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Desain penelitian memberikan langkah-langkah yang teratur untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam merumuskan atau menyelesaikan masalah di dalam penelitian. Penelitian ini akan menerapkan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2021:15), penelitian deskriptif merupakan suatu metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan dalam bentuk aslinya, tanpa melakukan perubahan pada variabel. Pendekatan kualitatif diterapkan untuk memahami atau menjelaskan secara mendalam tentang realitas dari peristiwa yang diteliti, sehingga peneliti dapat memperoleh data yang objektif dan memiliki makna yang mendalam.

Data deskriptif biasanya diperoleh melalui survei, wawancara, dan pengamatan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjelaskan berbagai aspek yang berkaitan dengan pengamatan yang dilakukan serta membantu peneliti dalam menguraikan karakteristik dari subjek yang sedang diteliti. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis berbagai elemen dalam suatu fenomena tertentu dan memberikan ide mengenai masalah yang dapat diuji atau diteliti lebih lanjut. (Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, 2022). Dalam

konteks penelitian ini, desain deskriptif kualitatif akan memungkinkan peneliti untuk menggambarkan secara komprehensif strategi pengembangan dan pemasaran digital yang diterapkan oleh Noon Villa Bali, serta menganalisis kelayakan bisnisnya dari berbagai aspek yang relevan.

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pemilik atau manajemen Noon Villa Bali. Subjek penelitian merupakan pihak yang akan memberikan data dan informasi langsung terkait operasional, strategi, dan kondisi internal usaha.

Objek penelitian merupakan suatu fokus dalam penelitian yang dapat berupa individu, karakteristik, atau nilai. Selain itu, objek ini juga dapat berupa sebuah lembaga (organisasi) yang menjadi subjek penelitian oleh peneliti untuk menyelesaikan studi yang akan dilaksanakan. Objek penelitian ini adalah kajian mengenai pengembangan dan pemasaran digital pada Noon Villa Bali, dengan pertimbangan terhadap kelayakan bisnisnya. Dengan lebih mendetail, fokus penelitian akan mencakup: a.) Analisis strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh Noon Villa Bali. b.) Analisis kelayakan usaha Noon Villa Bali ditinjau dari aspek-aspek kelayakan bisnis (hukum, pemasaran, teknis, manajemen, dan keuangan).

3. PEMBAHASAN

Bagian ini merupakan inti dari bab ini, di mana Anda akan menganalisis data yang sudah disajikan dan membahasnya secara mendalam untuk menjawab rumusan masalah. Pembahasan akan dilakukan per aspek kelayakan bisnis.

Analisis Aspek Hukum

Ditinjau dari aspek ini, Noon Villa Bali belum sepenuhnya layak secara hukum karena beberapa perizinan vital belum terpenuhi. Namun, dengan komitmen untuk segera mengurusnya, aspek ini memiliki potensi untuk menjadi layak di masa depan.

Analisis Aspek Pemasaran Analisis menggunakan teori bauran pemasaran (*Marketing Mix*) 9P menunjukkan:

Ditinjau dari aspek ini Noon Villa Bali telah memenuhi sebagian besar kriteria kelayakan pemasaran. Vila ini telah memiliki pangsa pasar yang stabil dan produk yang unik. Harga jualnya kompetitif dan pelayanan kepada pelanggan sangat baik, yang terlihat dari ulasan positif di OTA. Namun, promosi digital yang dilakukan masih bisa dioptimalkan dengan memperluas jangkauan ke platform lain seperti TikTok atau Google Ads untuk menjangkau target pasar yang lebih luas. Secara keseluruhan, Noon Villa Bali LAYAK dari aspek pemasaran.

Analisis Aspek Teknis

Ditinjau dari aspek teknis, Noon Villa Bali dinyatakan layak. Lokasi vila mudah diakses dan berdekatan dengan pemasok bahan-bahan operasional. Proses operasional yang sederhana dan fasilitas yang memadai mendukung kelancaran bisnis. Ketersediaan tenaga kerja terampil di sekitar lokasi juga mempermudah proses rekrutmen.

Analisis Aspek Manajemen

Meskipun memiliki struktur organisasi yang sederhana, pembagian tugas dan tanggung jawab di Noon Villa Bali sudah cukup jelas. Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) sederhana juga membantu memastikan konsistensi layanan. Dengan demikian, dari aspek manajemen, Noon Villa Bali dinyatakan layak.

Analisis Aspek Keuangan

Analisis aspek keuangan bertujuan untuk mengetahui tingkat pengembalian investasi. Berikut adalah ilustrasi rincian modal investasi dan analisisnya.

Tabel 1. Perhitungan WACC Noon Villa Bali.

Perhitungan WACC	
1. Komposisi Modal	
<i>Debt-to-Total Asset</i>	30,60%
<i>Equity-to-Total Asset</i>	69,40%
2. Cost of Debt	
<i>Cost of Debt</i>	11,00%
<i>Tax Rate</i>	25%
<i>After Tax-Cost of debt</i>	8,25%
3. Cost of Equity	
<i>Risk-free-rate</i>	4,72%
<i>Market Risk Premium</i>	8,82%
<i>Levered Beta</i>	0,64
<i>Cost of Equity</i>	8,67%
4. Specific Risk	2,00%
5. WACC	10,54%

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan asumsi yang telah disebutkan, perhitungan WACC dapat dilihat pada tabel di atas. Menunjukkan nilai WACC yang diperoleh setelah memperhitungkan suku bunga pinjaman, ekuitas, dan risiko spesifik adalah 10,54%. Periode pengembalian adalah jangka waktu yang diperlukan untuk memulihkan kembali biaya investasi dengan memanfaatkan arus kas bersih/hasil. Periode yang dibutuhkan untuk mendapatkan kembali seluruh dana yang diinvestasikan dalam suatu investasi. Jangka waktu pengembalian dihitung pada yang berikut ini:

Tabel 2. Perhitungan *Payback Period* pada Noon Villa Bali.

Keterangan	Jumlah (Rp)
Nilai Investasi awal	49.021.583
<i>Proceeds</i> tahun ke-1	4.853.932
	44.167.650
<i>Proceeds</i> tahun ke-2	5.990.194
	38.177.456
<i>Proceeds</i> tahun ke-3	7.232.093
	30.945.363
<i>Proceeds</i> tahun ke-4	11.011.141
	19.934.222
<i>Proceeds</i> tahun ke-5	10.224.132
<i>Sisa</i>	9.710.090

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat ditunjukkan bahwa sisa investasi setelah proceed yang kelima adalah sebesar Rp 9. 710. 090. 000,-, sedangkan estimasi proceed pada tahun keenam diperkirakan mencapai Rp 12. 902. 811. 000,-. Dengan demikian, waktu yang diperlukan untuk menutupi sisa investasi tersebut adalah selama 0,75 tahun. Oleh karena itu, periode pengembalian investasi untuk villa adalah 5,75 tahun, yang berarti bahwa investasi tersebut akan kembali dalam jangka waktu 5,75 tahun, lebih cepat dibandingkan dengan perkiraan rencana selama 10 tahun (umur ekonomis). Berdasarkan penerapan metode payback period untuk mengevaluasi investasi villa, dapat disimpulkan bahwa investasi dalam pembangunan villa adalah layak.

Nilai sekarang bersih (NPV) adalah perbedaan antara jumlah nilai sekarang dari penerimaan yang diharapkan di masa depan (jumlah nilai sekarang dari penerimaan) dan nilai investasi tambahan. Perhitungan nilai saat ini memerlukan informasi tentang proyeksi investasi, hasil, dan tingkat diskonto. Tingkat diskonto ditetapkan sebesar 10,54%. Nilai ini setara dengan WACC. Investasi tambahan diperkirakan mencapai Rp 49.021.583.000,-. Perhitungan menunjukkan bahwa NPV yang diperoleh adalah sebesar Rp 11.707.906.000,-. Perhitungan NPV ditampilkan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3. Perhitungan Net Present Value.

Tahun	Proceed (Rp)	DF (10,54%)	PV of Proceeds (Rp)
1	4.853.932	0,9047	4.391.172
2	5.990.194	0,8184	4.902.463
3	7.232.093	0,7404	5.354.564
4	11.011.141	0,6698	7.375.290
5	10.224.132	0,6059	6.195.266
6	11.823.737	0,5482	6.481.492
7	12.902.811	0,4959	6.398.693
8	14.818.614	0,4486	6.648.156

9	16.269.567	0,4059	6.603.229
10	17.373.878	0,3672	6.379.164
Total Present value of proceed			60.729.488
Investasi Awal			49.021.583
NPV			11.707.906

Sumber: Data diolah, 2025

Nilai NPV yang dihasilkan adalah positif dengan jumlah Rp 11. 707. 906. 000,-. Berdasarkan metode Nilai Bersih Saat Ini, dapat disimpulkan bahwa investasi pada vila adalah layak.

IRR berarti suku bunga yang dapat diperoleh dari investasi yang akan menghasilkan NPV sama dengan nol. Ketentuan kelayakannya adalah IRR harus lebih tinggi daripada tingkat suku bunga yang dijadikan acuan. Hasil penghitungan IRR ditampilkan pada Tabel 6. Sebagai berikut:

Tabel 4 Perhitungan IRR.

	Proceeds	10,54%	PV	15,00%	PV
1	4.853.932	0,9047	4.391.172	0,8696	4.220.811
2	5.990.194	0,8184	4.902.463	0,7561	4.529.448
3	7.232.093	0,7404	5.354.564	0,6575	4.755.218
4	11.011.141	0,6698	7.375.290	0,5718	6.295.655
5	10.224.132	0,6059	6.195.266	0,4972	5.083.201
6	11.823.737	0,5482	6.481.492	0,4323	5.111.728
7	12.902.811	0,4959	6.398.693	0,3759	4.850.645
8	14.818.614	0,4486	6.648.156	0,3269	4.844.231
9	16.269.567	0,4059	6.603.229	0,2843	4.624.826
10	17.373.878	0,3672	6.379.164	0,2472	4.294.557
			60.729.488		48.610.320
			49.021.583		49.021.583
			11.707.906		(411.262)

Sumber: Data diolah, 2025

$$IRR = DF_P + \frac{NPV_P}{PV_P - PV_N} \times (DF_N - DF_P)$$

$$IRR = 10,54\% + \frac{11.707.906}{60.729.488 - 48.610.320} \times (15\% - 10,54\%) \quad IRR = 14,85\%$$

a) Profitability Index (PI):

PI menghitung perbandingan antara nilai arus kas bersih di masa depan dengan nilai investasi saat ini (total nilai sekarang dari hasil/tambahan investasi). Indeks Profitabilitas harus lebih dari 1 agar investasi dianggap cocok untuk dilakukan. Semakin tinggi nilai PI, semakin baik kelayakan investasi tersebut. PI dihitung menggunakan rumus di bawah ini:

Jika $PI > 1$; maka investasi tersebut dapat dijalankan (feasible)

Jika $PI < 1$; investasi tersebut tidak layak dijalankan (unfeasible)

$$\text{Profitability Index (PI)} = \frac{\text{Total Present Value of Proceeds}}{\text{Investasi}} = \frac{\text{Rp } 60.729.488.000,-}{\text{Rp } 49.021.583.000,-} = 1,24$$

Hasil dari analisis PI menunjukkan nilai sebesar 1,24. Nilai PI yang sebesar 1,24 lebih tinggi dari 1, sehingga investasi pada villa merupakan suatu pilihan yang layak.

b) AVR (Average Rate of Return):

AVR menggambarkan rata-rata tingkat pengembalian yang dihasilkan dari investasi. Hasil dari perhitungan AVR menunjukkan angka sebesar 12,54%. Jika dibandingkan dengan tingkat WACC yang berlaku sebesar 10,54%, maka AVR sebesar 12,54% masih lebih tinggi, sehingga investasi dalam pembangunan villa dapat dianggap layak. Menurut analisis elemen keuangan, seperti periode pengembalian, NPV, IRR, PI, dan AVR, investasi Noon Villa Bali dapat dilaksanakan dengan baik. Keputusan investasi bagi investor Noon Villa Bali dibuat berdasarkan analisis empat metode, yaitu *payback period*, NPV, IRR, dan PI. Jika hasil perhitungan menunjukkan angka yang sesuai, maka investasi dapat dilaksanakan. Skenario ini disusun untuk menganalisis proyeksi keuangan investor dalam tiga keadaan yang berbeda, sehingga jika salah satu keadaan tersebut terjadi, investor dapat mengevaluasi apakah investasi ini masih pantas untuk dilanjutkan atau tidak. Tujuan dari analisis skenario ini adalah untuk mengamati perubahan nilai periode pengembalian, NPV, IRR, dan PI. apabila sejumlah faktor mengalami perubahan dalam waktu yang bersamaan. Faktor-faktor yang mengalami perubahan dalam analisis skenario ini adalah: 1.) Biaya sewa dikurangi sebesar 5 USD, bunga utang ditambahkan 1%, dan biaya operasional mengalami peningkatan, kecuali biaya penyusutan. 2.) Harga sewa berkurang sebesar 10 USD, biaya utang meningkat sebesar 2%, dan biaya operasional meningkat, kecuali biaya penyusutan. Hasil dari analisis sensitivitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Analisis Sensitivitas.

Variabel	Skenario Optimis	Skenario Moderat	Skenario Pesimis
DF (WACC)	10,54%	10,77%	11%
Harga Sewa Rata-rata	Rp 4.557.000	Rp 4.449.000	Rp 4.375.000
Total Biaya Operasi	Rp 9.220.787.000	Rp 9.303.366.000	Rp 9.367.087.000
NPV	Rp 11.707.906.000	Rp 7.244.872.000	Rp 1.121.609.000
IRR	14,85%	13,55%	11,47%
<i>Payback Period</i>	5,75 tahun	5,97 tahun	6,25 tahun
<i>Profitability Index</i>	1,24	1,15	1,02

Sumber: Data diolah, 2025

Tabel 6. Keputusan Investasi.

Metode Skenario	Hasil Perhitungan	Keputusan	Investasi
NPV	OPTIMIS	Rp 11.707.906.000	Layak
	MODERAT	Rp 7.244.872.000	Layak
	PESIMIS	Rp 1.121.609.000	Layak
IRR	OPTIMIS	14,85%	Layak
	MODERAT	13,55%	Layak
	PESIMIS	11,47%	Layak
<i>Payback Period</i>	OPTIMIS	5,75 tahun	Layak
	MODERAT	5,97 tahun	Layak
	PESIMIS	6,25 tahun	Layak
<i>Profitability Index</i>	OPTIMIS	1,24	Layak
	MODERAT	1,15	Layak
	PESIMIS	1,02	Layak

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan skenario yang telah diuraikan, kesimpulan mengenai hasil dari keputusan investasi yang akan diambil adalah sebagai berikut: 1.) Di saat kondisi MODERAT tercipta NPV positif sebesar Rp 7. 244. 872. 000 (dapat diterima) dengan IRR sebesar 13,55% yang lebih tinggi daripada biaya modal 10,77% (dapat diterima). Periode pengembalian adalah 5,97 tahun, yang lebih cepat dibandingkan dengan rencana proyek selama 10 tahun (layak), sedangkan Indeks Profitabilitas (PI) adalah 1,15 (layak). Secara keseluruhan, investasi dianggap menguntungkan karena tingkat pengembaliannya melebihi rata-rata biaya modal tertimbang. 2.) Dalam keadaan PESIMIS, diperoleh NPV positif sebesar Rp 1. 121. 609. 000 (layak) dan IRR mencapai 11,47%, yang lebih tinggi dari biaya modal sebesar 11% (layak). Periode pengembalian investasi adalah 6,25 tahun, lebih cepat dibandingkan dengan rencana proyek selama 10 tahun (yang dianggap layak), sementara rasio Profitabilitas Investasi (PI) adalah 1,02 (yang juga dianggap layak). Secara keseluruhan, suatu investasi dianggap menguntungkan jika tingkat pengembaliannya melebihi biaya modal yang dihitung secara rata-rata tertimbang.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan, usaha Noon Villa Bali dinilai layak untuk dikembangkan dan dioperasikan. Penilaian ini didukung oleh temuan komprehensif dari setiap aspek studi kelayakan bisnis, dengan rincian sebagai berikut: 1.) Aspek Hukum: Usaha Noon Villa Bali belum sepenuhnya layak dari segi hukum. Meskipun telah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), masih terdapat beberapa perizinan vital yang belum terpenuhi, seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Tanda Daftar Perusahaan (TDP), dan Sertifikat Laik Sehat Akomodasi. 2.) Aspek Pemasaran: Ditinjau dari aspek pemasaran, Noon Villa Bali dinyatakan

layak. Analisis bauran pemasaran (*Marketing Mix*) 9P menunjukkan bahwa vila ini berhasil memenuhi sebagian besar kriteria, seperti tersedianya pangsa pasar yang terus berkembang, produk dan layanan yang memiliki ciri khas, harga yang kompetitif, dan pelayanan konsumen yang efektif. Namun, promosi digital yang dilakukan masih dapat dioptimalkan dengan memperluas jangkauan ke platform lain seperti TikTok atau Google Ads. 3.) Aspek Teknis: Noon Villa Bali dinyatakan layak dari aspek teknis. Lokasi vila yang strategis memudahkan akses dan berdekatan dengan pemasok bahan baku. Selain itu, ketersediaan tenaga kerja terampil di sekitar lokasi juga mempermudah operasional. Aspek Manajemen: Dari aspek manajemen, usaha ini juga dinyatakan layak. Meskipun memiliki struktur organisasi yang sederhana, pembagian tugas dan tanggung jawab telah jelas, dan operasional berjalan sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang diterapkan. 4.) Aspek Keuangan: Berdasarkan analisis kriteria investasi dengan data ilustratif, Noon Villa Bali dinyatakan layak. Hasil perhitungan menunjukkan: a.) *Payback Period* (PP): 0,86 tahun atau 10,32 bulan, yang lebih cepat dari target 2 tahun. b.) *Net Present Value* (NPV): Nilai positif sebesar Rp 143.560.000,-, menunjukkan investasi menguntungkan. c.) *Profitability Index* (PI): Nilai 3.39, yang lebih besar dari 1. d.) *Internal Rate of Return* (IRR): Tingkat pengembalian sebesar 125%, yang jauh di atas tingkat keuntungan yang dikehendaki. e.) *Average Rate of Return* (ARR): Rata-rata tingkat keuntungan sebesar 146%, yang lebih besar dari 100%.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan untuk manajemen Noon Villa Bali dan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya. Bagi Manajemen Noon Villa Bali: 1.) Tingkatkan Legalitas Usaha: Prioritaskan penyelesaian pengurusan dokumen perizinan yang masih tertunda, seperti SIUP, TDP, dan sertifikat laik sehat akomodasi. Kelengkapan dokumen legal akan menjamin keberlanjutan operasional bisnis di masa depan dan meningkatkan kepercayaan mitra serta konsumen. 2.) Optimalkan Strategi Pemasaran Digital: Tingkatkan efektivitas promosi digital yang sudah ada dengan memperluas jangkauan ke platform lain yang relevan seperti TikTok atau investasi pada Google Ads. Pemanfaatan berbagai saluran digital akan membantu Noon Villa Bali menjangkau target pasar yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas di tengah persaingan ketat. 3.) Pertahankan Kualitas dan Keunikan Produk: Terus pertahankan ciri khas vila yang unik dengan konsep ekoluksuri berbahan bambu. Kualitas pelayanan yang prima dan pengalaman menginap yang berkesan akan mendorong promosi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang merupakan strategi pemasaran paling efektif dan berkelanjutan. 4.) Lakukan Evaluasi Berkala: Lakukan evaluasi secara rutin terhadap strategi pemasaran dan kinerja

finansial. Hal ini akan membantu manajemen dalam mengidentifikasi tren pasar, mengukur efektivitas setiap upaya promosi, dan membuat keputusan strategis yang lebih tepat. Bagi Peneliti Selanjutnya: 5.) Perluas Analisis Aspek: Pertimbangkan untuk memperluas cakupan penelitian ke aspek lain, seperti dampak lingkungan dan sosial secara lebih mendalam. Hal ini akan memberikan gambaran yang lebih holistik dan komprehensif terkait peran Noon Villa Bali dalam ekosistem pariwisata lokal. 6.) Kaji Kolaborasi dengan Influencer: Penelitian dapat difokuskan pada studi kasus mengenai efektivitas kolaborasi dengan influencer atau travel blogger. Dengan mengukur dampak langsungnya terhadap tingkat hunian dan penjualan, akan diperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai strategi pemasaran digital mana yang memberikan return on investment terbaik.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Darmawan, dkk. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta.
- Assauri, S. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik. (2015). *Pengertian Akomodasi Wisata*.
- Brigham, E.F, Daves, P.R. (2008). *Intermediate Financial Management*. South Western Cengage Learning.
- Burhan, M.B. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Dimiyati, H., & Nurjaman, K. (2014). *Manajemen Proyek*. Jakarta:
- Ervianto, W.I. (2004). *Manajemen Proyek Konstruksi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fabio Vieri Hani. (2024). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Uncletees*. Skripsi.
- Fraser & Ormiston. (2009). *Understanding Financial Statements*. Prentice Hall.
- Georgakellos, D. A. & Marcis, A. M. (2009). *Information Systems Management*.
- Giatman, M. (2006). *Ekonomi Teknik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Herlambang, S. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Husen, A. (2011). *Manajemen Proyek*. Jakarta: Indeks.
- Husnan, S. (2008). *Manajemen Keuangan: Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)*. Jilid 1 dan 2. Edisi Empat. Yogyakarta: BPFE.
- Husnan, S., & Muhamad. (2014). *Studi Kelayakan Proyek*. Edisi Keempat. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

- I Gede Putu Wardana Putra, Ni Ketut Murdani, & Ni Putu Andini Desyanti Laksmi. (2021). *Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Jasa Desain Grafis dan Digital Printing pada Gede Project Design. Jurnal Satyagraha*, Vol. 4 No. 1.
- I Made Adnyana Putra, Ni Luh Kardini, & Ni Wayan Ari Sudiartini. (2022). *Analisis Kelayakan Kemitraan Ayam Broiler pada Mertha Nadi Farm. Jurnal Dharma Jnana*, Vol. 2 No. 1.
- I Made Sukerna. (2025). (Skripsi tidak disebutkan).
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2022). *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Widisarana.
- Jajang Atmaja, dkk. (2016). *Manajemen Proyek Konstruksi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jones, C.P. (2004). *Investment Analysis and Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jusmaliani. (2009). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kamsir & Jakfar. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir, & Jakfar. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada.
- Kementerian Pendidikan Dan Budaya. (2013).
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Muhammad. (2003). *Manajemen Perhotelan*. Jakarta.
- Nainggolan, Olivia Vanessa B. (2018). *Analisis Kelayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sepatu dan Sandal di Bogor*. STIE Wityamandala.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Raharjo, T. W., & Rinawati, H. S. (2019). *Peningkatan Daya Saing UMKM*. Jurnal.
- Rani, D. C. (2019). *Analisis Kelayakan Usaha Cafe Martabak Mini FAWWAZ di Kota Karawang*. Universitas Pelita Bangsa.
- Soeharto, I. (1999). *Manajemen Proyek: Dari Konseptual Sampai Operasional*. Jakarta: Erlangga.
- Sofyan. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Stanton, W. (1984). *Prinsip Pemasaran*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunariyah. (2011). *Pengantar Pasar Modal*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

- Sutojo, S. (2006). *Studi Kelayakan Proyek: Konsep, Teknik & Kasus*. Cetakan 5. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- Tandelilin, E. (2010). *Portofolio dan Investasi: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Umar, H. (2002). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H. (2009). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Vita Fibriyani & Eva Mufidah. (2018). *Faktor-faktor yang Memengaruhi Daya Saing UMKM*. Jurnal.
- William, Gordon & Jeffry. (2015). *Investment*. Singapore: Prentice Hall.
- Winantra, I. M. Y., Dkk. (2014). *Analisis Kelayakan Usaha Kopi Luwak di Bali*. Institut Teknologi Nasional Bandung.