

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pengertian Angkringan**

Angkringan berasal dari kata pergaulan Jawa, angkring atau nangkring yang memiliki arti duduk santai yang lebih bebas. Para pembeli yang duduk dibangku kayu memanjang disekitar gerobak dapat mengangkat atau melipat kaki naik keatas kursi. Angkringan merupakan suatu bentuk variasi dari kaki lima. Penjual kaki lima yang menggunakan pikulan juga dapat ditemui didaerah-daerah lain. Kaki lima pikulan yang menjual makanan dengan harga murah seperti angkringan dapat pula ditemui diSolo dan Klaten. Masyarakat setempat menyebutnya kaki lima tersebut HIK ( Hidangan Istimewa Kampung ). Istilah ini digunakan di Solo, tetapi istilah ini populer di Yoogyakarta adalah Angkringan.

Pada awalnya angkringan tidak menggunakan gerobak dorong beroda dua, melainkan pikulan yang terbuat dari belahan batang bambu di kedua ujungnya digantung dua set perangkat serta dilengkapi sebuah bangku untuk penjual. Satu set angkringan dilengkapi dengan alat dan bahan minuman yang akan diolah termasuk anglo atau tungku berbahan bakar arang. Sementara set yang lainnya memuat bahan makan siap saji yang hanya perlu dibakar kembali diatas tungku.

Angkringan juga terkenal sebagai tempat egaliter karena bervariasinya pembeli yang datang tanpa membeda-bedakan strata sosial atau sara. Mereka menikmati makanan sambil bebas mengobrol hingga larut malam meskipun tak saling kenal tentang berbagai hal atau kadang berdiskusi tentang topik-topik yang serius. Harganya yang murah dan tempatnya yang santai membuat angkringan sangat populer ditengah kota sebagai tempat persinggahan untuk mengusir lapar atau sekedar melepas lelah. Akrabnya suasana dalam angkringan membuat nama angkringan tak hanya merujuk kedalam tempat tapi kesuasana, beberapa acara mengadopsi kata angkringan untuk menggambarkan suasana yang akrab saling berbagi dan menjembatani perbedaan.

Inilah yang menjadi daya tarik luar biasa dari warung angkringan meski harganya murah namun konsumen warung ini sangat bervariasi. Antar pembeli dan penjual sering terlihat mengobrol dengan santai dalam suasana penuh kekeluargaan

## **2.2 Pengertian Studi Kelayakan Bisnis**

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian mengenai layak atau tidak layaknya suatu proyek atau rencana bisnis untuk dijalankan dengan mempertimbangkan resiko yang mungkin akan ditimbulkan dan keuntungannya yang akan didapatkan, sedangkan dalam buku Subagyo (2007; 7), studi kelayakan bisnis adalah penelitian yang mendalam terhadap suatu ide bisnis tentang layak atau tidaknya ide tersebut untuk dilaksanakan. Ide bisnis memiliki bermacam-macam bentuk, antara lain:

1. Pendirian usaha baru
2. Pengembangan usaha yang sudah ada, seperti merger, penambahan permodalan, pengganti teknologi, pembukaan baru cabang perwakilan dan sebagainya.
3. Pembelian perusahaan dengan cara akuisisi.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2016; 12) ada beberapa tujuan dalam studi kelayakan bisnis, beberapa diantaranya adalah:

### **1. Menghindari Risiko Kerugian**

Bertujuan untuk menghindari risiko kerugian pada masa mendatang, sebab pada masa mendatang terdapat keadaan yang tidak pasti. Keadaan ini bisa diperkirakan ataupun terjadinya sendirinya.

### **2. Memudahkan perencanaan**

Kita bisa memperkirakan sesuatu yang dapat terjadi pada masa mendatang. Perencanaan itu sendiri meliputi jumlah modal yang diperlukan, waktu pelaksanaan, lokasi, cara pelaksanaan, besarnya keuntungan serta bagaimana pengawan bila terjadi penyimpangan.

### **3. Memudahkan Pelaksanaan Pekerjaan**

Dengan bermacam strategi yang tersusun dapat membuat proses bisnis menjadi mudah. Para pelaku bisnis ini mempunyai petunjuk yang harus dikerjakan. Lalu pengerjaan bisnis bisa digerakan secara terencana, sehingga objek yang dituju bisa

akurat dengan rencana yang telah dibuat. Rencana yang dibuat dijadikan sebagai acuan pada pengerjaan setiap tahap berikutnya.

#### 4. Memudahkan Pengawasan

Dengan pelaksanaan yang sesuai dengan rencana yang telah disusun, maka pengawasan terhadap proses bisnis menjadi lebih mudah. Pengawasan dilakukan agar pelaksanaan usaha tetap pada jalur dan sesuai dengan rencana yang telah direncanakan supaya bisnis dapat berjalan dengan baik dan benar.

#### 5. Memudahkan Pengendalian

Bertujuan untuk mengendalikan pengoperasian pekerjaan yang keluar dari zona yang seharusnya, sehingga dapat terwujudnya tujuan dari suatu perusahaan.

### 2.3 Aspek Pemasaran

#### 2.3.1 Pemasaran

Pemasaran merupakan aktivitas, serangkaian institusi dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum.

Menurut American Marketing Association (AMA) Yang dikutip Kotler dan Keller (2016: 27) *marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communication, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, client, partners, and society at large.* (pemasaran adalah aktivitas, mengatur lembaga dan proses untuk menciptakan, berkomunikasi, memberikan dan bertukar penawaran yang memiliki nilai untuk pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat pada umumnya).

Adapun tujuan kegiatan penjualan suatu produk atau jasa secara umum sebagai berikut:

1. Memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk atau jasa
2. Untuk memberikan informasi kepada para pelanggan produk atau jasa yang dijual
3. Untuk menguasai pasar dan menghadapi pesaing
4. Memaksimalkan kepuasan konsumen
5. Meningkatkan penjualan barang dan jasa

### 2.3.2 Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran atau *marketing mix*, Memiliki peranan yang sangat penting dalam aktifitas pemasaran karena dengan bauran pemasaran, perusahaan dapat menghasilkan laba atau keuntungan dengan cara memnuhi kepuasan pelanggan.

Adapun strategi bauran pemasaran tersebut yaitu:

#### 1) Produk (*Product*)

Menurut Fahmi (2014:123) produk merupakan barang atau jasa. Sedangkan menurut Kotler dalam Kasmirdan Jakfar (2016:52) Produk merupakan sesuatu yang bisa dipromosikan kepasar guna memperoleh perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang bisa melengkapi keinginan dan kebutuhan.

Strategi produk yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan suatu produk diantaranya:

- a. Penentuan logo dan mutu
- b. Menciptakan merek
- c. Menciptakan kemasan
- d. Keputusan label

#### 2) Harga (*Price*)

Harga merupakan sesuatu yang ditetapkan pada produk tersebut yang dilihat dan dihitung berdasarkan bahan baku, biaya distribusi atau angkutan, biaya gaji karyawan, dan lain-lain sampai akhirnya diputuskan harga yang layak termasuk persentase keuntungan yang mungkin akan diraih nantinya (Fahmi 2014:123). Menurut Kasmir dan Jakfar (2016:55) terdapat beberapa metode penetapan harga yang sering digunakan diantaranya:

##### a. *Cost Plus Pricing*

Cara penentuan cost plus pricing menggunakan rumus:

$$\text{Harga pokok} = \frac{\text{VC} + \text{FC}}{\text{Total Sales}}$$

Keterangan:

VC = *Variable Cost* (Biaya Variable)

FC = *Fixed Cost* (Biaya Tetap)

TS = Total Sales

b. *Cost Plus Pricing* dengan *Mark UP*

Cara penetapan harga mark up (mark up pricing) merupakan cara populer yang dipakai oleh grosir dan pengecer guna menentukan harga jual

Berikut adalah rumusnya:

$$\text{Harga Dengan MarkUp} = \frac{\text{Harga pokok per-unit}}{(1 - \text{Laba yang diinginkan})}$$

c. *Break Even Point (BEP) atau Target Pricing*

Break Even Pricing merupakan Harga ditetapkan berdasarkan pada titik impas atau pulang pokok, dengan rumus:

$$\begin{array}{ccc} \text{Dasar unit} & & \text{Dasar penjualan} \\ \text{FC} & & \text{FC} \\ \text{BEP} = \frac{\text{FC}}{\text{P} - \text{VC}} & \text{atau} & \text{BEP} = \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{P}}} \end{array}$$

Keterangan:

VC = *Variabel Cost* (Biaya Variable)

FC = *Fixed Cost* (Biaya Tetap)

P = Harga jual per unit

d. *Perceived Value Pricing*

*Perceived Value Pricing* Merupakan harga yang ditetapkan oleh kesan pembeli atau persepsi terhadap produk yang ditawarkan.

Adapun perubahan harga atau diskriminasi harga dapat dilakukan berdasarkan:

a) Menurut pelanggan

Merupakan harga yang dipisahkan berdasarkan konsumen utama (*primer*) atau konsumen biasa (*sekunder*)

b) Menurut bentuk produk

Harga ditetapkan berdasarkan bentuk suatu produk atau kelebihan yang dimiliki oleh suatu produk.

c) Menurut tempat

Merupakan harga yang ditetapkan berdasarkan lokasi atau wilayah, daerah di mana produk atau jasa dipasarkan

d) Menurut waktu

Merupakan harga yang ditetapkan berdasarkan pada periode atau masa tertentu dapat berupa jam, hari, mingguan, ataupun bulanan.

3) Tempat (*Place*)

Tempat biasanya menggambarkan lokasi dimana suatu produk atau jasa dapat dibeli atau didapatkan. Tempat biasanya sering dihubungkan saluran distribusi dalamnya terdapat toko-toko fisik maupun toko-toko maya dalam internet.

Hal-hal yang perlu diamati saat memilih dan menetapkan lokasi dengan pertimbangan sebagai berikut:

- a) Dekat dengan kawasan industry
- b) Dekat dengan lokasi perkantoran
- c) Dekat dengan pusat lokasi pasar
- d) Dekat dengan pusat pemerintah
- e) Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat
- f) Mempertimbangan jumlah pesaing yang ada disuatu lokasi
- g) Saran dan pasaran (jalan, listrik)

4) Promosi (*promotion*)

Merupakan aktivitas marketing mix yang paling belakang. Aktivitas ini merupakan kegiatan yang tidak kalah penting dengan ketiga kegiatan diatas, baik produk, harga, dan lokasi atau distribusi. Tanpa promosi jangan harap pelanggan bisa mengetahui produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karna itu promosi merupakan fasilitas yang paling efektif untuk menarik dan mempertahankan konsumennya.

Terdapat 4 macam hal yang paling penting yang umum diperhatikan perusahaan didalam mempromosikan produknya antara lain:

- a) Komunikasi perorangan (*individual communication*)
- b) Komunikasi masa (*mass communication*)
- c) Manajemen merek (*brand management*)
- d) Identitas perusahaan (*corporate identity*)

### 2.3.3 Pasar

Pasar merupakan salah satu dari bagian system, instusi, prosuder, hubungan sosial dan infrastruktur dimana usaha menjual barang.

Menurut Kasmir dan Jakfar, (2016: 44) Pasar merupakan tempat atau lokasi tertentu atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan pedagang bertemu untuk melakukan negosiasi jual beli produk baik barang maupun jasa.

Ada 5 fungsi dan peran pasar bagi masyarakat, diantaranya adalah:

1. Menetapkan Harga

Menetapkan harga suatu barang atau jasa sesuai dengan permintaan dan penawaran pasar.

2. Mengorganisir produksi

Menentukan metode produksi yang paling sesuai dengan memaksimalkan rasio antara *output* produk dengan *input* sumber daya.

3. Mendistribusikan produksi

Pasar berperan sebagai distributor pembayaran kepada para pelaku pasar, dalam hal ini kerja sesuai produktifitasnya.

4. Menyelesaikan penjatahan

Bertujuan untuk membatasi konsumsi dari produkso yang tersedia.

5. Menyediakan barang dan jasa untuk masa depan

Pasar turut berperan sebagai fasilitator dalam hal pengelolaan tabungan dan investasi.

### 2.3.4 Permintaan

Permintaan merupakan total barang dan jasa yang dipesan oleh konsumen pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu (Kasmir dan Jakfar, 2016: 44) Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang atau jasa adalah:

- a. Faktor pendapatan
- b. Faktor harga barang dan jasa
- c. Faktor intensitas kebutuhan
- d. Faktor selera konsumen

- e. Faktor jumlah penduduk
- f. Faktor perkiraan terhadap harga pada masa yang akan datang
- g. Faktor perkiraan terhadap pendapatan pada masa yang akan datang
- h. Faktor promosi

### **2.3.5 Penawaran**

Penawaran merupakan sejumlah barang, produk atau komoditi yang tersedia dalam pasar yang siap untuk dijual kepada konsumen yang membutuhkannya. Faktor yang mempengaruhi penawaran antara lain:

- a. Jumlah penjual atau produsen
- b. Harga barang pengganti
- c. Biaya produksi
- d. Kemajuan teknologi
- e. Pajak
- f. Perkiraan dimasa depan

## **2.4. Aspek Produksi dan Teknologi**

Aspek produksi Menurut Heizer dan Render (2005: 4) merupakan proses penciptaan barang dan jasa. Barang dan jasa yang di produksi adalah untuk memenuhi kebutuhan manusia kegiatan produksi membutuhkan faktor – faktor produksi seperti sumberdaya alam, tenaga kerja, modal, dan teknologi. Pada hakekat nya produksi adalah penciptaan atau penambahan faedah atau bentuk, waktu dan tempat atas faktor – faktor produksi shingga begitu bermanfaat bagu kehidupan manusia.

Aspek teknologi merupakan suatu aspek yang berkenaan dengan proses pembangunan proyek secara teknis dan pengoperasiannya setelah proyek tersebut selesai dibangun. Berdasarkan analisa ini pula dapat diketahuai rancangan awal penaksiran biaya investasi termasuk biaya eksploitasinya.

Aspek teknis berkaitan dengan standar pelaksanaan aktivitas usaha dan hal- hal yang mendukung pelaksanaan aktivitas usaha seperti lokasi usaha, ketersediaan bahan baku dan bahan tambahan, tenaga kerja, dan kedekatan dengan pasar atau konsumen.

Aspek teknologi berkaitan dengan teknologi atau serangkaian peralatan yang digunakan untuk mendukung aktivitas usaha. Teknologi yang tepat dapat menjadikan perusahaan menghasilkan produk dengan kualitas yang baik dalam waktu yang cepat dan biaya yang lebih murah.

#### **2.4.1. Seleksi Produk**

Seleksi produk mempunyai keterkaitan yang besar terhadap suatu proses yakni biaya peralatan, dana, desain, komposisi, dan kebutuhan ruang, kemahiran orang yang akan dipekerjakan dan yang harus diberikan pelatihan.

#### **2.4.2 Penentuan Lokasi**

Penentuan lokasi adalah berkaitan dengan biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Penentuan yang tepat akan memberikan keuntungan bagi perusahaan, baik dari sisi finansial maupun non finansial. Layout merupakan suatu proses dalam penentuan bentuk dan penempatan fasilitas yang dapat menentukan efisiensi produksi atau operasi (Kasmir dan Jakfar, 2010: 152).

Dengan adanya layout akan diperoleh berbagai keuntungan antara lain sebagai berikut (Kasmir dan Jakfar, 2010:152):

- 1) Memberikan ruang gerak yang memadai untuk beraktifitas dan pemeliharaan.
- 2) Pemakaian ruangan yang efisien
- 3) Mengurangi biaya produksi manapun investasi

#### **2.5. Aspek Sumber Daya Manusia**

Aspek sumber daya manusia merupakan proses serta usaha untuk menarik, mengembangkan, memotivasi serta mengevaluasi keseluruhan sumber daya manusia yang dibutuhkan perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Menurut Ahmad subagyo (2007: 159) analisis aspek manajemen dan sumber daya manusia dapat digambarkan sebagai berikut:

1. *Job Analysis*, yaitu menganalisis jabatan yang diperlukan untuk menyelesaikan jenis pekerjaan tertentu.
2. *Job Specification*, yaitu menentukan persyaratan dan kualifikasi yang diperlukan untuk mengisi suatu jabatan.
3. Mendesain struktur organisasi, yaitu menyusun struktur pertanggungjawaban.
4. *Job Description*, yaitu uraian pekerjaan yang menjelaskan tentang pekerjaan teknis anggota organisasi yang menjabat pekerjaan tertentu.
5. Mendisain sistem kompensasi, yaitu menguraikan struktur pengajian secara lengkap untuk semua jabatan dalam pekerjaan berdasarkan garis struktural dan fungsional.
6. Sistem pengembangan karyawan, yaitu menyusun rencana pendidikan dan pelatihan untuk mengembangkan keterampilan, pengetahuan, produktifitas, dan kinerja karyawan secara keseluruhan. Perlunya sumber daya manusia dikelola dengan baik karena manusia selalu berperan aktif dan dominan dalam setiap kegiatan organisasi. Manusia adalah perencana, pelaku, sekaligus penentu terwujudnya tujuan organisasi.

Fungsi-fungsi dalam pengembangan sumber daya manusia (Tjiptoherijanto, 1999:70-75) mencakup:

1. Perencanaan (*human resources planning*) yang sering diibaratkan sebagai inti manajemen sumber daya manusia, karena perencanaan itu sendiri dapat mengurangi ketidakpastian diwaktu yang akan datang. Fungsi ini berkaitan dengan kegiatan merencanakan sumber daya manusia sesuai dengan kebutuhan organisasi.
2. Pengorganisasian yang dilakukan untuk mengatur atau menata semua anggota dalam organisasi agar mampu bekerja dalam unit kerja yang ada. Hal ini dilakukan untuk menetapkan pembagian kerja, hubungan kerja, delegasi wewenang, integrasi, dan koordinasinya.
3. Pengarahan adalah suatu kegiatan pembekalan yang dilakukan agar semua anggota dalam organisasi lebih efektif dan efisien dalam membantu terwujudnya tujuan organisasi, unit kerja, perusahaan, anggota dan masyarakat.
4. Pengendalian merupakan suatu kegiatan pemantauan yang dilakukan terhadap seluruh anggota dalam organisasi agar menaati peraturan-peraturan organisasi yang telah ditetapkan dan bekerja sesuai dengan rencana.

5. Pengadaan (*procurement*) adalah suatu proses penarikan, seleksi, penempatan, orientasi, dan induksi untuk mendapatkan karyawan atau anggota organisasi yang sesuai dengan kebutuhan organisasi atau unit kerja.
6. Pengembangan adalah suatu usaha yang dilakukan oleh organisasi untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral sumber daya manusia dalam organisasi. Dalam hal ini pengembangan dilakukan melalui pendidikan dan pelatihan (formal dan informal) yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan organisasi, baik untuk memenuhi kebutuhan saat ini maupun di masa mendatang.
7. Kompensasi atau pemberian balas jasa langsung (*direct*) maupun tidak langsung (*indirect*).
8. Pengintegrasian merupakan suatu fungsi operasional yang dianggap sangat penting karena kegiatan ini dilaksanakan untuk mempersatukan kepentingan organisasi dan kebutuhan sumber daya manusia (anggota organisasi) agar tercipta kerjasama yang serasi dan saling menguntungkan.
9. Pemeliharaan dilakukan untuk meningkatkan kondisi fisik, mental, dan loyalitas sumber daya organisasi sehingga selalu mendukung tercapainya tujuan organisasi.
10. Kedisiplinan merupakan salah satu fungsi manajemen sumber daya manusia yang terpenting dan kunci bagi terwujudnya suatu tujuan.
11. Pemberhentian adalah putusnya suatu hubungan kerja seseorang dengan suatu organisasi.

### **2.5.1. Perencanaan Sumber Daya Manusia**

Perencanaan sumber daya manusia merupakan kegiatan yang dilakukan secara sistematis untuk meramalkan atau memperkirakan kebutuhan sumber daya manusia dalam suatu bisnis atau perusahaan. (Kasmir dan Jakfar, 2016:175). Kekosongan-kekosongan dapat dihindarkan dan semua pekerjaan dapat dilaksanakan. Perencanaan kebutuhan tenaga kerja ini harus didasarkan pada informasi dari faktor internal dan eksternal perusahaan. Perencanaan sumber daya manusia adalah perencanaan strategis untuk mendapatkan dan memelihara kualifikasi sumber daya manusia yang diperlukan bagi organisasi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2016: 175) beban kerja merupakan perbandingan antara beban kerja aktual serta waktu kerja efektif. Beban kerja (BK) bisa dihitung dengan rumus:

$$BK = (BA : WK) \times 100\%$$

Keterangan:

BA = Beban kerja actual adalah nilai beban kerja nyata per hari

WK = Waktu kerja efektif, merupakan 420 menit atau hari dengan asumsi waktu kerja ideal persatuan waktu dalam setahun 200 hari, setelah mempertimbangkan hari-hari libur.

### **2.5.2. Rekrutmen**

Rekrutmen merupakan proses penarikan sekelompok kandidat untuk mengisi posisi yang lowong. Perekrutan yang efektif akan menemukan orang-orang yang berkemampuan dan keterampilannya memenuhi spesifikasi pekerja yang dibutuhkan.

### **2.5.3. Analisa Jabatan**

Analisis jabatan merupakan proses mempelajari dan mengumpulkan berbagai macam informasi yang berkaitan dengan suatu jabatan. Untuk itu kita perlu mengetahui pekerjaan apa saja yang harus dikerjakan, cara mengerjakannya bagaimana, dan mengapa pekerjaan itu harus dikerjakan. Jadi, analisis jabatan bisa didefinisikan sebagai suatu proses yang terstruktur untuk mengumpulkan, menganalisis dan menyintesis jabatan.

Dalam hal proyek pendirian tentu saja belum bisa melakukan analisis jabatan, tetapi bisa melakukan perancangan jabatan (*job design*) atau memakai informasi jabatan kunci (*key job*) dari proyek lain yang memiliki jabatan sejenis atau menggunakan jasa expert dalam bidangnya.

### **2.5.4. Kompensasi**

Kompensasi merupakan pemberian balas jasa baik berupa uang atau barang kepada karyawan sebagai imbal jasa (*reward*) yang diberikannya kepada perusahaan. Prinsip kompensasi adalah adil dan layak sesuai prestasi dan tanggung jawab.

### **2.5.5. Pemeliharaan**

Pemeliharaan merupakan kegiatan untuk memelihara, meningkatkan kondisi fisik, mental dan loyalitas karyawan agar tercipta kerjasama yang panjang.

### **2.5.6. Pemutusan Hubungan Kerja**

Pemutusan hubungan kerja merupakan pengakhiran hubungan kerja karena suatu hal tertentu yang mengakibatkan berakhirnya hak dan kewajiban antar pekerja dan pengusaha. Pemberhentian pegawai ini bisa terjadi oleh berbagai macam sebab, misalnya:

- a. Peraturan perundang-undangan kerja
- b. Keinginan perusahaan
- c. Keinginan karyawan
- d. Pensiun
- e. Kontrak kerja telah berakhir
- f. Kesehatan karyawan
- g. Meninggal dunia
- h. Perusahaan dilikuidasi

## **2.6. Aspek Keuangan**

### **2.6.1 Pengertian Aspek Keuangan**

Penelitian dalam aspek keuangan ini dilakukan untuk menilai biaya- biaya apa saja yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biaya – biaya yang akan dikeluarkan. Aspek keuangan merupakan aspek yang memiliki pengaruh besar karena keputusan keuangan bukan hanya berdampak secara jangka pendek namun juga bisa berdampak secara panjang. Sehingga menjadi wajar jika penilaian keuangan dengan berbagai pendekatan analisisnya mencoba memberikan nilai apakah kelayakan tersebut layak atau tidak (Fahmi, 2014: 145). Secara keseluruhan penilaian dalam aspek keuangan meliputi hal-hal seperti (Kasmir dan Jakfar, 2010: 7):

1. Sumber-sumber dana yang akan diperoleh.
2. Kebutuhan biaya investasi.

3. Estimasi pendapatan dan biaya selama beberapa periode, termasuk jenis-jenis dan jumlah biaya yang dikeluarkan selama umur investasi.
4. Proyeksi neraca dan laporan laba rugi untuk beberapa periode kedepan.
5. Kriteria penilaian investasi.
6. Rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan, apakah proyek dapat berkembang terus.

### **2.6.2 Kebutuhan Dana dan Sumber Daya**

Untuk menandai suatu kegiatan investasi, maka biasanya diperlukan dana yang relatif cukup besar. Pendapatan anggaran bisa didapatkan dari berbagai sumber anggaran yang ada seperti dari modal sendiri atau modal pinjaman bisa juga dari keduanya. Modal kerja digunakan untuk kepentingan membeli bahan baku, membayar gaji karyawan dan biaya pemeliharaan serta biaya-biaya lainnya.

Pemakaian jenis modal investasi maupun modal kerja jelas berbeda. Dilihat dari sisi sumber asalnya, modal dibagi atas dua macam, yaitu:

#### 1) Modal Asing

Merupakan modal yang didapat dari pihak luar perusahaan dan umumnya didapat dengan cara pinjaman. Memakai modal pinjaman untuk biaya pengeluaran suatu bisnis akan terkena beban biaya, yaitu biaya administrasi, provonsi dan komisi, serta bunga yang besarnya relatif. Kemudian ada keharusan untuk mengembalikan pinjaman setelah jangka waktu tertentu sesuai perjanjian.

Sumber dana dari modal asing dapat diperoleh dari:

- a. Pinjaman dari dunia perbankan.
- b. Pinjaman dari lembaga keuangan seperti perusahaan modal ventura, asuransi, leasing, dana pensiun, atau lembaga keuangan lainnya.
- c. Pinjaman dari perusahaan nonbank

#### 2) Modal Sendiri

Merupakan modal yang diperoleh dari pemilik perusahaan dengan cara mengeluarkan saham baik secara tertutup atau terbuka. Tertutup maksudnya hanya

dari pihak internal pemilik saham sebelumnya, sedangkan terbuka dengan saham kepada masyarakat diluar sana.

Pendapatan anggaran dari modal sendiri umumnya berasal dari:

- a. Setoran dari pemegang saham
- b. Dari cadangan laba
- c. Dari laba yang belum dibagi

### **2.6.3 Arus Kas ( Cash Flow)**

*Cash Flow* merupakan arus kas atau aliran kas yang ada pada perusahaan dalam satu periode tertentu. *Cash flow* menjabarkan jumlah uang yang masuk ke sebuah perusahaan dan jenis- jenis pemasukan tersebut. *Cash flow* juga menjabarkan jumlah uang yang keluar serta jenis-jenis anggran yang dikeluarkan. Dalam *cash flow* semua data pendapatan yang akan diterima dan biaya yang akan dikeluarkan baik jenis jumlahnya diestimasi sedemikian rupa, sehingga menggambarkan kondisi pemasukan dan pengeluaran di masa yang akan datang.

Jenis- jenis *cash flow* yang dikaitkan dengan suatu bisnis terdiri atas:

- a. *Initial cash flow* atau kas awal yang adalah pembiayaan pada awal periode untuk investasi.
- b. *Operational cash flow* adalah kas yang diterima atau dikeluarkan pada saat operasi bisnis.
- c. *Terminal cash flow* adalah uang kas yang didapat pada saat usahaa tersebut berakhir.

### **2.6.4. Kriteria Penilaian Investasi**

Dalam penerapannya ada beberapa ketentuan untuk menentukan apakah suatu usaha layak atau tidak untuk dijanjikan dilihat dari aspek keuangan. Ketentuan ini bergantung pada kebutuhan tiap perusahaan metode mana yang akan digunakan.

#### **1. Metode Payback Period (PP)**

Metode payback period (PP) merupakan suatu periode yang dibutuhkan guna menutup kembali pengeluaran investasi dengan memakai aliran kas.

#### **2. Net Present Value (NPV)**

Merupakan pautan antara Present Value dari investasi dengan nilai sekarang dari pendapatan kas bersih pada masa mendatang.

### 3. *Return on Investment (ROI)*

Merupakan rasio yang menampilkan hasil (return) atas total aktiva yang dipakai dalam perusahaan. Rasio ini menampilkan hasil dari semua aktiva yang dikontrolnya dengan mengabaikan sumber pembiayaan dan biasanya rasio diukur menggunakan persentase.

### 2.7. **Aspek Lingkungan**

Lingkungan tempat bisnis akan dijalankan harus dianalisis dengan cermat. Hal ini disebabkan lingkungan disatu sisi dapat menjadi peluang dari bisnis yang akan dijalankan, namun disisi lain lingkungan juga dapat menjadi ancaman bagi perkembangan bisnis. Keberadaan bisnis dapat berpengaruh terhadap lingkungan, baik lingkungan masyarakat maupun lingkungan ekologi tempat bisnis yang akan dijalankan.

Suatu bisnis dapat menimbulkan berbagai aktivitas sehingga menimbulkan dampak bagi lingkungan disekitar lokasi bisnis. Perubahan kehidupan masyarakat sebagai akibat dari adanya aktivitas bisnis dapat berupa semakin ramainya lokasi disekitar lokasi bisnis, timbulnya kerawanan sosial, timbulnya penyakit masyarakat, juga perubahan gaya hidup sebagai akibat masuknya tenaga kerja dari luar daerah.

Analisis aspek lingkungan dilakukan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini “Apakah prosedur pembuangan limbah perusahaan laundry ini sudah mengikuti standar peraturan lingkungan yang sesuai?” Suatu ide bisnis dinyatakan layak berdasarkan aspek lingkungan sesuai dengan kebutuhan ide bisnis dan ide bisnis tersebut mampu memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dampak negatifnya di wilayah tersebut. Menurut Dr. Suliyanto (2008: 45) aspek lingkungan dalam studi kelayakan bertujuan untuk:

1. Menganalisis kondisi lingkungan operasional
2. Menganalisis kondisi lingkungan industri
3. Menganalisis lingkungan ekonomi
4. Menganalisis dampak positif maupun negatif bisnis terhadap lingkungan
5. Menganalisis usaha-usaha yang dapat dilakukan untuk meminimalkan dampak negatif bisnis terhadap lingkungan.

### **2.7.1. Lingkungan Bisnis**

Merupakan unsur yang ada diluar perusahaan dan tidak dapat dikendalikan oleh pelaku bisnis yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Sedangkan Robinson (2007: 85) meandefinisikan lingkungan sebagai segala sesuatu yang berada diluar organisasi.

### **2.7.2. Lingkungan Oprasional**

Lingkungan yang memiliki kaitan langsung dengan aktivitas operasional perusahaan. Lingkungan operasional adalah lingkungan yang paling dekat dengan semua aktivitas perusahaan. Lingkungan operasional meliputi:

#### **a. Lingkungan pesaing**

Pesaing adalah perusahaan dalam industri yang sama dan menjual produk, baik berupa barang atau jasa, kepada pelanggan. Pesaing sangat berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis. Perusahaan harus memiliki keunggulan bersaing untuk dapat memenangkan persaingan. Oleh karena itu, analisis terhadap kelebihan dan kelemahan pesaing dibandingkan dengan perusahaan sangat penting dalam menentukan strategi bisnis. Analisis pesaing dalam lingkungan operasional dapat dilakukan dengan menggunakan matriks profil persaingan.

#### **b. Lingkungan Pelanggan**

Pelanggan adalah pembeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Pelanggan merupakan faktor kunci keberhasilan bisnis karena pelanggan sumber pendapatan. Analisis pelanggan dalam lingkungan operasional dilakukan dengan analisis reaktif dan proaktif. Analisis reaktif adalah analisis masalah pelanggan setelah kejadian. Analisis proaktif adalah memperkirakan kecenderungan dan masalah sebelum terjadi. Selain itu dilakukan pula analisis segmentasi pelanggan untuk mengelompokkan pelanggan sesuai dengan karakteristiknya.

#### **c. Lingkungan Pemasok**

Pemasok adalah perusahaan yang menyediakan bahan baku, tenaga kerja, keuangan dan sumber informasi kepada perusahaan lain. Pemasok memegang peranan yang sangat penting bagi kelancaran bisnis.

#### **d. Lingkungan Kreditor**

Kreditor merupakan pihak yang memiliki peranan yang penting dalam bidang keuangan, dan semakin penting jika sebagian besar permodal perusahaan berasal dari kredit. Dalam memilih kreditor, perusahaan harus memperhatikan bunga dan persyaratan kredit.

e. Lingkungan Pegawai

Pegawai merupakan aspek yang paling penting, karena pegawai adalah pelaku yang menunjang tujuan perusahaan tercapai.

### **2.7.3. Lingkungan Industri**

Secara garis besar lingkungan industri adalah lingkungan yg berada di sekitar industri yg mencakup serangkaian faktor-faktor ancaman dari pelaku bisnis baru, supplier, pembeli, produk pengganti dan intensitas persaingan di antara para pesaing yang secara langsung mempengaruhi perusahaan dan tindakan serta tanggapan kompetitifnya.

Porter (1985) membagi lima kekuatan yang menentukan tingkat persaingan dalam suatu industri yang disebut dengan istilah *Porter Five Forces Model*. Dalam *five forces model* digambarkan bahwa perusahaan juga bersaing dengan pesaing potensial lainnya, yaitu mereka yang akan masuk, para pemasok atau supplier, para pembeli atau konsumen, dan produsen produk-produk pengganti. Dan lima kekuatan yg menentukan karakteristik suatu industri yaitu:

1. Intensitas persaingan antar pemain yg ada saat ini,
2. Ancaman masuk pendatang baru
3. Kekuatan tawar menawar pemasok
4. Kekuatan tawar pembeli
5. Ancaman produk pengganti

### **2.6.4. Lingkungan Jauh**

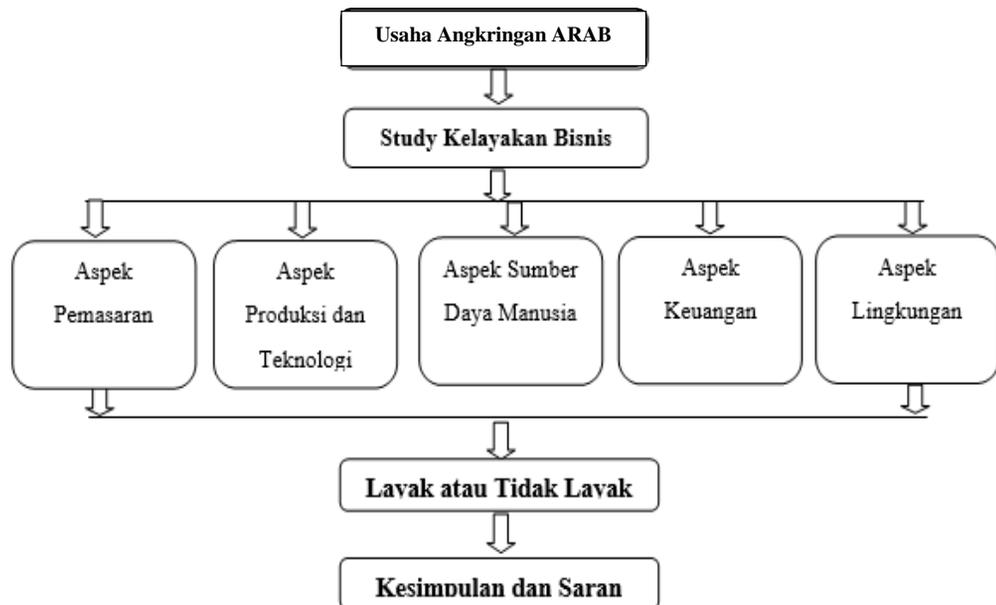
Lingkungan jauh mencakup faktor-faktor yang bersumber dari luar operasional perusahaan. Analisis ini digunakan untuk menyerang maupun bertahan terhadap faktor lingkungan dengan merumuskan strategi yang memanfaatkan peluang atau meminimalkan ancaman. Lingkungan jauh adalah sebagai berikut:

- 1) Lingkungan Ekonomi
- 2) Lingkungan Sosial budaya
- 3) Lingkungan Politik
- 4) Lingkungan Teknologi
- 5) Lingkungan Ekologi
- 6) Lingkungan Global

## 2.8 Kerangka Berfikir

Pemikiran Kriteria penilaian yang akan digunakan dalam analisa kelayakan pengembangan bisnis ini akan menggunakan aspek-aspek studi kelayakan. Namun fokus utama dalam penilaian adalah berdasarkan pada hasil perhitungan aspek keuangan dan pemasaran. Berdasarkan teori-teori pendukung yang telah disampaikan pada pembahasan sebelumnya, maka dibuat gambar kerangka pemikiran dalam analisis kelayakan pengembangan bisnis seperti pada gambar dibawah ini

**Gambar 2.1 Diagram Kerangka Berfikir**



## 2.9. Jadwal Penelitian

Berikut adalah table jadwal penelitian dalam penulisan penelitian ini:

**Tabel 2.1 Jadwal Penelitian**

KEGIATAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGS
	Minggu ke -						
Pengajuan Judul	1						
Penyusunan Proposal	2-4	1-4	1				
Perubahan /Perbaikan judul skripsi dan desaian penelitian	1						
Pelaksanaan penulisan Bab 1 –Bab 3	2-4	1-4	1				
Pelaksanaan penelitian dan penulisan Bab 4-5				2-4	1-4	1-3	
Ujian							1-2
Perbaikan							4
Penyerahan tugas dan laporan							4