

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Studi Kelayakan Bisnis

2.1.1. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Pengertian studi kelayakan bisnis adalah penelitian dan penilaian tentang dapat tidaknya suatu proyek dilakukan dengan berhasil (menguntungkan). Pengertian menguntungkan berhasil atau layak, ada yang menafsirkan dalam arti sempit dan arti luas. Pengertian arti sempit, biasanya pihak swasta yang lebih berminat tentang manfaat ekonomi suatu investasi. Pengertian dalam arti luas, biasanya pemerintah atau lembaga *non profit* disamping manfaat ekonomi masih ada manfaat lain yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan (Ichsan et al., 2019) Selanjutnya pengertian Studi Kelayakan Bisnis menurut Kasmir dan Jakfar 2003 (Ichsan et al., 2019 : 3) adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan atau usaha yang akan dijalankan, untuk menentukan layak atau tidaknya suatu bisnis dijalankan.

Studi kelayakan usaha dapat diartikan dengan melakukan kajian dan tidak memperluas suatu proyek utilitas untuk menentukan apakah proyek tersebut layak dilaksanakan atau tidak. Studi kelayakan bisnis yang dilakukan secara profesional dapat berperan penting dalam proses pengambilan keputusan investasi (Arifudin et al., 2020). Studi kelayakan bisnis adalah proses evaluasi komprehensif yang dilakukan sebelum memulai bisnis baru atau proyek besar. Tujuannya adalah untuk menilai apakah suatu ide bisnis layak atau tidak. Studi kelayakan bisnis menganalisis berbagai aspek untuk membuat investasi menguntungkan dan berkelanjutan. Beberapa di antaranya termasuk penilaian pasar, keuangan, hukum, budaya dan administrasi.

Kajian bisnis merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk menyimpulkan apakah pemikiran bisnis itu mungkin atau tidak. Suatu ide bisnis dikatakan praktis apabila ide tersebut dapat lebih bermanfaat bagi semua kalangan (mitra) dibandingkan akibat buruk yang ditimbulkannya. Sebagaimana dikemukakan Kasmir dan Jakfar, studi terhadap suatu perusahaan dapat dilihat melalui operasional bisnis perusahaan dari dalam dan luar untuk memutuskan apakah perusahaan tersebut layak atau tidak (Rofa et al., 2021). Sebelum mulai menulis rencana bisnis, penting untuk menentukan terlebih dahulu bagaimana, di mana dan untuk siapa perusahaan akan menjual produk atau layanan. Perusahaan juga perlu menilai pesaing dan mencari tahu berapa banyak

uang yang perusahaan perlukan untuk memulai bisnis dan yang paling penting, berapa banyak uang yang dibutuhkan untuk menjalankannya dengan lancar hingga didirikan. Studi profitabilitas bisnis juga membahas pertanyaan penting seperti di mana (dan bagaimana) bisnis beroperasi. Studi kelayakan yang dilakukan dengan benar akan memberi gambaran mendetail tentang semua bagian berbeda dari bisnis Anda untuk menentukan apakah bisnis tersebut dapat berhasil.

2.1.2. Karakteristik Kelayakan Bisnis

Dalam hal ini disebutkan bahwa suatu perusahaan dianggap layak apabila struktur pembaharuan diawali dengan analisis peluang, pembaharuan merupakan perpaduan antara persepsi dan pemahaman, pembaharuan efektif, sederhana dan fokus, pembaharuan dimulai dari hal yang kecil, dan kesuksesan adalah keberhasilan. tujuan pembaruan manajemen

2.1.3. Tujuan dan Manfaat Studi Kelayakan Bisnis

Tujuan Studi Kelayakan Bisnis yang dikutip dalam buku (Ichsan et al., 2019), ada lima tujuan mengapa sebelum suatu usaha atau proyek dilaksanakan perlu dilakukan studi kelayakan yaitu:

- a) Menghindari resiko kerugian Studi kelayakan bisnis bermanfaat untuk membantu pelaku bisnis menghindari resiko kerugian. Jika pelaku bisnis melewatkan studi kelayakan bisnis dalam perencanaan bisnisnya, ia akan kesulitan untuk mengetahui apakah bisnis tersebut dapat mendatangkan keuntungan atau justru kerugian untuknya. Dengan adanya studi kelayakan bisnis, pelaku bisnis dapat menghindari resiko kerugian dengan langkah menunda atau membatalkan rencana bisnis yang mendapatkan penilaian tidak layak dalam studi kelayakan bisnis.
- b) Memudahkan perencanaan bisnis Studi kelayakan bisnis dapat membantu pelaku bisnis untuk menyusun rencana kegiatan bagi perusahaan. Studi kelayakan bisnis yang telah dilakukan sebelum bisnis dibangun akan memudahkan pelaku bisnis menentukan program perusahaan seperti apa yang dapat mendatangkan *benefit* lebih bagi perusahaan.
- c) Memudahkan pelaksanaan bisnis Studi kelayakan bisnis akan berguna untuk membantu pelaku bisnis merealisasikan program-program perusahaan. Pelaku

bisnis dapat mengevaluasi kebijakan apa yang sekiranya akan memberikan keuntungan dan kebijakan apa yang justru akan menimbulkan kerugian.

- d) Memudahkan pengawasan Studi kelayakan bisnis memiliki banyak aspek untuk diteliti. Laporan dari berbagai aspek yang diteliti dalam studi kelayakan bisnis ini nantinya akan memudahkan pelaku bisnis untuk melakukan pengawasan pada perusahaannya. Studi kelayakan bisnis juga memudahkan pelaku pengawasan untuk memberikan data jika sewaktu-waktu dilaksanakan audit, baik secara *internal* maupun *eksternal*.
- e) Memudahkan pengendalian Studi kelayakan bisnis berguna pula untuk memudahkan proses pengendalian dalam perusahaan. Jika sewaktu-waktu terjadi gangguan, pelaku bisnis dapat dengan cepat menentukan aspek mana yang menjadi pusat dari kekacauan tersebut. Selanjutnya, pelaku bisnis dapat dengan cepat pula mengendalikan masalah yang muncul dengan mencari solusi berdasarkan studi kelayakan bisnis yang telah dilakukan sebelumnya.

