

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan adalah sebuah studi untuk mengkaji secara komperhensif dan mendalam terhadap kelayakan sebuah usaha. Layak atau tidak layak dijalankannya sebuah usaha merujuk pada hasil perbandingan semua faktor ekonomi yang akan dialokasikan ke dalam usaha atau bisnis baru dengan hasil pengembaliannya yang akan diperoleh dalam jangka waktu tertentu.

Menurut Kasmir dan Jakfar (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. Mempelajari secara mendalam artinya meneliti secara sungguh-sungguh data dan informasi yang ada, kemudian diukur, dihitung, dan dianalisis hasil penelitian tersebut dengan menggunakan metode-metode tertentu. Penelitian yang dilakukan terhadap usaha yang akan dijalankan dengan ukuran tertentu, sehingga diperoleh hasil maksimal dari penelitian tersebut.

Kelayakan artinya penelitian yang dilakukan secara mendalam tersebut dilakukan untuk menentukan apakah usaha yang dijalankan akan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Dengan kata lain, kelayakan diartikan bahwa usaha yang dijalankan akan memberikan keuntungan finansial dan nonfinansial sesuai dengan tujuan yang mereka inginkan. Layak disini diartikan juga untuk memberikan keuntungan tidak hanya bagi perusahaan yang menjalankannya, tetapi juga bagi investor, kreditur, pemerintah, dan masyarakat luas.

Adapun pengertian bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan yang dimaksud dalam perusahaan bisnis adalah keuntungan finansial. Namun dalam perkatiknya perusahaan nonprofit pun perlu dilakukan stidi kelayakan bisnis karena keuntungan yang diperoleh tidak hanya dalam bentuk finansial akan tetapi, juga non-finansial, jadi dengan dilakukannya studi

kelayakan bisnis akan dapat memberikan gambaran apakah usaha atau bisnis yang diteliti layak atau tidak untuk dijalankan.

2.1.2. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Mengapa perlu adanya studi kelayakan sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan. Intinya agar apabila usaha atau proyek ini dijalankan tidak akan sia-sia atau dengan kata lain tidak membuang uang, tenaga, atau pikiran secara percuma serta tidak akan menimbulkan masalah yang tidak perlu dimasa yang akan datang.

Menurut kasmir dan Jafkar (2020:13). Ada lima tujuan mengapa sebelum suatu usaha atau bisnis dilanjutkan perlu dilakukan studi kelayakan yaitu :

1. Menghindari resiko kerugian
Resiko kerugian untuk masa yang akan datang yang penuh dengan ketidak pastina, dalam hal ini fungsi kelayakan untuk meminimalkan resiko baik yang dapat dikendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.
2. Memudahkan perencanaan
Perencanaan meliputi berapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha akan dijalankan, dimana, bagaimana pelaksanaannya, berapa besar keuntungan yang akan diperoleh serta bagaimana mengawasinya jika terjadi penyimpangan.
3. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan
Dengan rencana yang telah tersusun maka sangat memudahkan pelaksana bisnis, pengerjaan usaha dapat dilakukan secara sistematis.
4. Memudahkan pengawasan
Dengan melaksanakan proyek sesuai rencana maka memudahkan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha.
5. Memudahkan pengendalian
Jika dapat diawasi maka jika terjadi penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga mudah untuk mengendalikan penyimpangan tersebut.

2.1.3. Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Ada beberapa aspek yang perlu dilakukan studi untuk menentukan kelayakan suatu usaha. Masing-masing aspek tidak berdiri sendiri, akan tetapi saling berkaitan. Artinya

jika salah satu aspek tidak dipenuhi, maka perlu dilakukan perbaikan atau tambahan yang diperlukan.

Menurut Kasmir dan Jafkar (2020:15), prioritas aspek-aspek yang perlu dilakukan studi kelayakan sebagai berikut:

1. Aspek Hukum

Dalam aspek ini yang akan dibahas adalah masalah kelengkapan dan keabsahaan dokumen perusahaan, mulai dari bentuk badan usaha sampai izin-izin yang dimiliki. Kelengkapan dan keabsahaan dokumen sangat penting, karena hal ini merupakan dasar hukum yang harus dipengang apabila dikemudian hari timbul masalah. Keabsahan dan kesempurnaan dokumen dapat diperoleh dari pihak-pihak yang menerbitkan atau mengeluarkan dokumen tersebut.

2. Aspek Pasar dan Pemasaran

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 kelapangan maupun dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber. Kemudian, setelah diketahui pasar nyata dan potensi pasar yang ada barulah disusun strategi pemasarannya.

3. Aspek keuangan

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 penelitian investasi sangat menguntungkan. Metode penelitian yang akan digunakan nantinya dengan *payback period*, *Net Present Value*, *Internal Rate of Return*, *Profitability Index*, serta dengan rasio-rasio keuangan lainnya.

4. Aspek teknis/oprasi

Dalam aspek ini yang akan diteliti adalah mengenai lokasi usaha, baik kantor pusat, cabang, pabrik, atau gudang. Kemudian penentuan *layout* gedung, mesin, dan peralatan serta *layout* ruangan samapai dengan kepada usaha perluasan selanjutnya. Penelitian mengenai lokasi meliputi berbagai pertimbangan, apakah harus dekat dengan pasar, dekat dengan bahan baku, dengan tenaga kerja, dengan pemerintahan, lembaga keuangan, pelabuan, atau pertimbangan lainnya. Kemudian mengenai penggunaan teknologi apakah padat karya, maka akan memberikan kesempatan kerja, namun jika padat karya justru sebaliknya.

5. Aspek manajemen/organisasi

Yang dinilai dalam aspek ini adalah para pengelola usaha dan struktur organisasi yang ada. Peroyek yang akan dijalankan akan berhasil apabila dijalankan oleh orang-orang yang professional, mulai dari merencanakan, melaksanakan samapai dengan mengendalikannya apabila terjadi penyimpangan. Demikian pula dengan struktur organisasi yang dipilih harus sesuai dengan bentuk dan tujuan usahannya.

2.1.4. Tahapan-Tahapan Dalam Studi Kelayakan Bisnis

Tahapan dalam studi kelayakan dilakukan untuk mempermudah pelaksanaan studi kelayakan dan keakuratan dalam penilaian. Adapun tahapan dalam melakukan studi kelayakan yang umum dilakukan sebagai berikut:

1. Pengumpulan data dan informasi

Mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan selengkap mungkin, baik bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Pengumpulan data dan informasi dapat diperoleh dari berbagai sumber-sumber yang dapat dipercaya, misalnya dari Lembaga-lembaga yang memang berwenang untuk mengeluarkannya, seperti Biro Pusat Statistik atau BPS, Badan Kordinasi Penanaman Modal (BKPM), Badan Pengelola Pasar Modal (bapepam), Bank Indonesia (BI), Departemen Teknis atau Lembaga-lembaga penelitian baik milik pemerintah maupun swasta. Pengumpulan data ini dapat dari data primer maupun data sekunder dengan berbagai metode.

2. Melakukan pengolahan data

Setelah data dan informasi yang dibutuhkan terkumpul maka Langkah selanjutnya adalah melakukan pengolahan data dan informasi tersebut. Pengolahan data dilakukan secara benar dan akurat dengan metode-motode dan ukuran-ukuran yang telah lazim digunakan untuk bisnis.pengolahan ini dilakukan hendaknya secara teliti untuk masing-masing aspek yang ada. Kemudian dalam hal perhitungan ini hendaknya diperiksa ulang untuk memastikan kebenaran hitungan yang telah dibuat sebelumnya.

3. Analisis data

Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data dalam rangka menentukan kriteria kelayakan dari seluruh aspek. Kelayakan bisnis ditentukan dari kriteria yang telah memenuhi syarat sesuai kriteria yang layak digunakan. Setiap jenis usaha memiliki kriteria tersendiri untuk dikatakan layak atau tidak layak untuk dilakukan.

4. Mengambil keputusan

Apabila telah diukur dengan kriteria tertentu dan telah diperoleh hasil dari pengukuran, maka Langkah selanjutnya adalah mengambil keputusan terhadap hasil tersebut. Mengambil keputusan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan apakah layak atau tidak dengan ukuran yang telah ditentukan berdasarkan hasil perhitungan sebelumnya. Jika tidak layak sebaiknya dibatalkan dengan menyebutkan alasannya.

5. Memberikan rekomendasi

Langkah terakhir adalah memberikan rekomendasi kepada pihak-pihak tertentu terhadap laporan studi yang telah disusun. Dalam memberikan rekomendasi diberikan juga saran-saran serta perbaikan yang perlu. Jika memang masih dibutuhkan, baik kelengkapan dokumen maupun persyaratan lainnya. Apabila suatu hasil studi kelayakan dinyatakan layak untuk dijalankan.

2.2. Pengertian Bisnis

Secara Historis kata bisnis bersala dari bahasa Inggris yaitu *business*, dari kata dasar *busy* yang berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya untuk mendapatkan laba. Secara

etimologi bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan.

Berdasarkan definisi tersebut, menurut (Suliyanto, 2010:1) dilihat dari tujuannya bisnis dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok berikut:

a. Bisnis yang berorientasi keuntungan (*profit oriented*)

Bisnis yang berorientasi keuntungan adalah bisnis yang didirikan semata-mata bertujuan memperoleh keuntungan untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawannya serta untuk mengembangkan usaha lebih lanjut.

Contoh: perusahaan rokok, perusahaan pembuat sepatu, perusahaan pengilingan padi, dan sejenisnya

b. Bisnis yang tidak berorientasi keuntungan (*non-profit oriented*)

Bisnis yang tidak berorientasi keuntungan adalah bisnis yang didirikan dengan tujuan untuk kepentingan sosial.

Contoh: yayasan sosial yatim piatu, yayasan sosial orang jompo, yayasan penyandang cacat.

2.3. Jasa

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dengan suatu produk fisik (Kotler dan Keller, 2016:96).

Kotler dan Keller (2016:90) membagi macam-macam jasa menjadi 5 kategori, sebagai berikut:

1. Barang berwujud murni terdiri dari barang berwujud seperti sabun dan pasta gigi.
2. Barang berwujud yang disertai jasa yang terdiri dari barang berwujud disertai dengan satu atau lebih jasa untuk mempertinggi daya beli pelanggan. Contohnya produsen mobil tidak hanya menjual mobil, tetapi juga mutu dan pelayanan kepada pelanggannya (reparasi dan pelayanan pasca jual)
3. Campuran terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi sama. Contohnya bengkel yang harus didukung makanan dan pelayanan.

4. Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan terdiri dari jasa utama dengan jasa tambahan dan barang pelengkap. Contohnya penumpang pesawat terbang membeli jasa transportasi
5. Jasa murni terdiri dari jasa. Contohnya jasa menjaga bayi, psikoterapi.

2.4. Pengertian laundry

Laundry departement atau laundry section adalah bagian di hotel atau bagian dari housekeeping yang bertanggung jawab atas pencucian semua linen, baik itu *house laundry* maupun *guest laundry*. Sekarang ini dalam menjalankan oprasionalnya, laundry juga melayani pencucian dari luar hotel (*outside laundry*) yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatannya. (Kuswiyata 2018:1).

2.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil-hasil penelitian terdahulu yang memberikan informasi terkait dengan metode penelitian, hasil, pembahasan yang digunakan sebagai dasar perbandingan dengan penelitian yang dilakukan, penelitian terdahulu dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ridho (2021) melakukan penelitian dengan judul analisis kelayakan pengembangan usaha laundry sepatu "SCHULOGY SHOES TREATMENT" di kota Pekanbaru. Dari hasil penelitian, usaha tersebut layak untuk dijalankan. Penelitian menggunakan metode *Net Persen Value* (NPV), *Payback Periode* (PP), *Profitability Index* (PI), *Internal Rate of Return* (IRR), *Gold Value Method* (GVM), *Gold Index* (GI), dan *Investible Surplus Method* (ISM). Dengan hasil *Payback Periode* (PP) 1 Tahun 0 Bulan 14 Hari, *Net Persent Value* (NPV) bernilai positif 133.948.121, *Profitability Index* (PI) lebih besar dari 1 yaitu 3,46, *Gold Value Method* (GVM) bernilai positif 52,88gram, *Gold Index* (GI) lebih besar dari 1 yaitu 2,39, *Investible Surplus Method* (ISM) ISR sebesar 20%.
2. Winarni (2018) dengan judul analisis studi kelayakan usaha UMKM kaldu bubuk kepiting "BRACO" dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode yang digunakan yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan produksi, aspek organisasi manajemen, serta aspek finansial dengan perhitungan kelayakan investasi berupa *Payback Periode* (PP), *Net Persen Value* (NPV), *Internal*

Rate of Return (IRR), dan *Profitability Index (PI)*. Analisis finansial dengan menggunakan 100% modal sendiri didapatkan hasil *Payback Periode (PP)* yaitu 6 bulan, lebih pendek dari umur investasi yaitu 5 tahun, nilai NPV sebesar Rp. 38.854.774 dimana lebih dari 0, IRR yang diperoleh yaitu 51% dan lebih besar dari tingkat suku bunga yaitu 5,5%, serta hasil perhitungan PI menunjukkan angka 6,04, maka UMKM “BRACO” layak dijalankan.

3. Supriatna (2020) dengan judul studi kelayakan bisnis dalam mengembangkan bisnis laundry di Wilayah Puncak Cisarua Bogor, metode yang digunakan yaitu aspek nonfinansial seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, dan aspek manajemen, serta aspek finansial dengan hasil PP 1 tahun, 3 bulan, NPV sebesar Rp. 67.327.284, IRR 38,05% dan PI yaitu 2,81

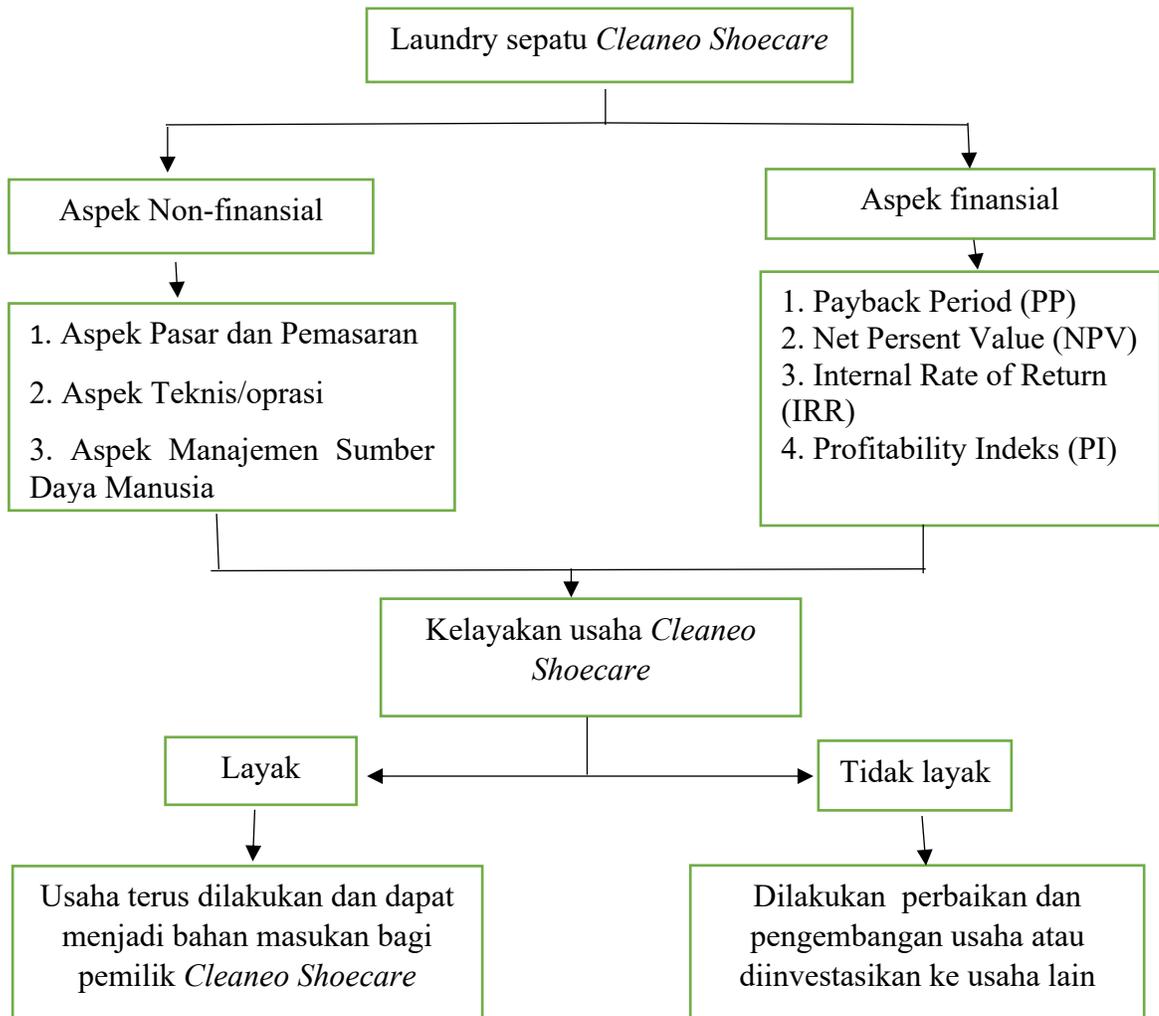
Table 2.1 Penelitian Terdahulu

Penulis	Judul	Hasil
Ridho (2021)	analisis kelayakan pengembangan usaha laundry sepatu” <i>SCHULOGY SHOES TREATMENT</i> ” di kota Pekanbaru.	Payback Periode (PP) 1 Tahun 0 Bulan 14 Hari, Net Present Value (NPV) 133.948.121, Profitability Index (PI) 3,46, Gold Value Method (GVM) 52,88 gram, Gold Index (GI) 2,39, Investible Surplus Method (ISM) ISR sebesar 20%.
Winarni (2018)	analisis studi kelayakan usaha UMKM kaldu bubuk kepiting “BRACO”	<i>Payback Periode (PP)</i> yaitu 6 bulan, NPV sebesar Rp. 38.854.774, IRR yang diperoleh yaitu 51%, PI menunjukkan angka 6,04
Supriatna (2020)	Studi kelayakan bisnis dalam mengembangkan bisnis laundry di wilayah puncak cisarua bogor	<i>Payback Periode (PP)</i> 1 tahun 3bulan, NPV Rp. 67.327.284, IRR 38,05%, PI yaitu 2,81

Sumber: kampus terkait 2023

2.6. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini merupakan gambaran langkah-langkah yang dilakukan untuk menjawab rumusan masalah yang telah disusun. Kerangka pemikiran mengenai penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran