

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk menentukan apakah suatu bisnis layak dijalankan atau tidak. Studi kelayakan bisnis menurut Kasmir dan Jakfar (2020:07) adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidaknya usaha 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 dapat diartikan bahwa usaha yang dijalankan akan memberikan keuntungan finansial dan non finansial sesuai dengan tujuan yang mereka inginkan. Layak disini diartikan juga akan memberikan keuntungan tidak hanya bagi perusahaan yang menjalankannya, tetapi juga bagi investor, kreditur, pemerintah, dan masyarakat luas.

Sedangkan pengertian bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan yang dimaksud dalam perusahaan bisnis adalah keuntungan finansial. Namun dalam praktiknya perusahaan nonprofit pun perlu dilakukan studi kelayakan bisnis akan dapat memberikan gambaran apakah usaha atau bisnis yang diteliti layak atau tidak untuk dijalankan.

Sementara menurut Yuaniarta, Sulindawati dan Purnawati (2015:07) studi kelayakan bisnis merupakan kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha/proyek. Bisnis yang diteliti bisa berbentuk proyek atau

bisnis raksasa seperti pembangunan proyek tenaga nuklir, sampai dengan proyek sederhana seperti membuka jasa foto copy. Semakin besar bisnis yang akan dijalankan, semakin luas dampak yang terjadi. Dampak ini bisa berupa dampak ekonomis maupun dampak yang bersifat sosial.

2.1.2 Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Sesuai dengan pengertiannya studi kelayakan bisnis sangat penting dilakukan sebelum atau sesudah proyek dijalankan, tujuan studi kelayakan bisnis itu sendiri yaitu (Kasmir & Jakfar,2020:12) :

1. Menghindari risiko kerugian

Untuk mengatasi risiko kerugian dimasa yang akan datang, karena dimasa yang akan datang ada semacam kondisi ketidakpastian. Kondisi ini ada yang dapat dimalkan akan terjadi atau memang dengan sendirinya terjadi tanpa dapat diramalkan. Dalam hal ini fungsi studi kelayakan adalah untuk meminimalisir resiko yang tidak kita inginkan, baik resiko yang dapat dikendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.

2. Memudahkan Perencanaan

Jika sudah dapat meramalkan apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang, maka akan mempermudah kita dalam melakukan perencanaan dan hal – hal apa saja yang perlu direncanakan. Perencanaan meliputi beberapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha atau 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 memudahkan berbagai rencana yang sudah disusun akan sangat memudahkan pelaksanaan bisnis. Para pelaksana yang mengerjakan bisnis tersebut telah memiliki pedoman yang harus diikuti. Kemudian pengerjaan usaha dapat dilakukan secara sistematis, sehingga tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang

sudah disusun. Rencana yang sudah disusun dijadikan acara 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 usaha tidak melenceng dari rencana yang telah disusun. Pelaksana pekerjaan dapat sungguh – sungguh melakukan pekerjaan karena merasa ada yang mengawasi sehingga pelaksana pekerjaan tidak terhambat oleh hal – hal yang tidak perlu.

5. Memudahkan pengendalian

Apabila dalam pelaksanaan pekerjaan telah dilakukan pengawasan maka jika terjadi suatu penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga akan dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah untuk mengendalikan pelaksanaan pekerjaan tidak melenceng dari rel yang sesungguhnya, sehingga pada akhirnya tujuan perusahaan akan tercapai.

2.1.3 Tahapan Melakukan Studi Kelayakan Bisnis

Menurut kasmir & Jakfar (2020:18) agar tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai, maka sebelum suatu studi dijalankan perlu dilakukan beberapa persiapan. Kemudian hendaknya suatu studi dilakukan mengikuti protokol yang berlaku, yaitu mulai dari tahap – tahap yang telah ditentukan. Tahap – tahap dalam studi ini hendaknya dilakukan secara benar agar jangan sampai terjadi penyimpangan dan untuk kesempurnaan studi itu sendiri. Tahapan dalam studi kelayakan dilakukan untuk mempermudah pelaksanaan studi kelayakan dan keakuratan dalam penelitian. Adapun tahap – tahap dalam melakukan studi kelayakan yang umum dilakukan sebagai berikut :

1) Pengumpulan data dan informasi

Pengumpulan data dan informasi yang diperlukan selengkap mungkin, baik yang bersikap 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 Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), Badan Pengelola Pasar Modal (Bopepam), 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 – metode 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 hendak 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 untuk layak digunakan. Setiap jenis usaha memiliki kriteria tersendiri untuk dikatakan layak atau tidak layak untuk dilakukan. Kriteria kelayakan diukur dari setiap aspek untuk seluruh aspek yang telah 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.

2.1.4 Faktor – faktor yang menyebabkan kegagalan usaha

Menurut kasmir dan Jakfar (2020:09) walaupun sudah dilakukan penelitian melalui studi yang sungguh – sungguh, setiap usaha atau bisnis yang dijalankan tidaklah menjamin 100 persen bahwa bisnis atau usaha tersebut akan berhasil. Ada banyak hal yang menyebabkan usaha tersebut mengalami kegagalan. Kegagalan ini dapat dimulai dari kesalahan si penstudi dalam melakukan perhitungan sampai kepada faktor – faktor yang memang tidak dapat dikendalikan oleh manusia. Pada akhirnya kegagalan ini akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan.

Resiko kerugian yang timbul dimasa yang akan datang disebabkan karena dimasa yang akan datang penuh dengan berbagai ketidakpastian. Yang paling penting di sini untuk diperhatikan adalah memprediksi risiko yang bakal terjadi nantinya.

Faktor – faktor yang menyebabkan kegagalan terhadap hasil yang dicapai sekalipun telah dilakukan studi kelayakan bisnis secara benar dan sempurna seperti yang telah diuraikan di atas sebagai berikut :

a. 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. Kemudian, dapat pula data yang disediakan tidak dapat dipercaya atau palsu. Karena itu, sebelum melakukan studi sebaiknya kumpulkan data dan informasi selengkap mungkin, melalui berbagai sumber yang ada yang tentunya dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

b. Tidak teliti

Kegagalan dapat pula disebabkan si penstudi (orang yang melakukan studi) kurang teliti dalam meneliti dokumen yang ada. Oleh karena itu, dalam hal ini tim studi kelayakan bisnis perlu melatih atau mencari tenaga yang benar – benar ahli di bidangnya, sehingga faktor ketelitian ini menjadi jaminan. Kecerobohan sekecil apapun akan sangat berpengaruh terhadap hasil penelitian.

c. Salah perhitungan

Kesalahan dapat pula diakibatkan si penstudi salah dalam melakukan perhitungan. Misalnya, dalam hal penggunaan rumus atau cara menghitung, sehingga hasil yang dikeluarkan tidak akurat. Dalam hal ini perlu disikapi untuk menyediakan tenaga ahli yang andal di bidangnya.

d. Pelaksanaan pekerjaan salah

Para pelaksana bisnis sangat memegang peranan penting dalam keberhasilan menjalankan bisnis tersebut. Apabila para pelaksana dilapangan tidak mengerjakan proyek benar dan tidak sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan, maka kemungkinan bisnis tersebut gagal sangat besar.

e. Kondisi lingkungan

Kegagalan lainnya adalah adanya unsur – unsur yang terjadi yang memang tidak dapat kita kendalikan. 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. Perubahan lingkungan seperti perubahan ekonomi, politik, hukum, sosial, dan perubahan perilaku masyarakat, atau karena bencana alam.

f. Unsur sengaja

Kesalahan yang sangat fatal adalah adanya faktor kesengajaan untuk berbuat kesalahan. Artinya peneliti sengaja membuat kesalahan yang tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya dengan berbagai sebab. Atau para pelaksana dilapangan juga melakukan perbuatan yang tercela, sehingga menyebabkan gagalnya suatu proyek atau usaha.

Oleh karena itu, sebelum melakukan studi kelayakan bisnis dijalankan tim yang akan menangani studi kelayakan bisnis harus memerhatikan hal – hal sebagai berikut :

1. Kelengkapan dan keakuratan data dan informasi yang diperoleh.
2. Tenaga ahli yang dimiliki dalam tim studi kelayakan bisnis benar – benar tangguh.
3. Penentuan metode dan alat ukur yang tepat.
4. Loyalitas tim studi kelayakan bisnis.

2.1.5 Lembaga – Lembaga yang memerlukan studi kelayakan bisnis

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:14) ada pihak – pihak yang berkepentingan terhadap hasil studi kelayakan tersebut antara lain :

A. Pemilik usaha

Para pemilik perusahaan sangat berkepentingan terhadap hasil dari analisis 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.

B. 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 dijalankan. Oleh karena itu, untuk usaha – usaha tertentu pihak perbankan akan melakukan studi kelayakan terlebih dahulu secara mendalam sebelum pinjaman dikucurkan kepada peminjam.

C. Pemerintah

Bagi pemerintah pentingnya studi kelayakan adalah untuk meyakinkan apakah bisnis yang akan dijalankan akan memberikan manfaat 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 sekitar, baik terhadap manusia, binatang, maupun tumbuh – tumbuhan.

D. Masyarakat luas

Bagi masyarakat luas dengan adanya bisnis, terutama bagi masyarakat sekitar akan memberikan manfaat seperti tersedia lapangan kerja, baik bagi pekerja di sekitar lokasi proyek maupun bagi masyarakat lainnya. Kemudian manfaat lain 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, dan fasilitas lainnya.

E. 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.

2.2. Aspek Pasar dan Pemasaran

2.2.1 Pemasaran

Pasar dan pemasaran merupakan aspek dasar yang diteliti dalam studi kelayakan. Analisis yang dilakukan pada aspek ini akan menjawab pertanyaan apakah produk yang dihasilkan memiliki peluang pasar atau tidak.

Menurut Kasmir & Jakfar (2020:43) Pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling memengaruhi satu sama lainnya. Dengan kata lain, setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar.

Menurut Yuniarta, Sulindawati dan Purnamawati (2015:15) Aspek pasar dan pemasaran adalah 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 dijalankan untuk menangkap peluang pasar yang ada. Dalam hal ini untuk menentukan besarnya pasar dan pasar potensial yang ada maka perlu dilakukan riset pasar, baik dengan terjun langsung ke lapangan maupun dengan mengumpulkan data – data dari berbagai sumber. Kemudian setelah diketahui pasar nyata dan pasar potensial yang ada barulah disusun strategi pemasarannya.

Faktor utama yang perlu dinilai dalam aspek pasar dan pemasaran antara lain:

- 1) Jumlah permintaan produk di masa lalu dan masa kini serta kecenderungan permintaan dimasa yang akan datang.
- 2) Berdasarkan pada angka proyeksi (perkiraan), berapa besar kemungkinan *market space* (pasar potensial) yang tersedia dimasa yang akan datang
- 3) Berapa besar market share yang direncanakan berdasarkan pada rencana produksi
- 4) Faktor – faktor apa saja yang mungkin mempengaruhi permintaan di masa yang akan datang
- 5) Strategi apa saja yang perlu dilakukan dalam meraih market share yang telah direncanakan.

Adapun jenis struktur pasar yang dapat dikelompokkan kedalam :

- a) Pasar persaingan sempurna adalah suatu pasar di mana terdapat sejumlah besar penjual dan pembeli, sehingga Tindakan penjual secara individu tidak dapat memengaruhi harga barang di pasar. Produk yang dihasilkan produsen relative sama (homogen), sehingga satu produsen merupakan pelengkap sempurna bagi hasil produksi produsen lain. Dalam pasar ini perusahaan bebas keluar masuk industri, artinya tidak ada hambatan apapun yang membatasi untuk masuk dan keluar. Dalam pasar ini setiap produsen adalah pengambil harga (*price taker*). Keuntungan diperoleh dalam jenis pasar ini dalam jangka panjang pada umumnya keuntungan normal saja. Keuntungan supernormal hanya diperoleh dalam jangka pendek. Karena kalau hal ini terjadi akan memancing perusahaan produsen lain masuk kedalam industri. Promosi tidak begitu diperlukan dan untuk mencari keuntungan perusahaan harus mampu menentukan berapa tingkat produksi yang akan dihasilkan.
- b) Pasar pesaingan monopolistik adalah suatu pasar dimana terdapatnya banyak penjual atau perusahaan yang memiliki ukuran – ukuran yang relatif sama besarnya. Produk yang dihasilkan berbeda corak, sehingga secara fisik mudah dibedakan antara produsen suatu perusahaan dan perusahaan lain. Masuk ke dalam industri ini relatif mudah. Perusahaan mempunyai sedikit kekuatan dalam menentukan dan memengaruhi tingkat harga, sehingga untuk memperoleh penjualan yang tinggi memerlukan promosi yang sangat besar.

- c) Pasar oligopoli adalah sebuah struktur pasar yang hanya terdapat sedikit penjual. Barang yang dihasilkan adalah barang standar (sebagai contoh semen, industri baja) dan barang berbeda corak (mobil). Hambatan untuk masuk ke industri sedikit sulit hal ini disebabkan modal yang diperlukan relatif besar. Peran iklan sangat dominan untuk meningkatkan penjualan. Dalam pasar oligopoly kekuatan menentukan harga sangat tergantung keadaan, ada kalanya kuat dan adakalanya lemah. Jika perusahaan melakukan kerja sama dengan perusahaan lain, maka kekuasaan dalam menentukan harga relatif kuat, sedangkan jika perusahaan tanpa melakukan kerja sama dengan perusahaan lain kekuatan menentukan harga relatif lemah jadi perusahaan dalam pasar ini jarang bersaing mengenai harga, tetapi bersaing pada faktor lain seperti kualitas dan desain.
- d) Pasar monopoli adalah struktur pasar dimana hanya terdapat satu penjual saja. Barang yang dihasilkan tidak mempunyai barang pengganti yang mirip. Sulit sekali masuk ke dalam industry ini, karena berbagai hambatan seperti :

1. Perusahaan bahan menta yang strategis oleh pihak – pihak tertentu
2. Terdapat skala ekonomi
3. Peraturan pemerintah (hak paten, hak pengusaha eksklusif)

Kekuatan menentukan harga sangat kuat dan promosi dalam pasar ini kurang diperlukan. Untuk memperoleh keuntungan yang maksimal perusahaan harus mampu menentukan tingkat harga dan jumlah produk yang harus dijual secara bersama.

Pengertian pemasaran menurut Philip Kotler adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Pemasaran dapat pula diartikan sebagai upaya untuk menciptakan dan menjual produk kepada berbagai pihak dengan maksud tertentu. Penciptaan produk tentu saja didasarkan kepada kebutuhan dan keinginan pasar. Konsumen yang menginginkan dan membutuhkan produk adalah individu (perorangan) atau kelompok (industri).

Karena itu, dalam praktiknya kelompok pasar terdiri dari :

- a) Pasar konsumen adalah pasar di mana individu dan rumah tangga dapat membeli/memperoleh barang dan jasa untuk dikonsumsi sendiri.

- b) Pasar industrial adalah dimana pihak – pihak yang membeli barang dan jasa digunakan Kembali untuk menghasilkan barang dan jasa lain atau disewakan kepada pihak lain untuk mengambil untung.
- c) Pasar *reseller* adalah suatu pasar yang terdiri dari individu dan organisasi yang melakukan penjualan Kembali barang dan jasa untuk mendapat keuntungan.
- d) Pasar pemerintah adalah terdiri dari unit – unit pemerintah yang membeli atau menyewa barang dan jasa untuk melaksanakan fungsi utama pemerintah.

Kotler dan amstrong (2012:7) mengklarifikasi aktivitas – aktivitas ini sebagai sarana bauran pemasaran yang disebut 4 (empat) komponen dalam strategi pemasaran yang disebut 4P :

1. *Product* (Produk) adalah suatu barang atau jasa atau gagasan yang dirancang dan ditawarkan perusahaan untuk kebutuhan konsumen.
2. *Price* (Harga) adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk mendapatkan produk.
3. *Place* (Tempat atau termasuk juga distribusi) adalah penempatan suatu produk agar tersedia bagi target konsumen, sejenis aktivitas yang berkaitan dengan bagaimana menyampaikan produk dari produsen ke konsumen.
4. *Promotion* (Promosi) adalah aktivitas mengonsumsi dan menyampaikan informasi mengenai produk kepada konsumen dan membujuk target konsumen untuk membeli produk.

2.3. Aspek Teknis/Operasi

2.3.1. Pengertian Aspek Teknis/Operasi

Menurut Kasmir & Jakfar (2020:150) Aspek teknis atau operasi juga dikenal sebagai aspek produksi. Penilaian kelayakan terhadap aspek ini sangat penting dilakukan sebelum perusahaan dijalankan. Penentuan kelayakan teknis atau operasi perusahaan menyangkut hal – hal yang berkaitan dengan teknis/operasi, sehingga apa bila tidak dianalisis dengan baik, maka akan berakibat fatal bagi perusahaan dalam perjalanannya di kemudian hari.

Hal – hal yang perlu diperhatikan dalam aspek ini adalah masalah penentuan lokasi, luas produksi, proses produksi dan tata letak (*layout*), penyusunan peralatan pabrik dan proses produksinya termasuk pemilihan teknologi. Kelengkapan kajian aspek operasi

sangat tergantung dari jenis usaha yang akan dijalankan, karena setiap jenis usaha memiliki prioritas sendiri.

2.3.2. Tujuan Aspek Teknis / Operasi

Secara umum ada beberapa hal yang hendak dicapai dalam penilaian aspek teknis / operasi yaitu :

1. Agar perusahaan dapat menentukan lokasi yang tepat, baik untuk lokasi pabrik, gudang, cabang, maupun kantor pusat.
2. Agar perusahaan dapat menentukan layout yang sesuai dengan proses produksi yang dipilih, sehingga dapat memberikan efisiensi.
3. Agar perusahaan bisa menentukan teknologi yang paling tepat dalam menjalani produksinya.
4. Agar perusahaan bisa menentukan metode persediaan yang paling baik untuk dijalankan sesuai dengan bidang usahanya.
5. Agar dapat menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan sekarang dan dimasa yang akan datang.

2.4. Aspek Hukum

2.4.1 Pengertian Aspek Hukum

Bisnis seringkali mengalami kegagalan karena terbentur masalah hukum atau tidak memperoleh izin dari pemerintah setempat. Oleh karena itu, sebelum rencana bisnis dilaksanakan, analisis secara mendalam terhadap aspek hukum harus dilakukan agar dikemudian hari bisnis hukum yang dilaksanakan tidak gagal karena terbentur permasalahan hukum dan perizinan.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:25) jenis – jenis hukum berdasarkan usaha :

1. Perseorangan merupakan perusahaan yang dimiliki oleh perseorangan (hanya seorang). Untuk mendirikan perusahaan perseorangan sangatlah sederhana dan tidak memerlukan persyaratan khusus, sebagaimana bentuk hukum lainnya. Disamping itu, pendirian perusahaan perseorangan tidak memerlukan modal besar. Kelebihan perusahaan jenis ini disamping pendiriannya mudah adalah tidak diperlukan organisasi yang besar, tetapi cukup dengan organisasi dan manajemen yang sederhana. Pimpinan perusahaan perseorangan biasanya pemilik usaha tersebut yang sekaligus menjadi penanggung

jawab terhadap segala aktivitas perusahaan, termasuk kewajiban terhadap pihak luar. Artinya, jika terjadi sesuatu terhadap kewajiban kepada pihak lain, misalnya dalam hal utang, maka sepenuhnya tanggung jawab pemilik sampai kepada harta pribadi.

2. Firma (Fa) adalah perusahaan yang didirikan oleh dua orang atau lebih dan menjalankan perusahaan atas nama perusahaan. Untuk mendirikan firma terdiri dari dua cara. Pertama melalui akta resmi dan yang kedua akta dibawah tangan. Jika melalui akta resmi, maka proses selanjutnya harus sampai di berita negara. Namun jika memilih akta dibawah tangan proses itu tidak perlu, cukup melalui kesepakatan pihak – pihak terlibat. Kepemimpinan firma berada sepenuhnya ditangan pemilik sekaligus bertanggung jawab terhadap segala risiko yang mungkin timbul, seperti masalah utang piutang. Modal firma diperoleh dari mereka yang terlibat dalam firma.
3. Perseroan Komoditer (*Commanditaire Vennotschap*) atau lebih sering disebut CV, merupakan persekutuan yang didirikan atas dasar kepercayaan. Dalam perseroan komanditer terdapat beberapa sekutu yang secara penuh bertanggung jawab atas sekutu lainnya. Kemudian ada satu atau lebih sekutu yang bertindak sebagai pemberi modal. Tanggung jawab sekutu komanditer hanya terbatas pada sejumlah modal yang ditanamkan dalam perusahaan.
4. Perseroan Terbatas (PT) adalah badan hukum perusahaan yang paling banyak digunakan dan diminati oleh para pengusaha. Penyebabnya adalah karena badan hukum jenis ini memiliki banyak kelebihan jika dibandingkan dengan badan hukum lainnya. Kelebihannya anatara lain luasnya bidang usaha yang dimiliki, kewenangan, dan tanggung jawab yang dimiliki terbatas kepada modal yang disetor.

2.5. Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Widyawati (2018:01) Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) adalah pemanfaatan para individu untuk mencapai tujuan – tujuan organisasi. MSDM bertujuan untuk meningkatkan kontribusi produktif para karyawan bagi organisasi secara strategik, etis dan bertanggung jawab sosial. SDM adalah asset yang harus dikelola secara cermat dan sejalan dengan kebutuhan organisasi.

Menurut Sutrisno (2017:05) Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan terjemahan dari “*human resources*” namun ada pula ahli yang menyamakan sumber daya manusia dengan

“Manpower” (tenaga kerja). Sumber daya manusia merupakan satu – satunya sumber daya yang memiliki akal perasaan, keinginan, keterampilan, pengetahuan, dorongan, daya, dan karya (rasio, rasa, dan karsa). Semua potensi SDM tersebut berpengaruh terhadap upaya organisasi mencapai tujuan. Betapapun majunya teknologi, perkembangan informasi, tersedianya modal dan memadai bahan, jika tanpa SDM sulit bagi organisasi itu untuk mencapai tujuannya.

Selanjutnya perlu dianalisis adalah kesiapan perusahaan yang berkaitan dengan manajemen sumber daya manusia mulai dari pengadaan sampai pada penempatannya di jabatan tertentu untuk menjalankan kegiatan perusahaan. Manajemen sumber daya manusia merupakan suatu konsep yang bertalian dengan kebijaksanaan, prosedur, dan praktik bagaimana mengelola dan mengatur orang dalam perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah di tetapkan.

2.6. Aspek Keuangan

2.6.1. Pengertian Aspek Keuangan

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:89) Aspek keuangan merupakan aspek yang digunakan untuk menilai keuangan perusahaan secara keseluruhan. Aspek ini sama pentingnya dengan aspek lainnya, bahkan secara keseluruhan. Aspek ini sama pentingnya dengan aspek lainnya, bahkan ada beberapa pengusaha menganggap justru hal – hal berkaitan dengan keuntungan perusahaan, sehingga merupakan salah satu aspek yang sangat penting diteliti kelayakannya.

Secara keseluruhan penilaian dalam aspek keuangan meliputi hal – hal seperti :

- a. Sumber – sumber dana yang akan diperoleh
- b. Kebutuhan biaya investasi
- c. Estimasi pendapatan dan biaya investasi selama beberapa periode termasuk jenis – jenis dan jumlah biaya yang dikeluarkan selama umur investasi
- d. Kriteria penilaian investasi
- e. Rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan.

2.7. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan studi kelayakan bisnis telah banyak dilakukan. Namun demikian penelitian tersebut memiliki variasi yang berbeda seperti penggunaan metode, lokasi penelitian, dan hasil penelitian yang berbeda. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan kelayakan bisnis dibawah ini.

Arif (2019) Studi Kelayakan Bisnis pengembangan Usaha toko Peralatan Memanah *Browbrother* Indonesia di wilayah kota Bogor. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan aspek *Nonfinansial* seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek manajemen dan sumber daya manusia dan aspek teknis. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan bahwa *payback period* selama 6 bulan, NPV sebesar Rp. 131.346.268 IRR sebesar 29,9% dan *Profitability Index* 1,525%. Hasil analisis kelayakan ini menunjukkan bahwa usaha *browbrother* di kota Bogor layak berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, aspek lingkungan dan aspek finansial.

Suryadinata (2018) juga melakukan penelitian studi Kelayakan Bisnis dalam mengembangkan usaha *Sugar Gilder* diwilayah Bogor. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan aspek *nonfinansial* seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis dan aspek lingkungan. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan berdasarkan kriteria investasi. Aspek finansial pada usaha *Luv Gilder* menunjukkan bahwa *Payback Period* selama 2 tahun 2 bulan 7 hari, NPV sebesar Rp. 16.721.606 IRR sebesar 27,20% dan *Profitability index* 1,35 %. Hasil analisis kelayakan 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.

Penelitian Ibrahim (2017) dengsn dengan judul “Analisis Kelayakan Usaha Restoran Sop Duren Addict Cibubur” peneliti dengan menggunakan metode seperti *Net Present Value* (NPV), *Profibility Index* (PI), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PP) dan *Net Benefit Cost* (Net B/C). dari hasil penelitian tersebut menghasilkan nilai NPV Rp. 1.046.669.632, Net B/C sebesar 11,95 yang lebih besar dari 1, IRR sebesar 247 %, dan *Payback Period* selama 6 bulan 17 hari. Maka usaha Restoran Sop Duren Addict Cibubur layak untuk dilanjutkan.

Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu

PENELITI	JUDUL	HASIL
Ahmad Arif (2019)	Studi Kelayakan Bisnis Pengembangan Toko Peralatan Memanah <i>Browbrother</i> Indonesia di Wilayah Kota Bogor	NPV sebesar Rp. 131.346.268, IRR sebesar 29,9% dan PI sebesar 1,525 sebelum 6 bulan
Suryadinata (2018)	Studi Kelayakan Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Membudidayakan <i>Sugar Glider</i> di wilayah Bogor	NPV sebesar Rp. 4.089.123, IRR sebesar 25,27 dan PI sebesar 1,36% selama 2 tahun 3 bulan 6 hari
Ibrahim (2017)	Analisis Kelayakan Usaha Restoran Sop Duren Addict Cibubur	Dari hasil penelitian tersebut menghasilkan nilai NPV Rp. 1.046.669.632, Net B/C sebesar 11,95, IRR sebesar Period selama 6 bulan 17 hari

2.8 Kerangka Berfikir

Menurut sujaeweni (2015:66) kerangka berfikir dapat berbentuk uraian kualitatif, model sistematis, diagram atau persamaan – persamaan yang langsung berkaitan dengan bidang ilmu yang diteliti. Di bawah ini adalah gambaran kerangka berfikir yang digunakan penelitian ini.