Adapun manfaat studi kelayakan bisnis menurut (Sunarji Harahap 2018) dibedakan menjadi 2 yaitu:

- a) Pihak pertama (bagi analis)
 - 1. Memberikan informasi tentang bagaimana memikirkan suatu (masalah) secara sistematis (*koheren*) dan menemukan jawabannya.
 - 2. Gunakan bidang penelitian yang berbeda dan gunakan sebagai bantuan *internal* dalam perhitungan/pengukuran, evaluasi dan pencarian penilaian.
 - 3. Melakukan studi kelayakan berarti studi komprehensif terhadap target bisnis dan persiapannya, banyak pembelajaran dan pengalaman yang berharga.
- b) Pihak Kedua (Masyarakat)
 - 1. Calon Investor
Dalam melakukan evaluasi SKB, calon investor lebih fokus pada aspek ekonomi dan finansial, karena aspek inilah yang dapat menentukan *return on capital* (IRR), arus kas pelunasan dan tentunya perkiraan keuntungan. Di sini mereka juga dapat menghitung manfaat dan risiko yang mungkin mereka hadapi.
 - 2. Mitra ekuitas

Calon investor biasanya membutuhkan mitra modal ventura baik perorangan maupun perusahaan. Hasil studi kelayakan ini membantu meyakinkan calon investor mitranya.

3. Perbankan

Prosesnya memerlukan persetujuan kredit bank, rekomendasi kelayakan proyek, diperlukan SKB.

4. Pemerintah

Studi kelayakan biasanya berkaitan dengan aspek hukum dan izin (izin prinsip dan izin kegiatan proyek).

5. Manajemen Perusahaan

SKB untuk pengembangan usaha baru berkaitan dengan manajemen, khususnya pengelola.

6. Masyarakat

Penilaian publik terhadap suatu proyek atau perusahaan acuan, biasanya terkait dengan AMDAL (dampak lingkungan). AMDAL ini biasanya dirancang untuk proyek-proyek besar.

2.2. Aspek Pemasaran

2.2.1. Pengertian Pemasaran

Pengertian pemasaran sebagaimana yang dikemukakan oleh Kotler adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana Individu dan kelompok memperoleh apa yang dibutuhkan 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. Pemasaran berusaha menciptakan dan mempertukarkan produk, baik barang maupun jasa, kepada konsumen di pasar. Aspek pemasaran meliputi segmentasi pasar, pasar sasaran, dan posisi pasar. (Adnyana, 2020)

2.2.2. Segmentasi Pasar, Pasar Sasaran, dan Posisi Pasar

1. Segmentasi pasar

Segmentasi pasar dapat diartikan sebagai suatu kegiatan membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang memerlukan produk atau *marketing mix* yang berbeda pula. Dalam melakukan segmentasi pasar itu sendiri, terdapat beberapa variabel yang harus diperhatikan agar segmentasi yang telah dilakukan tepat

sasaran. Variabel untuk melakukan segmentasi terdiri dari segmentasi pasar konsumen dan segmentasi pasar industrial. Variabel utama untuk melakukan segmentasi menurut Kotler (Dalam Adnyana, 2020), yaitu sebagai berikut.

- a. Segmentasi berdasarkan geografis (bangsa, provinsi, kabupaten, kecamatan, iklim);
- b. Segmentasi berdasarkan demografis (umur, jenis kelamin, ukuran keluarga, daur hidup keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras);
- c. Segmentasi berdasarkan psikografis (kelas sosial, gaya hidup, karakteristik kepribadian); dan
- d. Segmentasi berdasarkan perilaku (pengetahuan, sikap, kegunaan, tanggap terhadap suatu produk).

2. Pasar Sasaran (*Market Targeting*)

Pengertian menetapkan pasar sasaran adalah mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Kegiatan menetapkan pasar pada dasarnya mencakup hal-hal sebagai berikut. (Adnyana, 2020)

- a. Evaluasi Segmen Pasar
 - 1) Ukuran dan pertumbuhan segmen, seperti data penjualan terakhir, proyeksi laju pertumbuhan, dan margin laba dari setiap segmen.
 - 2) Struktural segmen yang menarik dilihat dari segi profitabilitas.
 - 3) Sasaran dan sumber daya perusahaan.
- b. Memilih segmen, yaitu menentukan satu atau lebih segmen yang memiliki nilai tinggi bagi perusahaan, menentukan segmen mana dan berapa banyak yang dapat dilayani.
 - 1) Pemasaran serbasama, yaitu melayani semua pasar dan tawaran pasar dalam arti tidak ada perbedaan.
 - 2) Pemasaran serbaaneka, yaitu merancang tawaran untuk semua pendapatan, tujuan, atau kepribadian. Misalnya dengan membedakan desain produk yang ditujukan untuk industri mobil.
 - 3) Pemasaran terpadu, yakni khusus untuk sumber daya manusia yang terbatas.

3. Posisi Pasar (*Market Positioning*)

Menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atas suatu pasar. Tujuan penetapan posisi pasar (*market positioning*) adalah untuk membangun dan

mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang dihasilkan ke dalam benak konsumen. (Adnyana, 2020)

2.2.3. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

1. Produk (*Product*)

Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam pemasaran, produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. (Adnyana, 2020)

2. Harga (*Price*)

Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Unsur-unsur di dalamnya antara lain mencakup daftar harga, potongan, bonus, jangka waktu pembayaran, aturan kredit. (Adnyana, 2020)

3. Promosi (*Promotion*)

Aspek ini berhubungan dengan berbagai usaha untuk memberikan informasi pada pasar tentang produk atau jasa yang dijual, tempat dan saatnya. Unsur-unsur di dalamnya antara lain mencakup promosi penjualan, periklanan, tenaga penjualan, hubungan masyarakat. (Adnyana, 2020)

4. Saluran Distribusi (*Place*)

Penentuan lokasi beserta saran dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada. Unsur-unsur di dalamnya antara lain: saluran distribusi, cakupan, lokasi, pergudangan dan transportasi. (Adnyana, 2020)

5. Orang (*People*)

SDM merupakan komponen penting dalam strategi *marketing mix* 7p. Aspek sumber daya manusia sangat menentukan maju atau tidaknya sebuah perusahaan.

6. Proses (*Process*)

Proses adalah semua prosedur, mekanisme, dan rutinitas yang digunakan dalam penyampaian layanan atau produk kepada pelanggan. Proses ini mencakup berbagai tahapan mulai dari produksi hingga pengiriman dan layanan purna jual.

7. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Semua elemen fisik yang membantu pelanggan mengevaluasi dan membentuk persepsi terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Bukti fisik memainkan

peran penting dalam memberikan kenyamanan, kepercayaan, dan persepsi kualitas kepada pelanggan.

2.3. Aspek Sumber Daya Manusia

2.3.1. Pengertian Sumber Daya Manusia

Studi aspek sumber daya manusia bertujuan untuk mengetahui apakah dalam pembangunan dan implementasi bisnis diperkirakan layak atau sebaliknya dilihat dari ketersediaan SDM. (Sugiyanto et al., 2020)

Rencana bisnis yang akan diimplementasikan melalui pembangunan proyek bisnis secara rutin memerlukan kelayakan aspek SDM-nya. Kesuksesan suatu perencanaan dan pelaksanaan pembangunan sebuah proyek bisnis sangat tergantung pada SDM yang solid antara satu sama lain. Membangun sebuah tim yang efektif merupakan suatu kombinasi antara seni dan ilmu pengetahuan. Dalam membangun sebuah tim yang efektif, pertimbangan harus diadakan bukan hanya pada keahlian teknik para manajer atau anggota tim semata, tetapi juga pada peranan penting dan keselarasan dalam bekerja. (Sugiyanto et al., 2020)

2.3.2. Kompensasi

Kompensasi dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang diterima karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka. Sebelum kompensasi diberikan, terlebih dahulu dilakukan proses kompensasi, yaitu suatu jaringan berbagai subproses untuk memberikan balas jasa kepada karyawan bagi pelaksanaan pekerjaan dan untuk memotivasi mereka agar mencapai tingkat prestasi yang diinginkan. Imbalan atau jasa yang diterima karyawan dibagi atas dua macam, yaitu imbalan yang bersifat finansial dan nonfinansial. (Sugiyanto et al., 2020)

2.4. Aspek Operasional

2.4.1. Pengertian Aspek Operasional

Aspek operasional mengacu pada semua aktivitas, proses, dan sumber daya yang terlibat dalam menjalankan bisnis sehari-hari. Ini mencakup bagaimana suatu organisasi mengelola dan mengoptimalkan operasionalnya untuk memastikan bahwa produk atau layanan disediakan kepada pelanggan dengan cara yang paling efisien dan efektif.

Tujuan analisis aspek operasional adalah untuk meyakini apakah secara operasional, rencana bisnis dapat dilaksanakan secara layak atau tidak layak, baik pada saat pembangunan proyek maupun pada saat operasionalisasi secara rutin. (Adnyana, 2020)

2.4.2. Perencanaan Letak Usaha

Sebelum suatu perusahaan memulai operasi produksinya, pemilik perusahaan harus menentukan terlebih dahulu dimana letak gedung perusahaan tersebut karena lokasi merupakan faktor penting bagi perusahaan dalam mempengaruhi kedudukan perusahaan pada persaingan dan menentukan kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Dalam menentukan lokasi perusahaan atau pabrik, diperlukan faktor-faktor yang harus diperhatikan agar memperoleh keuntungan dalam jangka panjang, termasuk pertimbangan mengenai untuk memperbesar atau memperluas pabrik pada masa yang akan datang. (Adnyana, 2020)

2.4.3. Persediaan Barang

Persediaan barang biasanya digunakan untuk mengantisipasi permintaan konsumen yang meningkat secara tajam, atau untuk mensuplai kekurangan bahan baku. Persediaan barang yang tidak lancar akan mengurangi jumlah barang jadi yang dapat dihasilkan. Jumlah persediaan barang hendaknya sesuai dengan kebutuhan, yakni jangan terlalu banyak atau terlalu sedikit. Untuk mengendalikannya diperlukan suatu manajemen persediaan. Manajemen persediaan barang terbagi 2, yaitu yang permintaannya bersifat independen, dimana sifat permintaan bahan bakunya tidak tergantung pada produksi barang lain dan yang bersifat dependen, dimana sifat permintaan barang tergantung pada jumlah suatu produk yang dibuat. (Sugiyanto et al., 2020)

2.5. Aspek AMDAL

2.5.1. Pengertian Aspek AMDAL

Pengertian Analisis Dampak Lingkungan Hidup (AMDAL) menurut PP no. 27 Tahun 1999 Pasal 1 adalah telaahan secara cermat dan mendalam tentang dampak besar dan penting suatu rencana usaha dan kegiatan. Arti lain dari AMDAL adalah teknik untuk menganalisis apakah proyek yang akan dijalankan dapat mencemarkan

lingkungan atau tidak. Apabila pelaksanaan proyek dinilai akan mencerminkan lingkungan, maka perlu dicari jalan alternatif pencegahannya. (Adnyana, 2020)

Studi aspek lingkungan hidup bertujuan untuk menentukan apakah secara lingkungan hidup, misalnya udara, dan air, rencana bisnis diperkirakan dapat dilaksanakan secara layak atau sebaliknya. (Sugiyanto et al., 2020)

2.5.2. Dampak Yang Ditimbulkan

Dengan adanya kegiatan investasi atau usaha, maka komponen lingkungan hidup di atas secara otomatis akan berubah dengan menimbulkan berbagai dampak, terutama dampak negatif. Dalam hal ini, dampak-dampak yang mungkin timbul akibat tidak dilakukannya AMDAL secara baik dan benar antara lain sebagai berikut. (Adnyana, 2020)

1. Dari Segi Tanah dan Kehutanan
 - a. Menjadi tidak subur, gersang, atau tandus, sehingga sangat merugikan sektor pertanian.
 - b. Menimbulkan terjadinya erosi atau bahkan banjir apabila hutan yang ada di sekitar proyek ditebang secara tidak teratur.
 - c. Tailing bekas pembuangan hasil pertambangan akan merusak aliran sungai berikut hewan dan tanaman di sekitarnya.
 - d. Pembabatan hutan yang tidak terencana akan merusak lingkungan secara keseluruhan dan rusaknya hutan sebagai sumber resapan air.
 - e. Punahnya keanekaragaman hayati, baik fauna maupun flora, akibat rusaknya hutan alam yang terkena dampak dengan adanya proyek atau usaha.
2. Dari Segi Air
 - a. Mengubah warna, dari yang semula bening dan jernih menjadi kuning atau hitam, sehingga tidak dapat digunakan lagi untuk keperluan, seperti air minum, mencuci, dan keperluan lainnya.
 - b. Berubah rasa, sehingga berbahaya untuk dijadikan air minum karena mungkin mengandung zat-zat yang berbahaya.
 - c. Berbau busuk atau menyengat, sehingga sangat mengganggu lingkungan disekitarnya.
 - d. Mengering, yakni apabila proyek yang dijalankan menggunakan air sungai atau air tanah secara berlebihan, sehingga air di sekitar lokasi menjadi berkurang.
 - e. Matinya binatang air dan tanaman sekitar akibat air berubah warna dan rasa.

- f. Menimbulkan berbagai penyakit akibat pencemaran terhadap air bila dikonsumsi atau digunakan untuk berbagai keperluan.
3. Dari Segi Udara
 - a. Udara disekitar lokasi menjadi berdebu, misalnya akibat proyek-proyek tertentu, seperti proyek batu kapur atau semen, sehingga udara di sekitarnya menjadi tidak sehat.
 - b. Dapat menimbulkan radiasi-radiasi yang tidak dapat dilihat oleh mata seperti proyek bahan kimia.
 - c. Menimbulkan aroma yang tidak sedap, seperti berbau tajam, menyengat, busuk, misalnya usaha peternakan atau industri makanan.
 - d. Dapat menyebabkan suhu udara menjadi panas akibat keluaran industri tertentu.
 4. Dari Segi Manusia
 - a. Akan menimbulkan berbagai penyakit terhadap karyawan perusahaan yang bersangkutan dan masyarakat sekitar lokasi proyek.
 - b. Berubahnya budaya dan perilaku masyarakat sekitar lokasi akibat berubahnya struktur penduduk.
 - c. Rusaknya adat istiadat masyarakat setempat seiring dengan perubahan perkembangan di daerah tersebut.

Dampak yang akan timbul sebagaimana yang telah diuraikan di atas perlu dicarikan alternatif penyelesaiannya seperti berikut. (Adnyana, 2020)

1. Dari Segi Tanah
 - a. Melakukan terhabilitas terhadap lahan kritis melalui penghijauan (reboisasi) untuk menghindari dampak banjir, longsor, atau mengatasi tanah gersang.
 - b. Melakukan pengurukan atau penimbunan terhadap berbagai penggalian yang menyebabkan tanah menjadi berlubang-lubang
2. Dari Segi Air
 - a. Memasang filter atau saringan air sehingga air yang keluar dari pembuangan sudah bersih dan sehat tentunya.
 - b. Membuat saluran pembuangan yang teratur ke daerah tertentu sehingga tidak mengganggu aktivitas masyarakat.
 - c. Memberikan semacam obat untuk menetralsir air yang tercemar, seperti bahan-bahan kimia yang dapat mematikan makhluk yang mengonsumsi atau hidup di dalam air tersebut.

3. Dari Segi Udara
 - a. Memasang filter atau saringan udara untuk menghindari asap dan debu atau sumber polusi lainnya.
 - b. Memasang alat kedap suara untuk mencegah suara yang bising.
4. Dari Segi Karyawan
 - a. Menggunakan peralatan pengaman seperti masker, baju kerja yang aman, atau alat pengaman lainnya.
 - b. Diberikan asuransi jiwa dan kesehatan kepada setiap pekerja yang terlibat dalam perusahaan tersebut.
 - c. Menyediakan tempat kesehatan untuk pegawai perusahaan yang terlibat dengan proyek.
5. Dari Segi Masyarakat Sekitar
 - a. Menyediakan tempat kesehatan secara gratis kepada masyarakat.
 - b. Memindahkan masyarakat ke lokasi yang lebih aman dengan penggantian yang wajar jika diperkirakan kondisi proyek benar-benar membahayakan kesehatan.

2.6. Aspek Hukum

2.6.1. Pengertian Aspek Hukum

Studi kelayakan merupakan hal yang perlu dilakukan ketika merintis sebuah bisnis, termasuk kaitannya dalam aspek hukum. Hal ini dikarenakan ada banyak manfaat yang akan didapatkan dengan melakukan studi kelayakan bisnis pada aspek hukum (Triansyah et al.,2023 : 30). Beberapa manfaat tersebut adalah :

1. Memperkecil resiko kerugian
2. Mempermudah perencanaan bisnis
3. Melancarkan pelaksanaan bisnis
4. Mempermudah pengendalian

Aspek hukum digunakan untuk meneliti kelengkapan, kesempurnaan, dan keaslian dari dokumen yang dimiliki mulai dari badan usaha, izin-izin sampai dokumen lainnya. Kemudian aspek pasar dan pemasaran meneliti seberapa besar pasar yang akan dimasuki dan seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menguasainya pasar serta bagaimana strategi yang akan dijalankan nantinya. (Adnyana, 2020)

2.6.2. Tujuan Aspek Hukum

Secara spesifik, analisis aspek hukum pada studi kelayakan bisnis memiliki tujuan-tujuan sebagai berikut. (Adnyana, 2020)

- a. Menganalisis legalitas usaha yang dijalankan.
- b. Menganalisis ketepatan badan hukum dengan ide bisnis yang akan dilaksanakan.
- c. Menganalisis kemampuan bisnis yang akan diusulkan dalam memenuhi persyaratan perizinan.
- d. Menganalisis jaminan-jaminan yang bisa disediakan jika bisnis akan dibiayai dengan pinjaman.

2.6.3. Legalitas Usaha Dalam Kegiatan Bisnis

Legalitas suatu perusahaan atau badan usaha adalah suatu yang terpenting karena legalitas itu sendiri merupakan jati diri yang melegalkan atau mengesahkan suatu badan usaha sehingga dapat diakui oleh masyarakat.

Ada beberapa hal yang diperlukan untuk melegalkan suatu badan usaha. Berikut ini akan diuraikan beberapa legalitas usaha. (Adnyana, 2020)

1. Nama Perusahaan

Nama perusahaan adalah jati diri yang dipakai perusahaan untuk menjalankan usahanya. Nama perusahaan ini melekat pada bentuk badan usaha atau perusahaan tersebut, dikenal oleh masyarakat, dipribadikan sebagai perusahaan tertentu, dan dapat membedakan perusahaan itu dengan perusahaan lain. Oleh karena melekat pada perusahaan, maka nama perusahaan tidak bisa dipisahkan dengan perusahaan tersebut. Kalau perusahaannya lenyap, maka nama perusahaan itu pun menjadi lenyap pula. Demikian juga kalau perusahaan itu diperalihkan kepada orang lain.

2. Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP)

Adalah jati diri yang dipakai oleh perusahaan atau badan usaha untuk menjalankan usahanya secara sah.

3. NIB (Nomor Induk Berusaha) dalam aspek hukum adalah identifikasi resmi yang diberikan kepada setiap pelaku usaha di Indonesia sebagai bukti legalitas untuk melakukan kegiatan usaha. NIB dikeluarkan oleh lembaga resmi, yaitu Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), melalui sistem *Online Single Submission* (OSS). NIB berfungsi sebagai identitas dan izin usaha yang berlaku secara nasional.

2.7. Aspek Keuangan

2.7.1. Pengertian Aspek Keuangan

Adapun dalam proses mengkaji kelayakan bisnis atau proyek dari aspek finansial, pendekatan konvensional yang digunakan adalah menganalisis perkiraan arus kas keluar dan masuk selama umur proyek atau investasi, yaitu menguji dengan memakai kriteria seleksi. Arus kas akan terbentuk dari perkiraan biaya awal, modal kerja, biaya operasi, biaya produksi dan pendapatan. (Ichsan et al., 2019 : 177).

Studi aspek keuangan dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui perkiraan pendanaan dan aliran kas proyek bisnis, sehingga dapat diketahui layak atau tidaknya rencana bisnis yang dimaksud. Selain itu, studi aspek keuangan juga ditujukan untuk menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang di harapkan dengan membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan, seperti ketersediaan dana, biaya modal awal, dan kemampuan proyek untuk membayar kembali dana tersebut dalam waktu yang telah ditentukan, serta untuk menilai apakah proyek akan dapat berkembang terus. (Adnyana, 2020)

2.7.2. Penentuan Aliran Kas (*Cash Flow*)

Laporan perubahan kas (*cash flow statement*) disusun untuk menunjukkan perubahan kas selama satu periode tertentu serta memberikan alasan mengenai perubahan kas tersebut dengan menunjukkan dari mana sumber-sumber kas dan penggunaan-penggunaannya. (Sugiyanto et al., 2020). Kas merupakan aktiva yang paling likuid atau merupakan salah satu unsur modal kerja yang paling tinggi likuiditasnya. (Sugiyanto et al., 2020)

2.7.3. Alat Analisis Aspek Keuangan

Dalam menganalisis kelayakan aspek keuangan pengembangan usaha, ada beberapa alat atau metode analisis keuangan yang dapat digunakan. Setiap metode, pada dasarnya memiliki kelebihan dan kelemahan tersendiri. Metode-metode tersebut antara lain metode pengembalian investasi, metode penyesuaian nilai sekarang (*net present value*), metode indeks keuntungan (*profitability index*), dan metode tingkat balikan interal (*internal rate of return*). (Sugiyanto et al., 2020)

1. Metode *Payback Period* (PP)

Payback Period adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi (*initial cash investment*) dengan menggunakan aliran kas,

dengan kata lain *payback period* merupakan rasio antara *initial cash investment* dengan *cash inflow*-nya yang hasilnya merupakan satuan waktu. Selanjutnya nilai rasio ini dibandingkan dengan *maximum payback period* yang dapat diterima: (Sugiyanto et al., 2020)

$$\text{Payback period} = \frac{\text{Nilai investasi}}{\text{Kas Masuk Bersih}} \times 1 \text{ tahun}$$

- a. Proyek dinyatakan layak jika masa pemulihan modal investasi lebih pendek dari usia ekonomis.
- b. Proyek dinyatakan tidak layak jika masa pemulihan modal investasi lebih lama di bandingkan usia ekonomisnya.

2. Metode *Net Present Value (NPV)*

Net Present value yaitu selisih antara *Present Value* dari investasi dengan nilai sekarang dari penerimaan-penerimaan kas bersih (aliran kas operasional maupun aliran kas terminal) dimasa yang akan datang. Untuk menghitung nilai sekarang perlu ditentukan tingkat bunga yang relevan. (Sugiyanto et al., 2020)

$$\text{NPV} = \sum_{t=1}^n \frac{\text{CF}_t}{(1+K)^t} - I_0$$

Dimana :

CF_t = aliran kas pertahun pada periode t

I₀ = investasi awal tahun pada tahun 0

K = suku bunga (*discount rate*)

- a. Proyek dinilai layak jika NPV bernilai positif.
- b. Proyek dinilai tidak layak dari aspek keuangan jika NPV bernilai negatif.

3. Metode *Profitability Index (PI)*

Pemakaian metode *profitability index (PI)* caranya dengan menghitung melalui perbandingan antara nilai sekarang (*present value*) dari rencana penerimaan-penerimaan kas bersih di masa yang akan datang dengan nilai sekarang (*present value*) dari investasi yang telah dilaksanakan. (Sugiyanto et al., 2020)

$$\text{Profitability Index (PI)} = \frac{\text{PV Arus Kas}}{\text{Investasi}}$$

- a. Proyek diterima jika PI > 1

b. Proyek ditolak jika $PI < 1$

4. Metode *Internal Rate of Return (IRR)*

Metode ini digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan dimasa datang, atau penerimaan kas, dengan mengeluarkan investasi awal. (Sugiyanto et al., 2020)

$$I_0 = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t}$$

Dimana :

t = tahun ke

n = jumlah tahun

I_0 = nilai investasi awal

CF = arus kas bersih

IRR = tingkat bunga yang dicari harganya

- a. Proyek dinilai layak jika IRR lebih besar dari persentase biaya modal atau sesuai dengan persentase keuntungan yang ditetapkan investor
- b. Proyek dinilai tidak layak jika IRR lebih kecil dari biaya modal atau lebih rendah dari tingkat keuntungan yang diinginkan investor.

2.8. Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM)

2.8.1. Pengertian Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM)

Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah istilah umum untuk usaha yang dimiliki oleh satu atau lebih perorangan menurut kriteria Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. UKM bukan merupakan anak perusahaan atau afiliasi dari suatu perusahaan. dimiliki oleh suatu perusahaan, baik langsung maupun tidak langsung, menurut kriteria yang telah ditentukan (Ariesta & Nurhidayah, 2020). Untuk mengembangkan UKM di Indonesia, pemerintah pusat dan daerah juga melaksanakan berbagai kegiatan dan program. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menyatakan bahwa pemerintah pusat dan daerah bersama-sama memperkuat dan mengembangkan UKM yang ada. Tujuannya adalah untuk menumbuhkan dan mengembangkan perusahaan kita demi pengembangan ekonomi ekonomi.

Usaha mikro, kecil, dan menengah memainkan peran penting dalam perkembangan ekonomi suatu negara. Hal ini bukan hanya berlaku di Indonesia,

melainkan di banyak negara bahkan UMKM disebutsebut memegang peran signifikan dalam pertumbuhan ekonomi global. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, Sensus Ekonomi dari Badan Pusat Statistik pada tahun 2022 menunjukkan besarnya kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia (PDB) mencapai 60,51 persen atau senilai Rp 9.580 triliun. UMKM menyerap hingga 89,2 persen dari total tenaga kerja. UMKM menyediakan hingga 99 persen dari total lapangan kerja dan menyumbang 14,17 persen dari total ekspor, dan 58,18 persen dari total investasi (BPS. 2023).

Dalam dunia ekonomi, usaha kecil merupakan bahan bakar bagi perkembangan ekonomi. Berkat kepemilikannya yang bersifat privat, semangat kewirausahaan yang fleksibel, serta kemampuannya beradaptasi dalam berbagai situasi yang menantang resiko dan ketidakpastian, UMKM akhirnya berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja (Riska, 2020).

Dahulu, usaha mikro kecil dan menengah memang tidak dianggap sebagai faktor signifikan dalam roda perekonomian. Pemerintah tidak menunjukkan perhatian khusus yang tertuang dalam kebijakan sebab dianggap bukan prioritas. Namun, selama satu dekade terakhir, usaha kecil telah menunjukkan pengaruhnya yang luar biasa bagi pertumbuhan dan kestabilan ekonomi. Usaha mikro kecil menengah menjadi peran vital bagi perekonomian dengan menciptakan lapangan kerja, mendorong stabilitas dan pertumbuhan ekonomi setempat, serta menghasilkan banyak inovasi dan kreasi. Dengan terciptanya kreasi dan inovasi, kompetisi serta kolaborasi untuk menciptakan produk yang bernilai tinggi pun terbentuk (Sari et al., 2023).

Sesuai peraturan kriteria UKM yang ditetapkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 (Ariesta & Nurhidayah, 2020):

1. Kriteria usaha mikro
Kekayaan bersih sebesar Rp.50.000.000 (tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha berada) dan pendapatan penjualan tahunan maksimum sebesar Rp.300.000.000.
2. Kriteria Usaha Kecil
Kekayaan bersih di atas Rp.50.000.000 - sampai dengan Rp.500.000.000 (tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha) dan hasil penjualan tahunan sebesar Rp.300.000.000 - sampai dengan Rp.2.500.000.000.
3. Kriteria usaha menengah

Kekayaan bersih di atas Rp.500.000.000 sampai dengan Rp.10.000.000.000 (tidak termasuk bangunan dan tanah tempat perusahaan berada) dan hasil penjualan tahunan sebesar Rp.2.500.000.000 hingga Rp.50.000.000.000.

2.9. UD. Sumber Tani Bogor

UD Sumber Tani Bogor adalah perusahaan komersial yang fokus pada sektor pertanian di Kabupaten Bogor, Jawa Barat, Indonesia. Kabupaten Bogor kaya akan sumber daya alam dan potensi sektor pertanian yang terus berkembang. UD Sumber Tani Bogor memajukan perekonomian lokal dan memanfaatkan kekayaan potensi alam daerah.

2.10. Penelitian Terdahulu

Husna & Suprapti (2021) melakukan penelitian yang berjudul Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Ud. Tajul Anwar Jaya Kecamatan Tragah Kabupaten Bangkalan, metode analisis yang digunakan meliputi kelayakan finansial dan kelayakan non finansial dengan indikator aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen, aspek lingkungan, dan aspek hukum dan hasil analisisnya menunjukkan bahwa aspek finansial UD. Tajul Anwar Jaya secara keseluruhan memenuhi kriteria kelayakan usaha dan layak untuk dijalankan, sedangkan untuk aspek non finansial, UD. Tajul Anwar Jaya masih membutuhkan upaya untuk mengembangkan produk baru, menambah alat produksi, dan menata ulang fasilitas produksi untuk memenuhi kriteria kelayakan usaha. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti studi kelayakan bisnis, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat dan tahun penelitiannya.

Eka Purwanda & Raden Willa Permatasari (2022) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui kelayakan bisnis Usaha Tempe Pak Iwan Bandung dari segi produksi, pemasaran, dan keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan aspek produksi, pemasaran, dan terutama keuangan, Usaha Tempe Pak Iwan Bandung dianggap layak dijalankan. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti studi kelayakan bisnis, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat dan tahun penelitiannya.

Marini & Artika (2023) melakukan penelitian dengan judul Analisis Studi Kelayakan Pengembangan Usaha Jamur Tiram Pada UD. Kenanga Di Kelurahan

Ampenan Selatan. Menggunakan metode studi kasus dan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa UD Kenanga layak menjalankan rencana investasi untuk membangun kumbang di Ampenan Selatan Kota Mataram. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti studi kelayakan bisnis, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat dan tahun penelitiannya.

Sari (2021) melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui kelayakan bisnis kuliner khas Sumatera di Jakarta. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dan kualitatif dengan teknik observasi dan telaah dokumen, dan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa bisnis tersebut baik dan layak dijalankan dengan pembukaan cabang baru. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti studi kelayakan bisnis, sedangkan perbedaannya terletak pada objek, tempat dan tahun penelitiannya.

Gunawan et al., (2022) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui kelayakan bisnis dari usaha Burger, menggunakan analisis non keuangan dan kelayakan keuangan. Hasil analisisnya menunjukkan bahwa bisnis usaha burger layak dikembangkan dan tiap bulannya pendapatannya mengalami kenaikan. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti studi kelayakan bisnis, sedangkan perbedaannya terletak pada objek, tempat dan tahun penelitiannya.

Penelitian Rintia & Ali (2022) bertujuan untuk mengetahui tingkat kelayakan investasi dalam pendirian Home Industry Kopi Bubuk Ali Cap 12 menggunakan metode aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan produksi, aspek organisasi dan manajemen, aspek lingkungan ekonomi dan sosial, serta aspek finansial dengan perhitungan kelayakan investasi. Hasil analisisnya menunjukkan bahwa keseluruhan hasil penelitian, yang mencakup aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis produksi, aspek lingkungan ekonomi, dan aspek hukum, menunjukkan bahwa keadaan bisnis Home Industri Kopi Bubuk Asli Cap 12 Didesa Tempuran 12 A Lampung Tengah saat ini memungkinkan pengembangan bisnis. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti studi kelayakan bisnis, sedangkan perbedaannya terletak pada objek, tempat dan tahun penelitiannya.

Penelitian Rahmadani (2019) bertujuan untuk mengetahui kelayakan bisnis dari Usaha Tahu dan Tempe Karya Mandiri, untuk mengetahui kelayakan dari aspek non keuangan dan kelayakan aspek keuangan. Hasil analisisnya menunjukkan bahwa keseluruhan aspek usaha bisnis tahu dan tempe layak dikembangkan. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti studi kelayakan bisnis, sedangkan perbedaannya terletak pada objek, tempat dan tahun penelitiannya.

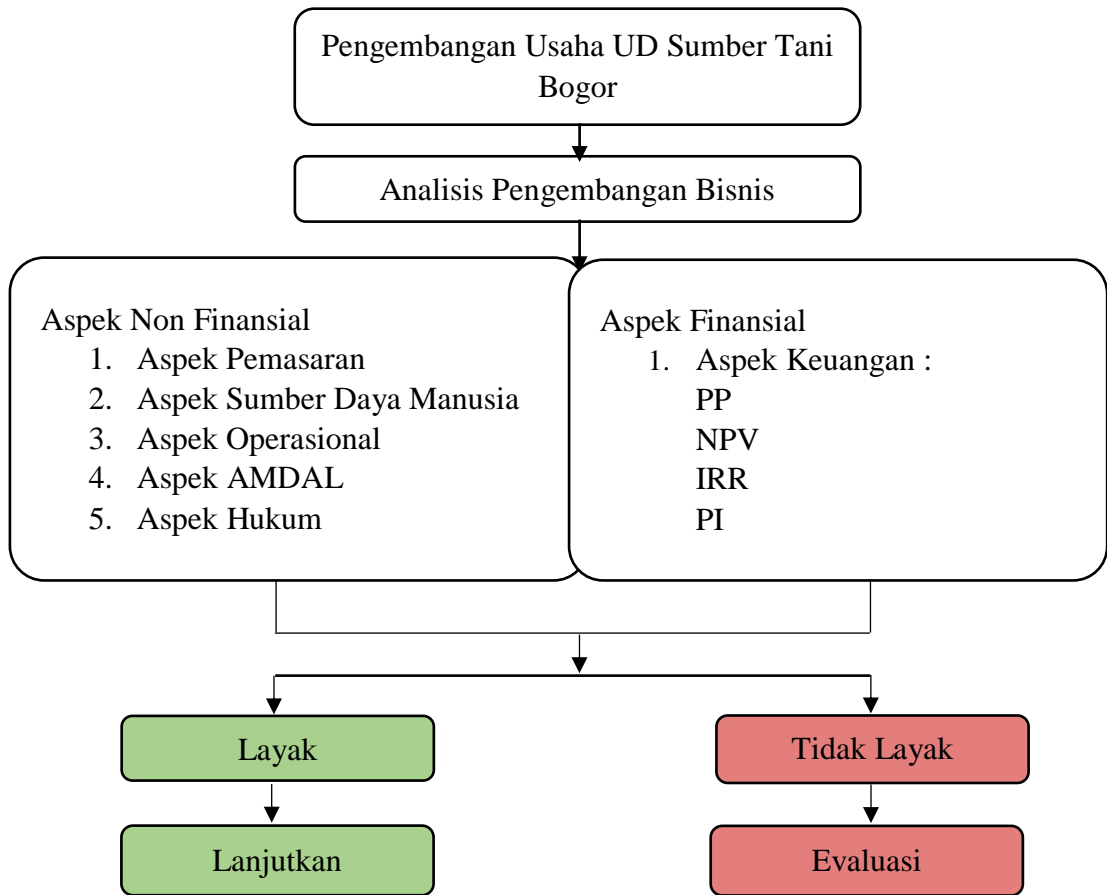
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

PENELITIAN	JUDUL PENELITIAN	VARIABEL	HASIL PENELITIAN
Husna & Suprpti (2021)	Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UD. Tajul Anwar Jaya Kecamatan Tragah Kabupaten Bangkalan	kelayakan finansial dan kelayakan non finansial dengan indikator aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen, aspek lingkungan, dan aspek hukum.	Hasil analisisnya menunjukkan bahwa aspek finansial UD. Tajul Anwar Jaya secara keseluruhan memenuhi kriteria kelayakan usaha dan layak untuk dijalankan, sedangkan untuk aspek non finansial, UD. Tajul Anwar Jaya masih membutuhkan upaya untuk mengembangkan produk baru, menambah alat produksi, dan menata ulang fasilitas produksi untuk memenuhi kriteria kelayakan usaha
Eka Purwanda & Raden Willa Permatasari (2022)	Studi Kelayakan Bisnis Usaha Tempe Pak Iwan Bandung	Aspek produksi, pemasaran, dan keuangan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan aspek produksi, pemasaran, dan terutama keuangan, Usaha Tempe Pak Iwan Bandung dianggap layak dijalankan
Marini & Artika (2023)	Analisis Studi Kelayakan Pengembangan Usaha Jamur Tiram Pada UD. Kenanga Di Kelurahan Ampenan Selatan	studi kasus analisis investasi	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa UD Kenanga layak menjalankan rencana investasi untuk membangun kumbung di Ampenan Selatan Kota Mataram
Sari (2021)	Studi Kelayakan Bisnis Kuliner Khas Sumatera di Jakarta	kuantitatif dan kualitatif dengan teknik observasi dan telaah dokumen	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa bisnis tersebut baik dan layak dijalankan dengan pembukaan cabang baru

Gunawan et al., (2022)	Studi Kelayakan Bisnis dari Usaha Burger	analisis non keuangan dan kelayakan keuangan	Hasil analisisnya menunjukkan bahwa bisnis usaha burger layak dikembangkan dan tiap bulannya pendapatannya mengalami kenaikan
Rintia & Ali (2022)	Studi Kelayakan Investasi dalam Pendirian Home Industry Kopi Bubuk Ali Cap 12	aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan produksi, aspek organisasi dan manajemen, aspek lingkungan ekonomi dan sosial, serta aspek finansial dengan perhitungan kelayakan investasi	Hasil analisisnya menunjukkan bahwa keseluruhan hasil penelitian, yang mencakup aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis produksi, aspek lingkungan ekonomi, dan aspek hukum, menunjukkan bahwa keadaan bisnis Home Industri Kopi Bubuk Asli Cap 12 Didesa Tempuran 12 A Lampung Tengah saat ini memungkinkan pengembangan bisnis
Rahmadani (2019)	Studi Kelayakan Bisnis dari Usaha Tahu dan Tempe Karya Mandiri	aspek non keuangan dan kelayakan aspek keuangan	Hasil analisisnya menunjukkan bahwa keseluruhan aspek usaha bisnis tahu dan tempe layak dikembangkan

2.11. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir untuk UD Sumber Tani Bogor dapat dirancang untuk memahami, menganalisis, dan mengembangkan strategi bisnis yang efektif. Kerangka berpikir ini akan mencakup aspek non finansial dan aspek finansial. Berikut adalah penjelasan dari kerangka berpikir tersebut.



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir