

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Landasan Teori**

##### **2.1.1. Studi Kelayakan Bisnis**

Beberapa teori penunjang yang dipakai dalam kajian ini adalah konsep studi kelayakan bisnis serta aspek-aspek yang dikaji dalam studi kelayakan bisnis. Teori tersebut dikaitkan dengan penelitian terdahulu yang memiliki topik yang serupa yaitu studi kelayakan usaha suatu bengkel. Aspek yang dikaji dalam studi kelayakan bisnis meliputi aspek non finansial yaitu: aspek pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, dan aspek manajemen dan sumber daya manusia, serta aspek finansial. Aspek finansial dikaji dengan menganalisis laporan laba rugi, analisis arus kas, serta analisis sensitivitas. Selain itu kelayakan usaha berdasarkan aspek finansial pada masing-masing penelitian terdahulu dianalisis dengan menggunakan kriteria investasi *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Intern Rate of Return* (IRR), dan *Profitability Index* (PI).

Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk menentukan apakah suatu bisnis layak dijalankan atau tidak. Kegiatan ini meliputi identifikasi masalah, peluang, menentukan tujuan, menggambarkan bagaimana situasi bisnis dan menilai berbagai manfaat yang dihasilkan (Gie 2020). Menurut Husnan dan Muhammad (2020 : 2), yang dimaksud dengan studi kelayakan proyek bisnis adalah tentang dapat tidaknya proyek suatu bisnis (biasanya merupakan proyek bisni investasi) dilaksanakan dengan berhasil.

Menurut Kasmir (2020 : 7), Studi Kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. Studi kelayakan bisnis dapat dilakukan untuk menilai kelayakan investasi, baik pada suatu proyek maupun bisnis yang sedang berjalan. Menurut Sulasih, Manullang, Purba (2021 : 5), studi kelayakan bisnis bisa disebut studi kelayakan proyek, yaitu penelitian tentang dapat tidaknya suatu

projek dilaksanakan dengan berhasil. Projek mempunyai arti suatu pendirian usaha baru atau pengenalan sesuatu (barang atau jasa) yang baru ke dalam sesuatu yang sudah ada (Sulasih, Manullang, Purba 2021 : 6).

### **2.1.2. Tahapan Melakukan Studi Kelayakan Bisnis**

Menurut Sugiono (2020 : 19-20), dalam melaksanakan studi kelayakan bisnis, ada beberapa tahapan studi yang hendaknya dikerjakan. Tahapan-tahapan yang disajikan di bawah ini bersifat umum.

#### **1. Penemuan Ide**

Produk yang dibuat haruslah berpotensi untuk laku dijual dan menguntungkan. Oleh karena itu, penelitian terhadap kebutuhan pasar dan jenis produk dari proyek harus dilakukan.

#### **2. Tahap Penelitian**

Selanjutnya dilakukan penelitian yang lebih mendalam dengan memakai metode ilmiah. Dimulai dengan mengumpulkan data lalu mengolah data berdasarkan teori-teori yang relevan, menganalisis dan menginterpretasikan hasil pengolahan data dengan alat-alat analisis yang sesuai, menyimpulkan hasil sampai pada pekerjaan membuat laporan hasil penelitian tersebut.

#### **3. Tahap Evaluasi**

Evaluasi berarti membandingkan sesuatu dengan satu atau lebih standar atau kriteria, dimana standar atau kriteria ini dapat bersifat kuantitatif maupun kualitatif.

#### **4. Tahap Pengurutan Usaha yang Layak**

Jika terdapat lebih dari satu usulan rencana bisnis yang dianggap layak dan terdapat keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki manajemen untuk merealisasikan semua bisnis rencana tersebut, misalnya keterbatasan dana, maka perlu dilakukan pemilihan rencana bisnis yang dianggap paling penting direalisasikan.

## 5. Tahap Rencana Pelaksanaan

Setelah rencana bisnis dipilih untuk direalisasikan, perlu dibuat rencana kerja pelaksanaan pembangunan proyek.

## 6. Tahap Pelaksanaan

Setelah semua penelitian yang harus dikerjakan selesai disiapkan, tahap berikutnya adalah merealisasikan pembangunan proyek tersebut. Dalam operasional ini, perlu kajian-kajian untuk mengevaluasi bisnis, yaitu dari fungsional keuangan, pemasaran, produk/operasi, SDM, dan manajemennya agar selalu bekerja secara efektif dan efisien dalam rangka meningkatkan laba perusahaan.

### 2.1.3. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Kasmir (2020 : 12-13), paling tidak ada lima tujuan mengapa sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan, yaitu:

#### 1. Menghindari Risiko Kerugian

Untuk menghindari risiko kerugian di masa yang akan datang, karena di masa yang akan datang ada semacam kondisi ketidakpastian. Kondisi ada yang dapat diramalkan akan terjadi atau memang dengan sendirinya terjadi tanpa dapat diramalkan. Dalam hal ini, fungsi studi kelayakan adalah untuk meminimalkan risiko yang tidak kita inginkan, baik risiko yang dapat kita kendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.

#### 2. Memudahkan Perencanaan

Jika kita sudah dapat meramalkan apa yang akan terjadi di masa yang akan datang, maka akan mempermudah kita dalam melakukan perencanaan dan hal-hal apa saja yang perlu direncanakan. Perencanaan merupakan berapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha atau proyek akan dijalankan, di mana proyek akan dibangun, siapa-siapa yang akan melaksanakannya, bagaimana cara menjalankannya, berapa besar keuntungan yang akan diperoleh serta bagaimana

mengawasinya jika terjadi penyimpangan. Yang jelas dalam perencanaan sudah terdapat jadwal pelaksanaan usaha, mulai dari usaha dijalankan sampai waktu tertentu.

3. Memudahkan Pelaksanaan Pekerjaan

Dengan adanya berbagai rencana yang sudah disusun akan sangat memudahkan pelaksanaan bisnis. Para pelaksana yang mengerjakan bisnis tersebut telah memiliki pedoman yang harus dikerjakan. Kemudian pengerjaan usaha dapat dilakukan sistematis, sehingga tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang sudah disusun. Rencana yang sudah disusun dijadikan acuan dalam mengerjakan setiap tahap yang sudah direncanakan.

4. Memudahkan Pengawasan

Dengan telah dilaksanakannya suatu usaha atau proyek sesuai dengan rencana yang sudah disusun, maka akan memudahkan perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan ini perlu dilakukan agar pelaksanaan usaha tidak melenceng dari rencana yang telah disusun. Pelaksana pekerjaan bisa sungguh-sungguh melakukan pekerjaannya karena merasa ada yang mengawasi, sehingga pelaksanaan pekerjaan tidak terhambat oleh hal-hal yang tidak perlu.

5. Memudahkan Pengendalian

Jika dalam pengawasan pekerjaan telah dilakukan pengawasan, maka apabila terjadi suatu penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga akan dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah untuk mengembalikan pelaksanaan pekerjaan yang melenceng ke rel yang sesungguhnya, sehingga pada akhirnya tujuan perusahaan akan tercapai.

#### 2.1.4. Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Secara umum, prioritas aspek-aspek yang perlu dilakukan studi kelayakan sebagai berikut:

##### 1. Aspek Pemasaran

Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan. Dalam dunia persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup dan berkembang. Oleh karena itu seorang pemasar dituntut untuk memahami permasalahan pokok di bidangnya dan menyusun strategi agar dapat mencapai tujuan perusahaan. (Danang Sunyoto, 2019 : 18).

Menurut Kasmir (2020 : 16-17), Untuk menilai apakah perusahaan yang akan melakukan investasi ditinjau dari segi pasar dan pemasaran memiliki peluang pasar yang diinginkan atau tidak. Atau dengan kata lain seberapa besar potensi pasar yang ada untuk produk yang ditawarkan dan seberapa besar *market share* yang dikuasai oleh para pesaing dewasa ini. Kemudian bagaimana strategi pemasaran yang akan dijalankan, untuk menangkap peluang pasar yang ada. Dalam hal ini, untuk menentukan besarnya pasar nyata dan potensi pasar yang ada, maka perlu dilakukan riset pasar, baik dengan terjun langsung ke lapangan maupun dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber. Kemudian, setelah diketahui pasar nyata dan potensi pasar yang ada barulah disusun strategi pemasarannya.

Menurut Sunyoto (2019 : 36), tujuan pemasaran adalah mengarahkan barang-barang dan jasa-jasa ke tangan konsumen. Untuk ini diperlukan kegiatan-kegiatan tertentu. Berbagai jenis kegiatan dan proses yang diperlukan karena spesialisasinya di dalam pemasaran itu disebut fungsi-fungsi pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran dapat digolongkan sebagai berikut:

##### 1. Fungsi pertukaran

Fungsi pemasaran jenis pertukaran meliputi:

##### - Pembelian

Yang dimaksud pembelian adalah proses atau kegiatan yang mendorong untuk mencari penjual. Kegiatan ini merupakan timbal-balik daripada *selling* (penjualan), oleh karena itu perlu dimengerti proses atau

kegiatan apa yang mengakibatkan atau mendorong untuk melakukan pembelian.

- Penjualan

Penjualan atau *selling* adalah refleksi daripada pembelian, merupakan lawan dari pembelian. Pembelian tidak akan terjadi tanpa penjualan, penjualan tidak ada tanpa pembelian. Di dalam pembelian dan penjualan itu terjadi saling mendekati, melakukan tawar-menawar, berunding, membentuk harga dan penyerahan hak kepemilikan.

## 2. Fungsi penyediaan fisik

Fungsi pemasaran jenis penyediaan fisik meliputi

- Transportasi

Pengertian transportasi adalah kegiatan atau proses pemindahan barang dari tempat yang satu ke tempat yang lain. Proses ini menciptakan kegunaan tempat (*place utility*). Dalam kegiatan dan proses pemindahan ini dipersoalkan bagaimana caranya, apakah menggunakan mobil, pesawat, truk, kereta api, kapal laut atau dibawa perseorangan dan lain sebagainya. Bagaimana cara-cara memuat dan membongkarnya, dibungkus atau tidak dibungkus dan sebagainya.

- Pergudangan (*storage*)

Fungsi pemasaran jenis ini melakukan kegiatan penyimpanan barang sejak selesai diproduksi atau diproduksi sejak selesai diproduksi atau dibeli sampai saat dipakai atau dijual di masa yang akan datang. Pergudangan menciptakan kegunaan waktu (*time utility*), dan dapat terjadi di manapun juga sepanjang arus antara produsen dan konsumen. Jadi dapat dilakukan oleh konsumen, perantara, konsumen sendiri dan lainnya.

### 3. Fungsi fasilitas

Fungsi pemasaran jenis fasilitas meliputi:

- Standardisasi

Jika barang-barang atau jasa-jasa berpindah tempat, berpindah waktu atau berpindah pemilik, umumnya diperlukan ketentuan-ketentuan tertentu. Standardisasi meliputi penentuan produk, pemeriksaan produk untuk menentukan termasuk standar yang mana (*inspection*) dan menjeniskan barang ke dalam kelompok-kelompok standar yang telah ditentukan (*sorting*). Arti pentingnya standardisasi adalah oleh adanya penjualan-penjualan yang dilakukan dengan *inspection*, sampel atau cukup memberikan gambaran atau uraian saja.

- Pembelian (*financing*)

Di dalam kegiatan pembelian, transportasi, pergudangan, standardisasi, dan sebagainya, diperlukan uang atau dana untuk pembiayaan. Kegiatan daripada penyediaan dana yang diperlukan oleh produsen, perantara, maupun konsumen sendiri, untuk kepentingan proses pemasaran disebut fungsi keuangan.

- Penanggung risiko (*risk bearing*)

Di dalam kegiatan atau proses pemasaran terdapat banyak risiko seperti risiko hilang, risiko lepas pemilikan, lepas pengawasan, turun harga, rusak, terbakar dan lain sebagainya. Agar risiko dapat dihindarkan atau diperkecil maka terjadilah pengambilan risiko yang dilakukan oleh lembaga atau orang-orang tertentu, misalnya perusahaan perasuransian.

- Penerangan pasar (*market information*)

Penerangan pasar adalah fungsi pemasaran yang sangat luas karena fungsi ini memberikan keterangan tentang situasi dagang pada umumnya, keterangan yang berhubungan dengan fungsi-fungsi manajemen pemasaran, dan kegiatan-kegiatan lainnya mengenai spesialisasi-spesialisasi di dalam bidang perekonomian. Termasuk di dalam fungsi penerangan pasar, yaitu pengumpulan data, menafsirkan dan mengambil konklusinya.

Dalam aspek pemasaran terdapat sebuah istilah *marketing mix* yang mencakup 7P, yaitu:

1. *Product* (produk), adalah suatu barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan untuk konsumen.
2. *Price* (harga), adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk mendapatkan produk.
3. *Place* (tempat), adalah suatu cara menyampaikan atau menjual produk untuk disampaikan kepada konsumen.
4. *Promotion* (promosi), adalah suatu aktivitas untuk penyampaian suatu produk yang kita jual agar konsumen membeli produk yang kita jual.
5. *People* (orang-orang), adalah orang atau sumber daya manusia yang dipekerjakan di tempat tersebut.
6. *Process* (proses), merujuk pada bagaimana alur, prosedur, atau mekanisme pebisnis dalam memberikan produk atau layanan.
7. *Physical Evidence* (bukti fisik), yaitu berupa tampilan fisik tempat usaha.

Menurut Husnan dan Muhammad (2020 : 13), Aspek pasar dan pemasaran mempelajari tentang:

1. Permintaan, baik secara total ataupun diperinci menurut daerah, jenis konsumen, perusahaan besar pemakai. Di sini juga perlu diperkirakan tentang proyek bisnis permintaan tersebut.
2. Penawaran, baik yang berasal dari dalam negeri, maupun juga yang berasal dari impor. Bagaimana perkembangannya di masa lalu dan bagaimana perkiraan di masa yang akan datang. Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran ini, seperti jenis barang yang bisa menyaingi, perlindungan dari pemerintah, dan sebagainya, perlu pula diperhatikan.
3. Harga, dilakukan perbandingan dengan barang-barang impor, produksi dalam negeri lainnya. Apakah ada kecenderungan perubahan harga, dan kalau ya, bagaimana polaya.



4. Program pemasaran, mencakup strategi pemasaran yang akan dipergunakan, “*marketing mix*”. Identifikasi siklus kehidupan produk, pada tahap apa produk yang akan dibuat.
  5. Perkiraan penjualan yang bisa dicapai perusahaan, *market share* yang bisa dikuasai perusahaan.
2. Aspek Teknis/operasi

Menurut Kasmir (2020 : 16-17), Dalam aspek ini yang diteliti adalah mengenai lokasi usaha, baik kantor pusat, cabang, pabrik, atau Gudang. Kemudian penentuan *layout* gedung, mesin, dan peralatan serta *layout* ruangan sampai kepada usaha perluasan selanjutnya. Penilaian mengenai lokasi meliputi berbagai pertimbangan, apakah harus dekat dengan pasar, dekat dengan bahan baku, dengan tenaga kerja, dengan pemerintahan, Lembaga keuangan, pelabuhan, atau pertimbangan lainnya. Kemudian mengenai penggunaan teknologi apakah padat karya atau padat modal.

Menurut Husnan dan Muhammad (2020 : 13), aspek teknis dan produksi menyangkut berbagai pernyataan penting tentang:

1. Apakah studi dan pengujian pendahuluan pernah dilakukan?
2. Apakah skala produksi yang dipilih sudah optimal?  
Apakah luas produksi ini akan meminimumkan biaya produksi rata-rata, ataukah akan memaksimalkan laba? Jadi, mempertimbangkan secara simultan faktor permintaan. Bagaimana fasilitas untuk ekspansi nantinya? Tentang lokasi, luas tanah, pengaturan fasilitas produksi, dan sebagainya.
3. Apakah proses produksi yang dipilih sudah tepat?  
Umumnya terdapat beberapa alternatif proses produksi untuk menghasilkan produk yang sama. Sebagai misal, semen bisa dibuat dengan proses basah ataupun proses kering, soda bisa dibuat dengan metode elektrolisis atau metode kimia.
4. Apakah mesin-mesin dan perlengkapan yang dipilih sudah tepat?  
Faktor yang diperhatikan adalah tentang umur ekonomis dan fasilitas pelayanan kalau terjadi kerusakan mesin-mesin tersebut.
5. Apakah perlengkapan-perengkapan tambahan dan pekerjaan-pekerjaan teknis tambahan telah dilakukan?

Faktor-faktor seperti material *handling*, *supply* bahan pembantu, kontrol kualitas, dan sebagainya perlu diperhatikan pula.

6. Apakah telah disiapkan tentang kemungkinan penanganan terhadap limbah produksi?
  7. Apakah tata letak yang diusulkan dari fasilitas produksi cukup baik?
  8. Bagaimana dengan pemilihan lokasi dan “*site*” produksi?
  9. Apakah skedul kerja telah dibuat dengan cukup realistis?
  10. Apakah teknologi yang akan dipergunakan bisa diterima dalam pandangan sosial? Dalam pemilihan teknologi yang akan dipergunakan sebaiknya tidak dipergunakan teknologi yang sudah usang, atau teknologi yang masih dicoba-coba. Yang pertama akan mengakibatkan perusahaan nantinya sulit untuk bersaing, sedangkan yang kedua bisa mengakibatkan kesulitan dalam perawatan fasilitas.
3. Aspek Hukum

Menurut Kasmir (2020 : 24), Untuk memulai studi kelayakan suatu usaha pada umumnya dimulai dari aspek hukum, walaupun banyak pula yang melakukannya dari aspek lain. Mengenai aspek mana yang harus dimulai tergantung dari kesiapan data dan kesiapan dari para penilai. Tujuan dari aspek hukum adalah untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan, dan keaslian dari dokumen-dokumen yang dimiliki.

Dalam praktiknya terdapat beragam izin. Banyaknya izin dan jenis-jenis izin yang dibutuhkan tergantung dari jenis usaha yang dijalankan. Adapun izin yang dimaksud adalah:

1. Tanda Daftar Perusahaan (TDP).
2. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
3. Izin-izin usaha.
4. Sertifikat tanah atau surat-surat berharga yang dimiliki.

Izin-izin perusahaan lainnya yang harus segera diurus bagi pemilik usaha dan harus dinilai oleh penilai adalah yang sesuai dengan jenis bidang usaha perusahaan tersebut. Izin-izin tersebut antara lain:

1. Surat izin usaha perdagangan (SIUP).
2. Surat izin usaha industry (SIUI).

3. Izin usaha tambang.
  4. Izin usaha perhotelan dan pariwisata.
  5. Izin usaha farmasi dan rumah sakit.
  6. Izin usaha peternakan dan pertanian.
  7. Izin domisili, dimana perusahaan/lokasi proyek berada.
  8. Izin gangguan.
  9. Izin mendirikan bangunan (IMB).
  10. Izin tenaga kerja asing jika perusahaan menggunakan tenaga kerja asing.
4. Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia
- Menurut Mangkunegara (2017 : 2), Manajemen sumber daya manusia merupakan suatu perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, pemberian balas jasa, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pemisahan tenaga kerja dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Manajemen sumber daya manusia dapat didefinisikan pula sebagai pengelolaan dan pendayagunaan sumber daya yang ada pada individu (pegawai). Pengelolaan dan pendayagunaan tersebut dikembangkan secara maksimal di dalam dunia kerja untuk mencapai tujuan organisasi dan pengembangan individu pegawai.

Yang dinilai dari aspek ini adalah para pengelola usaha dan struktur organisasi yang ada. Proyek yang dijalankan akan berhasil apabila dijalankan oleh orang-orang yang profesional, mulai dari merencanakan, melaksanakan sampai dengan mengendalikannya apabila terjadi penyimpangan. Demikian pula dengan struktur organisasi yang dipilih harus sesuai dengan bentuk dan tujuan usahanya. (Kasmir, 2020 : 16-17).

Menurut Hasibuan (2017 : 21-23), fungsi manajemen sumber daya manusia meliputi:

1. Perencanaan

Perencanaan (*Human Resource Planning*) adalah merencanakan tenaga kerja secara efektif serta efisien agar sesuai dengan kebutuhan perusahaan dalam membantu terwujudnya tujuan. Perencanaan dilakukan dengan menetapkan program kepegawaian. Program kepegawaian yang baik akan membantu tercapainya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat.

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian adalah kegiatan untuk mengorganisasikan semua karyawan dengan menetapkan pembagian kerja, hubungan kerja, delegasi wewenang, integrasi, dan koordinasi dalam bagan organisasi (*organization chart*). Organisasi hanya merupakan alat untuk mencapai tujuan. Dengan organisasi yang baik akan membantu terwujudnya tujuan secara efektif.

3. Pengarahan

Pengarahan (*directing*) adalah kegiatan mengarahkan semua karyawan agar mau bekerja sama dan bekerja efektif serta efisien dalam membantu tercapainya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat. Pengarahan dilakukan pimpinan dengan menugaskan bawahan agar mengerjakan semua tugasnya dengan baik.

4. Pengendalian

Pengendalian (*controlling*) adalah kegiatan mengendalikan semua karyawan, agar menaati peraturan-peraturan perusahaan dan bekerja sesuai dengan rencana. Apabila terdapat penyimpangan atau kesalahan, diadakan tindakan perbaikan dan penyempurnaan rencana.

5. Pengadaan

Pengadaan (*procurement*) adalah proses penarikan, seleksi, penempatan orientasi, dan induksi untuk mendapatkan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Pengadaan yang baik akan membantu terwujudnya tujuan.

6. Pengembangan

Pengembangan (*development*) adalah proses peningkatan keterampilan teknis, teoretis, konseptual, dan moral karyawan melalui pendidikan dan pelatihan. Pendidikan dan pelatihan yang diberikan harus sesuai dengan kebutuhan pekerjaan masa kini dan masa depan.

#### 7. Kompensasi

Kompensasi (*compensation*) adalah pemberian balas jasa langsung (*direct*) dan tidak langsung (*indirect*), uang atau barang kepada karyawan sebagai imbalan jasa yang diberikan kepada perusahaan. Prinsip kompensasi adalah adil dan layak. Adil diartikan sesuai dengan prestasi kerjanya, layak diartikan dapat memenuhi kebutuhan primernya serta berpedoman pada batas upah minimum pemerintah dan berdasarkan internal dan eksternal konsistensi.

#### 8. Pengintegrasian

Pengintegrasian (*integration*) adalah kegiatan untuk mempersatukan kepentingan perusahaan dan kebutuhan karyawan, agar tercipta kerja sama yang serasi dan saling menguntungkan. Perusahaan memperoleh laba, karyawan karyawan dapat memenuhi kebutuhan dari hasil pekerjaannya. Pengintegrasian merupakan hal yang penting dan sulit dalam MSDM, karena mempersatukan dua kepentingan yang bertolak belakang.

#### 9. Pemeliharaan

Pemeliharaan (*maintenance*) adalah kegiatan untuk memelihara atau meningkatkan kondisi fisik, mental, dan loyalitas karyawan, agar mereka tetap mau bekerja sama sampai pensiun. Pemeliharaan yang baik dilakukan dengan program kesejahteraan yang berdasarkan kebutuhan sebagian besar karyawan serta berpedoman kepada internal dan eksternal konsistensi.

#### 10. Kedisiplinan

Kedisiplinan merupakan fungsi MSDM yang terpenting dan kunci terwujudnya tujuan karena tanpa disiplin yang baik sulit terwujud tujuan yang maksimal. Kedisiplinan adalah keinginan dan kesadaran untuk menaati peraturan-peraturan perusahaan dan norma-norma sosial.

#### 11. Pemberhentian

Pemberhentian (*separation*) adalah putusnya hubungan kerja seseorang dari suatu perusahaan. Pemberhentian ini disebabkan oleh keinginan karyawan, keinginan perusahaan, kontrak kerja berakhir, pensiun, dan sebab-sebab lainnya.

## 5. Aspek Lingkungan

Menurut Kasmir (2020 : 16-17), merupakan analisis yang paling dibutuhkan pada saat ini, karena setiap proyek yang dijalankan akan sangat besar dampaknya terhadap lingkungan di sekitarnya, baik terhadap darat, air, dan udara, yang pada akhirnya akan berdampak terhadap kehidupan manusia, binatang, dan tumbuh-tumbuhan yang ada di sekitarnya.

Menurut Husein (2020 : 303-3-4), Analisis Dampak Lingkungan (AMDAL) diperlukan untuk melakukan suatu studi kelayakan dengan dua alasan pokok, yaitu:

1. Karena undang-undang dan peraturan pemerintah menghendaki demikian. Jawaban ini cukup efektif untuk memaksa para pemilik proyek yang kurang memperhatikan kualitas lingkungan dan hanya memikirkan keuntungan proyeknya sebesar mungkin tanpa menghiraukan dampak samping yang timbul.
2. AMDAL harus dilakukan agar kualitas lingkungan tidak rusak dengan beroperasinya proyek-proyek industri. Manusia dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kesejahteraan melalui aktivitas yang makin lama makin mengubah lingkungannya. Pada awalnya perubahan lingkungan itu belum menjadi masalah, maka manusia tidak dapat mentolerir lagi perubahan yang merugikan itu.

## 6. Aspek Keuangan

Menurut Kasmir (2020 : 16-17), penelitian dalam aspek ini dilakukan untuk menilai biaya-biaya apa saja yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biaya-biaya yang akan dikeluarkan. Kemudian juga meneliti seberapa besar pendapatan yang akan diterima jika proyek jadi dijalankan. Penelitian ini meliputi seberapa lama investasi yang ditanamkan akan kembali. Kemudian dari mana saja sumber pembiayaan bisnis tersebut dan bagaimana tingkat suku bunga yang berlaku, sehingga apabila dihitung dengan formula penilaian investasi sangat menguntungkan. Metode penelitian yang akan digunakan nantinya dengan *Payback Period*, *Net Present Value*, *Internal Rate of Return*, *Profitability Index*, *Break Event Point* serta dengan rasio-rasio keuangan lainnya.

Menurut Husnan dan Muhammad (2020 : 13), Aspek keuangan mempelajari berbagai faktor penting seperti:

1. Dana yang diperlukan untuk investasi, baik untuk aktiva tetap maupun modal kerja.
2. Sumber-sumber pembelanjaan yang akan dipergunakan. Seberapa banyak dana yang berupa modal sendiri dan berapa banyak yang berupa pinjaman jangka pendek, dan berapa yang jangka panjang.
3. Taksiran penghasilan, biaya, dan rugi/laba pada berbagai tingkat operasi. Termasuk di sini estimasi tentang *break event* proyek bisnis tersebut.
4. Manfaat dan biaya dalam artian finansial, seperti “*rate of return on investment*”, “*net present value*”, “*internal rate of return*”, “*profitability index*”, dan “*payback period*”. Estimasi terhadap risiko proyek bisnis, risiko dalam artian total, atau kalau mungkin yang hanya sistematis.

Di sini disamping perlu ditaksir rugi/laba proyek bisnis tersebut, juga taksiran aliran kas diperlukan untuk menghitung profitabilitas finansial proyek bisnis tersebut.

5. Proyek bisnis keuangan. Pembuatan neraca yang diproyek bisniskan dan proyek bisnis dan penggunaan data.

#### **2.1.5. Lembaga-Lembaga yang Memerlukan Studi Kelayakan Bisnis**

Menurut Kasmir (2015 : 14-15), hasil penilaian menurut studi kelayakan ini sangat diperlukan dan dibutuhkan oleh berbagai pihak, terutama pihak-pihak yang berkepentingan terhadap usaha atau proyek yang akan dijalankan. Perusahaan yang melakukan studi kelayakan akan bertanggung jawab terhadap hasil yang mereka katakan layak, sehingga pihak-pihak yang berkepentingan merasa yakin dan sangat percaya dengan hasil studi kelayakan bisnis yang telah dilakukan.

Adapun pihak-pihak yang berkepentingan dalam studi kelayakan tersebut antara lain:

## 1. Pemilik Usaha

Para pemilik usaha sangat berkepentingan terhadap hasil dari studi kelayakan yang telah dibuat, hal ini disebabkan para pemilik tidak mau jika sampai dana yang ditanamkan akan mengalami kerugian. Oleh sebab itu, hasil studi kelayakan yang sudah dibuat benar-benar dipelajari oleh para pemilik, apakah akan memberikan keuntungan atau tidak.

## 2. Kreditur

Jika uang tersebut dibiayai oleh dana pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya, maka pihak mereka pun sangat berkepentingan terhadap hasil studi kelayakan yang telah dibuat. Bank atau lembaga keuangan lainnya tidak mau sampai kreditnya atau pinjaman yang diberikan akan macet, akibat usaha atau proyek tersebut sebenarnya tidak layak untuk dijalankan. Oleh karena itu, untuk usaha-usaha tertentu pihak perbankan akan melakukan studi kelayakan terlebih dahulu secara mendalam sebelum pinjamandikucurkan kepada pihak peminjam.

## 3. Pemerintah

Bagi pemerintah pentingnya studi kelayakan adalah untuk meyakinkan apakah bisnis yang akan dijalankan akan memberikan manfaat baik bagi perekonomian secara umum. Kemudian bisnis juga harus memberikan manfaat kepada masyarakat luas, seperti penyediaan lapangan pekerjaan. Pemerintah juga berharap bahwa bisnis yang akan dijalankan tidak merusak lingkungan sekitarnya, baik terhadap manusia, binatang, dan tumbuh-tumbuhan.

## 4. Masyarakat Luas

Bagi masyarakat luas dengan adanya bisnis, terutama bagi masyarakat sekitarnya akan memberikan manfaat seperti lapangan kerja, baik pekerja di sekitar lokasi proyek maupun bagi masyarakat lainnya. Kemudian manfaat lainnya adalah terbukanya wilayah tersebut dari ketertutupan (terisolasi). Dengan adanya bisnis juga akan menyediakan sarana dan prasarana seperti tersedianya fasilitas umum seperti jalan, jembatan, listrik, telepon, rumah sakit, sekolah, sarana ibadah, sarana olahraga, taman, dan fasilitas lainnya.



## 5. Manajemen

Hasil studi kelayakan bisnis merupakan ukuran kinerja bagi pihak manajemen perusahaan untuk menjalankan apa-apa yang sudah ditugaskan. Kinerja ini dapat dilihat dari hasil yang telah dicapai, sehingga terlihat prestasi kerja pihak manajemen yang menjalankan usaha.

### **2.1.6. Faktor-Faktor yang Dapat Menyebabkan Kegagalan Usaha**

Menurut Sugiyanto (2020 : 7-8), risiko kerugian yang timbul di masa yang akan datang disebabkan karena di masa yang akan datang penuh dengan berbagai ketidakpastian. Secara umum faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan adalah:

#### 1. Data dan informasi tidak lengkap

Pada saat melakukan penelitian data dan informasi yang disajikan kurang lengkap, sehingga hal-hal yang seharusnya menjadi penilaian tidak ada atau data yang ada merupakan data palsu.

#### 2. Tidak teliti

Kurang teliti dalam meneliti dokumen-dokumen yang ada, untuk itu tim studi kelayakan bisnis perlu melatih dan mencari tenaga yang benar-benar ahli di bidangnya.

#### 3. Salah perhitungan

Kesalahan dapat terjadi kepada si penstudi, yaitu kesalahan dalam melakukan perhitungan dalam hal penggunaan rumus atau cara menghitung, sehingga hasil yang dikeluarkan tidak akurat.

#### 4. Pelaksanaan pekerjaan salah

Apabila para pekerja di lapangan tidak mengerjakan proyek secara benar atau tidak sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan maka kemungkinan bisnis tersebut akan gagal sangat besar.

## 5. Kondisi lingkungan

Kegagalan lainnya adalah unsur-unsur yang terjadi yang memang tidak dapat dikendalikan, artinya pada saat melakukan penelitian dan pengukuran semuanya sudah selesai dengan tepat dan benar, namun dalam perjalanan akibat terjadinya perubahan lingkungan akhirnya berimbas pada hasil penelitian dalam studi kelayakan bisnis.

## 6. Unsur sengaja

Peneliti sengaja membuat kesalahan yang tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya dengan berbagai sebab, sehingga menyebabkan gagalnya suatu proyek.

## 2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian Terdahulu merupakan hasil-hasil penelitian terdahulu yang memberikan informasi terkait dengan metode penelitian, hasil, dan pembahasan yang digunakan sebagai dasar perbandingan dengan penelitian yang dilakukan.

Supriatna (2020) melakukan Studi Kelayakan Bisnis Dalam Mengembangkan Bisnis *Laundry* Di Wilayah Puncak Cisarua Bogor. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan aspek nonfinansial seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis/produksi, aspek manajemen dan sumber daya manusia, analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan aspek finansial berdasarkan kriteria investasi. Aspek finansial pada usaha *Okay laundry* menunjukkan bahwa *Payback Period* selama 1 tahun 3 bulan, *Net Present Value* sebesar Rp. 67.327.284, IRR 38,05%, dan *Profitability Index* yaitu 2,81%. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa usaha *Okay Laundry* layak berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, aspek lingkungan dan aspek finansial.

Suryadinata (2018) melakukan Studi Kelayakan Bisnis dalam mengembangkan usaha *Sugar Glider* di wilayah Bogor. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan aspek non finansial seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis/produksi, aspek manajemen dan sumber daya manusia, analisis kualitatif digunakan

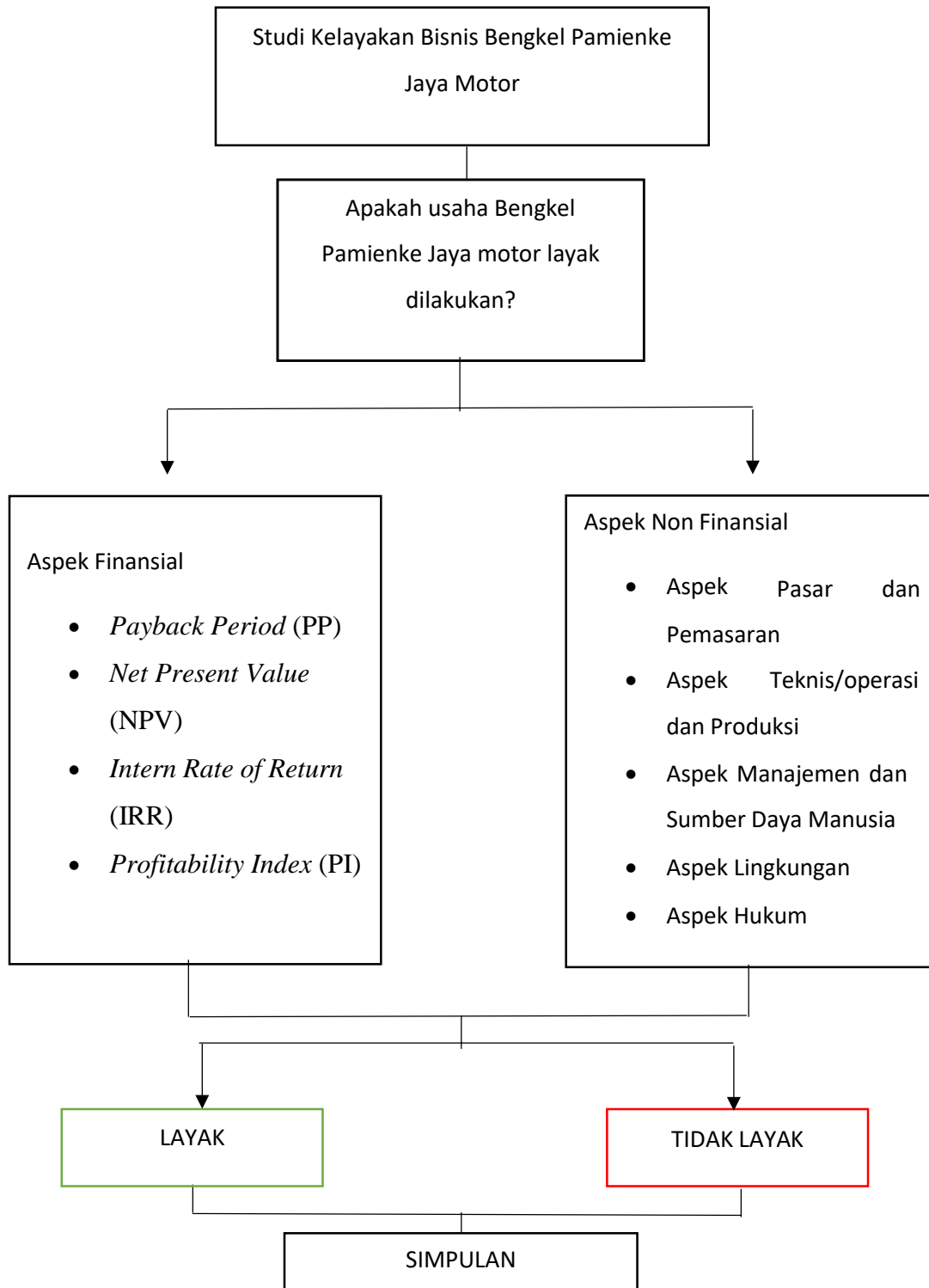
untuk menganalisis kelayakan aspek finansial berdasarkan kriteria investasi. Aspek finansial pada usaha *Luv Glider* menunjukkan bahwa *Payback Period* selama 2 tahun 2 bulan 7 hari, *Net Present Value* sebesar Rp. 16.721.606, IRR 27,20%, dan *Profitability Index* yaitu 1,35%. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa usaha budidaya *Sugar Glider* di Kota Bogor layak berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, aspek lingkungan dan aspek finansial.

Rani (2019) melakukan Analisis Kelayakan Usaha café martabak mini Fawwaz di Kota Karawang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan aspek non finansial seperti aspek pasar, aspek teknis, aspek manajemen dan hukum, serta aspek sosial ekonomi dan lingkungan. Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan berdasarkan kriteria investasi. Aspek finansial pada usaha Café Martabak Mini Fawwaz menunjukkan bahwa *Payback Period* selama 3 tahun, *Net Present Value* sebesar Rp. 38.453.727, IRR 17,7%, dan *Net B/C* yaitu 2,57%. Hasil analisis kelayakan ini menunjukkan bahwa Café Martabak Mini Fawwaz layak berdasarkan aspek pasar, aspek teknis, aspek manajemen, aspek sosial ekonomi dan lingkungan, serta aspek finansial. Namun usaha ini belum layak berdasarkan aspek hukum.

**Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu**

<b>PENELITI</b>	<b>JUDUL</b>	<b>HASIL</b>
Asep Supriatna (2020)	Studi Kelayakan Bisnis Dalam Mengembangkan Bisnis <i>Laundry</i> di Wilayah Puncak Cisarua Bogor	NPV sebesar Rp. 67.327.284, IRR sebesar 38,05%, dan PI sebesar 2,81% selama 1 tahun 3 bulan
Suryadinata (2018)	Studi Kelayakan Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Memmbudidaya <i>Sugar Glider</i> di Wilayah Bogor	NPV sebesar Rp. 16.721.606, IRR sebesar 27,20%, dan PI sebesar 1,35% selama 2 tahun 2 bulan 7 hari
Diana Crusita Rani (2019)	Analisis Kelayakan Usaha Café Martabak Mini di Kota Karawang	NPV sebesar Rp. 38.453.727, IRR sebesar 17,7%, dan Net B/C sebesar 2,57% selama 3 tahun

### 2.3. Kerangka Berpikir



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**