

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis adalah kegiatan yang mempelajari secara mendalam artinya meneliti secara sungguh–sungguh data 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 (Kasmir dan Jakfar, dalam Audi, 2021). Dalam pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa studi kelayakan bisnis merupakan suatu kegiatan untuk mempelajari atau meneliti sebuah usaha secara mendalam agar dapat mengetahui bahwa usaha tersebut layak atau tidak nya untuk tetap dijalankan.

Kelayakan artinya penelitian yang dilakukan secara mendalam tersebut dilakukan untuk menentukan apakah usaha yang akan di jalankan akan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang akan dikeluarkan (Kasmir dan Jakfar, dalam Setiawan, 2021). Dengan kata lain, kelayakan dapat diartikan bahwa usaha yang dijalankan akan memberikan keuntungan finansial dan non finansial sesuai dengan tujuan yang mereka inginkan. Layak di sini diartikan juga akan memberikan keuntungan tidak hanya bagi perusahaan yang menjalankannya, tetapi juga bagi investor, kreditur, pemerintah dan masyarakat luas.

Kemudian pengertian bisnis di sini adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan yang dimaksud dalam perusahaan bisnis adalah keuntungan finansial. Namun pada praktiknya perusahaan non profit pun perlu dilakukan studi kelayakan bisnis karena keuntungan yang diperoleh tidak hanya dalam bentuk finansial akan tetapi juga non finansial jadi dengan dilakukannya studi kelayakan bisnis akan dapat memberikan gambaran apakah usaha atau bisnisnya yang diteliti layak atau tidak untuk dijalankan (Kasmir dan Jakfar, dalam Audi, 2021).

Adapun manfaat dari Studi kelayakan bisnis adalah :

1. Memperkecil Risiko Kerugian

Bersamaan dengan datangnya keuntungan, sebuah bisnis juga berdiri dengan adanya risiko kerugian. Karena itu, pengusaha perlu mempersiapkan segala sesuatunya dengan matang untuk menghindari resiko kerugian.

Dengan melakukan studi kelayakan bisnis, pengusaha dapat memperkecil risiko kerugian yang dapat terjadi pada usahanya baik di pada waktu yang dekat maupun waktu yang akan datang. Baik itu risiko yang dapat dikendalikan maupun yang berada di luar kendali.

2. Mempermudah Perencanaan Usaha

Ketika melakukan analisis kelayakan usaha, pengusaha akan mendapatkan semua informasi yang berkaitan dengan usaha miliknya, termasuk kelebihan dan kekurangannya. Dari hasil analisis tersebut, pengusaha dapat melakukan perencanaan dengan lebih mudah. Tidak hanya itu, pengusaha juga dapat membuat perencanaan usaha yang mampu memberikan keuntungan lebih optimal.

3. Mempermudah Pelaksanaan Pekerjaan

Perencanaan yang dibuat secara tepat akan mempermudah penerapannya sehingga para karyawan atau yang menjalanknannya memiliki panduan dan tetap fokus pada tujuan. Dengan begitu, rencana bisnis dapat berjalan sesuai dengan perencanaannya.

4. Mempermudah Pengawasan

Dengan penerapan yang sesuai dengan rencana yang telah dirancang berdasarkan studi, maka pengawasan dalam proses bisnis pun akan berjalan dengan lebih mudah. Pengawasan ini dilakukan agar usaha tetap berjalan sesuai dengan perencanaannya.

5. Mempermudah Pengendalian

Hasil analisis studi dapat digunakan sebagai dasar untuk melihat aspek yang berpotensi memunculkan masalah terhadap jalan usaha. Dengan begitu, pengusaha dapat dengan mudah menghadapi dan mengendalikan masalah ketika terjadi.

2.1.2. Aspek Hukum

Hukum adalah Tata aturan (order) sebagai suatu sistem aturan-aturan (rules) tentang perilaku manusia. Dengan demikian hukum tidak menunjukkan pada suatu aturan tunggal tetapi seperangkat aturan yang memiliki satu kesatuan sehingga dapat

dipahami sebagai suatu system (Nopriansyah, 2019:7). menurut Shidarta, et. al, (2018:61), hukum perusahaan di Indonesia merupakan bagian dari hukum perdata sipil yang mewadahi kegiatan niaga atau bisnis yang berkaitan dengan ekonomi nasional dan pembangunan bangsa dari mulai Proklamasi Kemerdekaan Indonesia sampai dengan saat ini.

1. Hukum Bisnis

Menurut Shidarta, et. al, (2018:23), hukum bisnis adalah sebuah area hukum yang bersinggungan dengan aspek hukum publik dan privat. Patut dicatat bahwa pemisahan hukum menjadi public dan private sendiri tidak sepenuhnya dapat diikuti lagi secara tegas akhir-akhir ini umumnya orang memandang hukum bisnis berdekatan dengan wilayah hukum dagang yang cabang-cabangnya serta tradisional dapat ditentukan dengan mengacu pada sistematika kitab undang-undang hukum dagang KUHD. KUHD sendiri adalah suatu undang-undang khusus dibandingkan dengan kitab undang-undang hukum perdata. Apabila terjadi pertentangan di antara keduanya, berlaku asas *lex specialis derogat legi generali* (undang-undang yang khusus mengenyampingkan undang-undang yang umum).

2. Bentuk Badan Hukum

Menurut Shidarta, et. al, (2018:63) undang-undang tentang wajib daftar perusahaan menyebut tentang perusahaan apa saja yang melakukan usaha dan wajib mendaftarkan yaitu:

- a. Badan hukum, termasuk di dalamnya koperasi
- b. Persekutuan,
- c. Perseorangan,
- d. Perusahaan lainnya.

3. Usaha Perorangan

Menurut Shidarta, et. al, (2018:64) usaha perseorangan adalah perusahaan yang dilakukan oleh satu orang pengusaha. Perbedaannya dengan persekutuan, yaitu terletak pada jumlah pengusahanya dalam perusahaan perseorangan jumlah pengusahanya satu orang, sedangkan pada persekutuan jumlah pengusaha setidaknya dua orang atau lebih. Modal dalam perusahaan perseorangan ini hanya milik satu orang yaitu pengusahanya dan biasanya tidak besar.

4. Perusahaan Bukan Badan Hukum

a. Persekutuan perdata (Maatchap)

Menurut Shidarta, et. al, (2018:65) persekutuan adalah persatuan orang-orang yang sama Kepentingan Terhadap suatu perusahaan tertentu, sedangkan sekutu memiliki arti yaitu peserta pada suatu perusahaan titik perusahaan yang merupakan persekutuan perdata diatur dalam pasal 1618 KUHP Perdata yaitu perjanjian antara dua orang atau lebih mengikat diri untuk memasukkan sesuatu ke dalam persekutuan dengan maksud membagi keuntungan.

b. Firma

Menurut Shidarta, et. al, (2018:66) Mengenal persekutuan firma tidak diatur dalam kuhp perdata tetapi diatur dalam kuhd yaitu pasal 16 KUHD, yaitu: “persekutuan firma adalah persekutuan yang diadakan untuk menjalankan perusahaan dengan memakai nama Bersama”. Persekutuan firma merupakan persekutuan antara dua orang atau lebih dengan nama bersama untuk melakukan usaha. Seperti juga persekutuan perdata, bentuk persekutuan firma juga sering dibentuk oleh orang-orang dengan profesi yang sama untuk melakukan usaha Bersama.

c. Perseroan Komanditer (*Commanditaire Vennootchap*/CV)

Menurut Shidarta, et. al, (2018:67) Definisi tentang cv tercantum dalam pasal 19 KUHD yang menyebutkan “persekutuan komanditer adalah suatu perseroan untuk menjalankan suatu perusahaan yang dibentuk antara satu atau beberapa orang persero yang secara tanggung menanggung bertanggung jawab untuk seluruh pada satu pihak dan satu orang atau lebih sebagai pelepas uang pada pihak lain”. Pembentukan jenis perusahaan seperti ini karena adanya seorang atau lebih yang mempercayai uang atau barang untuk digunakan dalam berniaga kepada seorang lainnya atau lebih yang bertugas menjalankan perusahaan

2.1.3. Aspek Pasar dan Pemasaran

1. Aspek Pasar

Dalam studi kelayakan bisnis, aspek pasar secara garis besar membahas tentang seberapa besar permintaan, penawaran serta harga dari suatu produk barang maupun jasa. Pengertian pasar menurut Damsar dan Indrayani (2018:10) pasar merupakan

pertemuan antara penjual dan pembeli yang diarahkan oleh penawaran dan permintaan dalam proses, ruang dan waktu.

Aspek pasar merupakan dasar untuk menyediakan produk. Penelitian secara informal bisa dilakukan dengan melakukan tes pasar dilokasi usaha. Ada beberapa hal yang perlu diketahui dan dipelajari dalam aspek pasar ini, antara lain:

a. Permintaan

Permintaan adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar, dengan tingkat harga pada tingkat pendapatan dan periode tertentu (Sugiyanto dan Romadhani, 2020:1). Apabila harga suatu barang mengalami peningkatan, maka kuantitas dari barang yang diminta akan mengalami penurunan, demikian pula sebaliknya. Apabila harga barang yang diminta semakin menurun maka kuantitas barang yang diminta akan semakin naik

b. Penawaran

Penawaran adalah kuantitas barang yang ditawarkan pada berbagai tingkatan harga pasar. Jika harga barang per unit naik, maka jumlah barang yang tawarkan juga naik, dan jika harga per unit turun, maka jumlah barang yang ditawarkan ikut turun pula (Sugiyanto dan Romadhania, 2020:14).

c. Peramalan permintaan

Menurut Agustini (2018:117) pengertian peramalan permintaan (demand forecasting) merupakan upaya untuk meramalkan kondisi ekonomi dimasa mendatang dan menilai efek dari kondisi tersebut terhadap kelangsungan kegiatan usaha.

d. Peluang Pasar

Peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan, salah satunya adalah tren usaha. Peluang pasar muncul apabila jumlah permintaan lebih besar dibanding jumlah penawaran.

2. Aspek Pemasaran

Pemasaran adalah proses manajerial dan sosial yang dilaksanakan oleh kelompok dan individu untuk mendapatkan keinginan dan keperluan mereka dengan memperkenalkan dan membuat produk dan nilai kepada pihak lainnya (Amstrong dalam Sulasih, et. al, 2021:65). Lebih lanjut menurut Astuti dan Matondang (2020:56), untuk

memahami istilah pemasaran pertama kita perlu mengenali dan memahami lebih dulu satu persatu kata yang tersusun dalam konsep atau istilah dari pemasaran itu sendiri.

a. Bauran Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller dalam Ismanto (2020:32) bauran pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi empat kelompok yang lebih dikenal dengan 4P , yaitu:

- 1) *Product* (produk), adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.
- 2) *Price* (Harga), adalah jumlah nominal yang dibayarkan oleh konsumen untuk membeli atau mengganti produk.
- 3) *Place* (Tempat), adalah jumlah nominal yang dibayarkan oleh konsumen untuk membeli atau mengganti produk.
- 4) *Promotion* (Promosi), promosi adalah semua aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengomunikasikan dan mempromosikan produk pada target pasar.

b. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran yang perlu diketahui untuk mengoptimalkan pemasaran usaha yang dijalankan agar tepat sasaran dan sesuai target yang ditentukan, yaitu:

1) *Segmenting*

Segmentasi pasar adalah pembagian pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda. Sehingga segmenting adalah proses memisahkan pasar berdasarkan kebutuhan juga karakteristiknya.

2) *Targeting*

Targeting merupakan aktivitas pemasaran yang dilakukan dalam menentukan sasaran pasar dengan memilih satu atau lebih segmen yang akan dijadikan sasaran pasar (Sudirman dkk, 2022:119-120).

3) *Positioning*

Merupakan aktivitas pemasaran dengan menjelaskan posisi produk yang dihasilkan oleh produsen kepada konsumen, serta memberikan informasi keunggulan produk dibandingkan dengan produk lain yang sejenis (Sudirman dkk, 2022:120). Positioning dilakukan sesuai dengan segmen pasar yang dipilih

pada targeting. Representasi produk dalam *positioning* dilakukan sesuai dengan kebutuhan atau karakteristik segmen pasar.

c. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis Aspek Pemasaran

Studi kelayakan bisnis aspek pemasaran bertujuan untuk memahami kelayakan bisnis jasa atau barang dari aspek pemasaran. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam studi kelayakan bisnis aspek pemasaran adalah:

- Menentukan target, segmen, dan posisi produk pada pasarnya.
- Mengetahui konsumen potensial berdasarkan perilaku, sikap dan kepuasan konsumen terhadap produk yang sejenis.
- Menetapkan program pemasaran dan strategi kebijakan yang akan dilakukan

2.1.4. Aspek Teknis

Aspek Teknis merupakan salah satu aspek penting dalam studi kelayakan bisnis, karena pada aspek ini akan membahas tentang kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha baru yang ingin memulai ataupun pelaku usaha lama yang ingin mengembangkan skala usaha, produk/jasa, dan objek lainnya yang masih berhubungan. Hal yang disarankan pula untuk melakukan sebuah bisnis adalah mempelajari studi lokasi, sebelum memperhatikan aspek teknis dalam memproduksi barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Studi lokasi tersebut meliputi adanya lokasi yang memadai, dana yang mencukupi, hingga sumber daya manusia yang mumpuni.

2.1.5. Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan unsur penting dan sangat menentukan atas keberlangsungan organisasi atau perusahaan dalam mencapai tujuan. Bila faktor manusia dalam sebuah organisasi memiliki banyak kelemahan seperti minimnya ilmu pengetahuan, keterampilan, sulit berkembang dan lain sebagainya, tentu akan sangat mempengaruhi efektivitas kerja dan kinerja pada sebuah organisasi dalam mencapai tujuan yang optimal. Oleh karena itu, seharusnya sumber daya manusia harus sesuai dengan kebutuhan dan memiliki komitmen.

Menurut Prihadi (2020:40) ada empat karakteristik sumber daya manusia yang berkualitas dalam suatu organisasi atau perusahaan, yaitu :

1. Competency, merupakan satu kesatuan yang meliputi kemampuan, keterampilan, pengetahuan, atau pengalaman yang harus dikuasai oleh setiap orang dalam melaksanakan tugasnya agar menjadi profesional.
2. Commitment, merupakan sikap sumber daya manusia yang tertarik dengan tujuan perusahaan, sehingga individu ingin bertahan diperusahaan tersebut demi tercapainya tujuan.
3. Cost effectiveness, yaitu selalu melakukan aktifitas berdasar efektivitas biaya yang diberikan dalam perusahaan. Dengan tujuan untuk mengukur dan mengevaluasi biaya serta manfaat baik di masa sekarang maupun akan datang.
4. Congruence of Goals, Sumber daya manusia dapat menyelaraskan tindakan dan kegiatannya antara tujuan pribadinya dengan tujuan organisasi. Melakukan kegiatan sesuai dengan standar operasional prosedur suatu perusahaan.

2.1.6. Aspek Ekonomi dan Sosial

Terdapat beberapa dampak yang akan mempengaruhi berbagai pihak, baik itu positif maupun negatif sebagai berikut:

1. Dampak positif bagi masyarakat adanya sebuah bisnis ditinjau dari aspek ekonomi adalah akan memberikan peluang untuk meningkatkan pendapatannya. Sedangkan bagi pemerintah dampak positif yang diperoleh adalah dari aspek ekonomi memberikan pemasukan berupa pendapatan. Selain itu dampak positif lainnya adalah adanya yang mengatur dan mengelola SDA yang belum terjamah.
2. Dampak negatif sebuah bisnis ditinjau dari aspek ekonomi adalah eksplorasi SDA yang berlebihan, masuknya pekerja dari luar daerah sehingga mengurangi peluang bagi masyarakat sekitarnya.
3. Dampak positif sebuah bisnis ditinjau dari aspek sosial dari tinjauan masyarakat secara umum adalah tersedianya sarana dan prasarana yang dibutuhkan seperti pembangunan jalan, jembatan, listrik, dan sarana lainnya.
4. Dampak negatif sebuah bisnis ditinjau dari aspek sosial dari tinjauan pemerintah adalah adanya perubahan demografi disuatu wilayah, perubahan budaya, dan kesehatan masyarakat.

2.1.7. Aspek Lingkungan

Analisa ini membahas tentang kesesuaian lingkungan dengan bisnis yang akan dijalankan, dampak bisnis terhadap lingkungan dan pengaruh lingkungan terhadap kegiatan bisnis. Oleh karena itu sebelum usaha dijalankan perlu dilakukan studi tentang dampak lingkungan untuk mengetahui dampak yang akan timbul dan dicari jalan keluarnya untuk mengatasinya, studi ini dinamakan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL). Adapun dasar hukumnya yaitu PP No. 22 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup., Ruang lingkup PPLH, pengertian AMDAL, pengertian UKL/UPL, kriteria dampak penting, muatan dokumen AMDAL, penyusun dan penilai dokumen AMDAL.

2.1.8. Aspek Finansial

Secara ekonomi untuk pengoperasian jasa angkutan umum yang diperoleh dari hasil pengguna jasa ataupun barang pada dasarnya adalah mencari keuntungan. Berikut ini ada beberapa analisis yang digunakan untuk kepentingan ekonomi dalam angkutan umum. Analisis ekonomi dilakukan untuk memastikan apakah suatu rencana investasi yang akan dilaksanakan layak secara ekonomi atau tidak. Jika layak secara ekonomi, maka dapat direkomendasikan untuk dilaksanakan, jika tidak layak secara ekonomi untuk dilaksanakan maka tidak direkomendasikan. Memilih alternatif adalah salah satu cara untuk mengetahui apakah suatu rencana investasi yang akan dilaksanakan merupakan pilihan yang terbaik (optimal) atau bukan. Suatu rencana yang sudah layak belum tentu optimal jika hanya ada satu rencana investasi saja dan tidak ada alternatif lain sebagai pembanding.

1. Return On Investment (ROI)

Salah satu keharusan bagi setiap pebisnis dan pelaku usaha adalah memahami ROI (*return on investment*) atau tingkat pengembalian investasi secara keseluruhan dalam bisnis/usaha yang mereka jalankan. Alasan utama dari pentingnya memahami ROI adalah karena merupakan tolak ukur dalam memperhitungkan keuntungan bisnis yang paling tepat. Dengan mengetahui tingkat pengembalian investasi, segala kegiatan operasional dapat dievaluasi tingkat pengembalian investasinya. Beberapa pakar keuangan di Tanah Air menganggap ROI sebagai uang atau aset yang diperoleh atau hilang dalam proses investasi sebuah bisnis.

Return on investment (ROI) adalah rasio yang menunjukkan hasil dari jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan atau suatu ukuran tentang efisiensi manajemen. Rasio ini menunjukkan hasil dari seluruh aktiva yang dikendalikan dengan mengabaikan sumber pendanaan, rasio ini biasanya diukur dengan persentase. Dalam banyak kasus, ROI digunakan untuk menghitung berapa nilai suatu investasi. Misalnya, investor ingin mengetahui potensi ROI dari suatu investasi sebelum memberikan dana apa pun ke perusahaan.

Menghitung potensi atau *return on investment* keuangan aktual perusahaan biasanya melibatkan pembagian pendapatan atau laba tahunan perusahaan dengan jumlah investasi awal atau saat ini. ROI juga digunakan untuk menggambarkan biaya peluang atau pengembalian yang didapatkan investor untuk berinvestasi di perusahaan. Jika seorang pemilik bisnis menginvestasikan uang mereka di pasar saham, biasanya investor mengharapkan untuk menerima pengembalian tahunan minimal 5% yang dimana lebih tinggi dari bunga deposito yang rata-rata di bawah 5%.

Perusahaan bahkan menggunakan *return on investment* untuk mengukur keberhasilan proyek tertentu. Jika pemilik bisnis menginvestasikan uang dalam kampanye iklan, mereka akan menganalisis penjualan yang dihasilkan oleh iklan dan menggunakan informasi tersebut untuk menentukan ROI. Jika uang yang dihasilkan melebihi jumlah yang dibelanjakan, maka bisnis dapat menganggapnya sebagai ROI yang dapat diterima. Saat menghitung ROI tahunan, kita mampu mencari laba atas investasi tahunan rata-rata yang diperoleh selama periode investasi. Ini menunjukkan seberapa menguntungkan usaha itu dalam proyeksi periode tertentu yang dimana sangat membantu untuk membantu menganalisis dan membandingkan kinerjanya. Dalam hal ini, investasi mengacu pada pembelian aset, modal, dan anggaran yang diperlukan sebagai biaya investasi. Tingkat pengambilan total harta yang digunakan untuk menghasilkan laba. Semakin tinggi *return on investment*, maka kondisi perusahaan menjadi semakin baik. Hal ini dikarenakan laba usaha akan cenderung meningkat.

2. Break Even Point (BEP)

Break even point (BEP) adalah posisi dimana suatu usaha tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian. BEP atau titik impas sangat penting bagi manajemen untuk mengambil keputusan untuk menarik produk atau mengembangkan produk, atau

untuk menutup anak perusahaan yang tidak menguntungkan. Dengan kata lain, suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan atau revenue (penghasilan) sama dengan jumlah biaya, atau apabila laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja. Menurut Djarwanto dalam buku Dr. H. Rusdiana, M.M, Break even point adalah suatu keadaan impas, yaitu apabila telah disusun perhitungan laba dan rugi suatu periode tertentu, perusahaan tidak mendapat keuntungan dan tidak menderita rugi. Horngren dkk mengatakan bahwa Break even point atau titik impas merupakan suatu tingkat penjualan dimana laba operasinya adalah nol: Total pendapatan sama dengan total pengeluaran.

Menurut Henry Simamora Titik Impas adalah volume penjualan dimana jumlah pendapatan dan jumlah bebannya sama, tidak ada laba maupun rugi bersih. Menurut Hansen dkk, Titik Impas (break even point) adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, titik dimana laba sama dengan nol. Halim dkk mendefinisikan impas merupakan istilah yang digunakan untuk menyebutkan suatu kondisi usaha, pada saat perusahaan tidak memperoleh laba tetapi tidak menderita rugi. Sedangkan seperti dikatakan Mulyadi Impas (break-even) adalah keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa break even point merupakan suatu titik, dimana jumlah biaya sama dengan jumlah pendapatan. Titik impas berkaitan dengan batas keamanan (Margin of Safety).

Margin of safety menurut Abdul Halim dan Bambang S “Margin Keamanan adalah selisih antara rencana penjualan (dalam unit atau satuan uang) dengan impas (dalam unit atau satuan uang) penjualan”. Margin of safety memberikan informasi tentang seberapa jauh realisasi penjualan dapat turun dari rencana penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian. Penurunan realisasi penjualan dari rencana penjualan maksimum harus sebesar margin of safety agar perusahaan tidak menderita kerugian.

Margin of safety menurut Bambang Riyanto (2010 :366) adalah: “margin of safety merupakan angka yang menunjukkan jarak penjualan yang direncanakan atau budget sales dengan penjualan break even. Dengan demikian maka margin of safety adalah juga menggambarkan jarak batas jarak, dimana jika penjualan melampaui batas tersebut maka penjualan akan mengalami kerugian”. Sementara itu analisis impas (Break Event Point) adalah suatu cara untuk mengetahui volume penjualan minimum agar suatu

usaha tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba (dengan kata lain labanya sama dengan nol).

Dalam analisis break even point memerlukan informasi mengenai penjualan dan biaya yang dikeluarkan. Laba bersih akan diperoleh bila volume penjualan melebihi biaya yang harus dikeluarkan, sedangkan perusahaan akan menderita kerugian bila penjualan hanya cukup untuk menutup sebagian biaya yang dikeluarkan, dapat dikatakan dibawah titik impas. Analisis break even point tidak hanya memberikan informasi mengenai posisi perusahaan dalam keadaan impas atau tidak, namun analisis break even point sangat membantu manajemen dalam perencanaan dan pengambilan keputusan. Tujuan analisis titik impas adalah untuk mengetahui tingkat aktivitas dimana pendapatan hasil penjualan sama dengan jumlah semua biaya variabel dan biaya tetapnya.

Analisa break even point adalah teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara volume penjualan dan profitabilitas. Analisa ini disebut juga sebagai analisa impas, yaitu suatu metode untuk menentukan titik tertentu dimana penjualan dapat menutup biaya, sekaligus menunjukkan besarnya keuntungan atau kerugian perusahaan jika penjualan melampaui atau berada di bawah titik tersebut.

Analisis break even point penting bagi manajemen untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume dan laba, khususnya informasi mengenai jumlah penjualan minimum dan besarnya penurunan realisasi penjualan dari rencana penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian.

3. *Internal Rate of Return (IRR)*

IRR adalah perhitungan yang digunakan dalam analisis keuangan untuk memperkirakan potensi keuntungan investasi. Dengan kata lain digunakan untuk menghitung besarnya tingkat pengembalian modal sendiri yang digunakan dalam menjalankan usaha yang dianalisis. Tujuannya adalah agar keberlangsungan atau kestabilan bisnis dapat bertahan lebih lama dan semakin berkembang, serta untuk membandingkan profitabilitas antara mendirikan bisnis baru atau memperluas bisnis yang ada. Secara umum, semakin tinggi Internal Rate of Return, semakin layak sebuah bisnis atau investasi untuk dilakukan. Dalam perencanaan modal, idealnya internal rate return (IRR) lebih besar daripada bunga Bank, sehingga dikatakan usaha tersebut layak

untuk diberi kredit Bank. Namun jika internal rate of return (IRR) lebih kecil dari bunga Bank berarti usahanya tidak layak untuk diberi kredit Bank.

4. *Payback Period*

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012) metode Payback Period (PP) merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu proyek atau usaha. Analisis payback period dalam analisis kelayakan perlu ditampilkan untuk mengetahui seberapa lama usaha atau kelompok yang dikerjakan dapat mengembalikan investasi. Analisis payback period dihitung dengan cara menghitung waktu yang diperlukan pada saat total arus kas masuk sama dengan total arus kas keluar. Berdasarkan hasil analisis ini diharapkan terdapat alternatif dengan periode yang lebih singkat. Penggunaan analisis ini hanya disarankan untuk mendapatkan informasi tambahan untuk mengukur seberapa cepat pengembalian modal yang diinvestasikan.

2.1.9. Transportasi

Transportasi adalah pergerakan manusia dan barang antara satu zona asal dan zona tujuan dalam wilayah yang bersangkutan. Pergerakan tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan sarana atau moda dan tenaga untuk keperluan tertentu dalam skala perorangan transportasi adalah suatu perjalanan dari tempat asal ke tempat tujuan dalam usaha melakukan aktivitas tertentu di tempat tujuan (Santoso dalam Fazlina, 2018).

Dalam transportasi masalah yang muncul biasanya terkait dengan sarana dan prasarana yang digunakan. Kegiatan transportasi selalu diusahakan perbaikan dan kemajuannya sesuai dengan perkembangan peradaban dan teknologi agar kegiatan transportasi lebih efisien yaitu berusaha mengangkut barang atau orang dengan waktu secepat mungkin dan dengan biaya seminimal mungkin serta resiko yang sekecil mungkin.

1. Sistem Angkutan Umum

Sistem angkutan umum pada dasarnya dibentuk dari sekumpulan perangkat keras utama yang terdiri dari prasarana dan sistem sarana. Kedua, komponen perangkat keras tersebut dioperasikan dengan sistem pengoprasian dan sistem perangkat lunak yang terdiri dari komponen-komponen seperti frekuensi dari tarif. (Santoso dalam Fazlina, 2018).

- a. Komponen prasarana angkutan umum meliputi : sistem jaringan rute terminal, *track* disepanjang *right of way* dan tiap rute dan halte.

Komponen sarana angkutan umum meliputi : jenis kendaraan yang digunakan, dimensi dan desain kendaraan.

- b. Dari komponen-komponen tersebut di atas maka penting untuk menyiapkan sistem prasarana yang baik, agar pelayanan angkutan umum secara keseluruhan mempunyai performansi yang baik dan layak. Aspek-aspek yang terlibat dalam penataan angkutan umum meliputi pola kebutuhan pergerakan, sistem operasi, serta tingkat pelayanan.

2. Faktor- Faktor Pengaruh terhadap Pemilihan Moda Angkutan Umum

Pemilihan angkutan umum dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu :

- a. Tingkat Pendapatan Keluarga

Perjalanan yang dilakukan oleh penumpang kendaraan angkutan umum dapat dibedakan untuk golongan yang tidak mempunyai pilihan moda dan untuk golongan yang mempunyai pilihan moda yaitu yang menggunakan kendaraan pribadi atau kendaraan umum. Golongan ini pada dasarnya dipengaruhi oleh tingkat pendapatan tinggi yang umumnya memiliki kendaraan. Presentase penumpang yang tidak mempunyai pilihan seharusnya lebih rendah dibandingkan dengan golongan penumpang dengan tingkat pendapatan rendah.

Untuk menunjang efektivitas sarana angkutan umum, perlu diusahakan untuk memperkecil proporsi penumpang agar beralih menggunakan kendaraan umum.

- b. Waktu Perjalanan

Rasio waktu perjalanan dengan menggunakan kendaraan angkutan umum dan kendaraan pribadi akan mempengaruhi pemilihan moda angkutan. Penumpang cenderung memilih moda angkutan yang memerlukan waktu tersingkat untuk sampai pada tempat tujuan. Semakin tingginya rasio perjalanan tersebut, maka akan semakin sedikit penumpang yang tertarik pada angkutan kendaraan umum.

- c. Waktu Pelayanan

Rasio waktu pelayanan adalah perbandingan antara waktu pelayanan yang diperlukan oleh kendaraan angkutan umum dan yang diperlukan oleh kendaraan pribadi. Rasio waktu pelayanan sebenarnya sama dengan rasio waktu perjalanan.

Makin tinggi rasio waktu pelayanan, maka makin sedikit penumpang yang tertarik pada angkutan kendaraan umum. Rasio waktu pelayanan dipertimbangkan secara terpisah dari waktu perjalanan karena penumpang cenderung mentolerir waktu tunggu yang lama. Sedangkan lamanya waktu perjalanan didalam kendaraan angkutan umum, masih dapat diterima,

d. Biaya Perjalanan

Rasio biaya perjalanan dengan menggunakan angkutan umum atau kendaraan pribadi juga akan mempengaruhi pemilihan moda angkutan. Penumpang cenderung memilih moda angkutan yang murah. Makin tinggi rasio biaya perjalanan, maka akan semakin sedikit penumpang yang memilih kendaraan angkutan umum.

3. Trayek Angkutan Umum

Trayek menurut Keputusan Menteri Perhubungan No 35 Tahun 2003 Pasal 1 adalah lintasan kendaraan umum untuk pelayanan angkutan orang dengan mobil bus, yang memiliki asal dan tujuan perjalanan tetap, lintasan tetap, dan jadwal tetap maupun tidak berjadwal.

Keputusan Menteri Perhubungan No 35 Tahun 2003, Pasal 6 ayat 3 menyebutkan bahwa dalam melakukan evaluasi kebutuhan penambahan kendaraan dalam suatu trayek, dilakukan dengan mempertimbangkan:

- a. Jumlah perjalanan pergi-pulang per hari rata-rata dan tertinggi
- b. Jumlah rata-rata tempat duduk kendaraan
- c. Laporan realisasi faktor muatan
- d. Faktor muatan 70%
- e. Tersedianya fasilitas terminal yang sesuai
- f. Tingkat pelayanan jalan

Sedangkan pada PP Nomor 41 tahun 1993 pasal 5 menyebutkan trayek pengangkutan orang dengan layanan umum yang dilayani adalah:

- a. Trayek tetap dan teratur adalah pelayanan angkutan yang dilakukan secara tetap dan teratur. Misalnya bus besar, Mini Bus, bus kecil, mikrolet, angkutan kota dan sebagainya

- b. Tidak dalam trayek adalah pelayanan angkutan umum yang dilakukan tidak dalam jaringan trayek melainkan dilakukan di daerah operasional tertentu misalnya angkot dan taksi

4. Tarif Jasa Transportasi

Tarif dapat diartikan berbeda-beda tergantung sudut pandang masing-masing pihak yang secara langsung berkepentingan. Dalam konteks demikian, maka tarif jasa transportasi sebagai berikut :

- a. Dari sudut pandang pengguna jasa transportasi, tarif adalah harga yang harus dibayar untuk menggunakan jasa transportasi.
- b. Dari sudut pandang operator, tarif adalah harga dari jasa transportasi yang diberikan.
- c. Dari sudut pandang pemerintah sebagai pihak yang menentukan besaran tarif, besaran tarif yang akan sangat mempengaruhi besarnya pendapatan dan pendapatan sektor transportasi yang bersangkutan.

5. Struktur Tarif

Dalam menangani kebijakan tarif akan mempertimbangkan dua hal yaitu :

- a. Tarif atau besaran tarif yang dikenakan dan memiliki rentang tarif bebas atau gratis sama sekali sampai pada tingkat tarif yang dikenakan akan menghasilkan keuntungan pada pelayanan.
- b. Struktur tarif (cara tarif tersebut). Beberapa pilihan struktur tarif yang umum digunakan adalah tarif seragam (*flat fare*) dan tarif berdasarkan jarak (*distance base fare*).

2.1.10. Biaya Operasi Kendaraan (BOK)

Biaya operasional kendaraan didefinisikan sebagai biaya yang secara ekonomi terjadi dengan dioperasikannya satu kendaraan pada kondisi normal untuk suatu tujuan tertentu. Menurut Tamin (dalam Fazlina, 2018) biaya transportasi dibedakan atas biaya tetap dan biaya tidak tetap. Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah dengan adanya suatu operasi kendaraan, sedangkan biaya tidak tetap adalah biaya yang dipengaruhi oleh tingkat operasi kendaraan.

1. Biaya Tetap

Biaya tetap terdiri dari biaya bunga, biaya perbedaan/depresiasi, perizinan dan administrasi, asuransi kendaraan, gaji dan tunjangan operator kendaraan (Tamin dalam Fazlina, 2018).

a. Biaya bunga modal

Biaya bunga modal adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar bunga bank, yang dihitung berdasarkan besarnya uang pinjaman. Tingkat bunga modal dihitung berdasarkan bunga kredit yang berlaku saat ini.

b. Penyusutan/Depresiasi Kendaraan

Menurut Pujawan (2002), perbedaan adalah nilai yang berkurang dari suatu properti atau aset karena pemakaian. Dengan kata lain dapat diperoleh setelah dikatakan sebagai beban tahunan yang ditujukan untuk menutupi nilai investasi awal dikurangi nilai dari aset yang terdepresiasi. Tamin, (dalam Fazlina, 2018) menyarankan agar biaya depresiasi dihitung berdasarkan waktu karena kendaraan berubah dari waktu ke waktu dan dampak kemajuan teknologi. Biaya/depresiasi kendaraan (BDK) dapat ditentukan dengan Persamaan sebagai berikut:

$$BDK = BP = \frac{HK - SV}{MP}$$

c. Perizinan dan Administrasi

Izin kendaraan tahunan yang dikenakan pada masing-masing kendaraan. Pada dasarnya, besarnya izin telah ditentukan oleh pemerintah berdasarkan ukuran dan tahun kendaraan. Biaya administrasi terdiri dari biaya STNK, KIR, izin trayek dan izin usaha.

2. Biaya Tidak Tetap

Biaya tidak tetap terdiri dari biaya bahan bakar, pemakaian minyak pelumas, pemakaian ban, pemeliharaan dan perbaikan kendaraan (Tamin dalam Fazlina, 2018). Dalam hal ini biaya tidak tetap dinyatakan dalam rupiah yang ditentukan oleh pengoperasian kendaraan.

a. Biaya Bahan Bakar

Biaya bahan bakar adalah biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bensin atau solar yang digunakan untuk operasi kendaraan, biaya ini menyangkut jarak tempuh yang dapat dicapai untuk setiap liter bahan bakar yang digunakan. Terdapat perbedaan penggunaan bahan bakar dari satu operator dengan operator lainnya yang disebabkan cara pengoperasian dan keadaan waktu kendaraan itu dioperasikan. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemakaian bahan bakar adalah kondisi jalan,

geometrik jalan, kondisi arus lalu lintas dan kecepatan kendaraan (Tamin dalam Fazlina, 2018).

b. Biaya Minyak Pelumas

Biaya penggunaan minyak pelumas adalah biaya yang dikeluarkan untuk pembelian minyak pelumas. Jangka waktu penggunaan minyak pelumas dihitung berdasarkan jarak tempuh kendaraan dalam kilometer. Tingkat pemakaian pelumas tergantung dari faktor seperti temperatur, timing pengapian, tekanan manifold, putaran mesin permenit (rpm), mesin kacang, keausan silinder. Pada kecepatan tinggi, minyak pelumas yang habis terbakar cukup besar karena suhu yang tinggi. Jadi konsumsi minyak pelumas akan meningkat dengan laju kendaraan. Besarnya biaya pemakaian minyak pelumas dipengaruhi oleh kecepatan kendaraan dan jenis kendaraan. Besarnya biaya pemakaian minyak pelumas dapat dihitung dengan Persamaan (Tamin dalam Fazlina, 2018)

c. Biaya Pemeliharaan dan Perbaikan Kendaraan

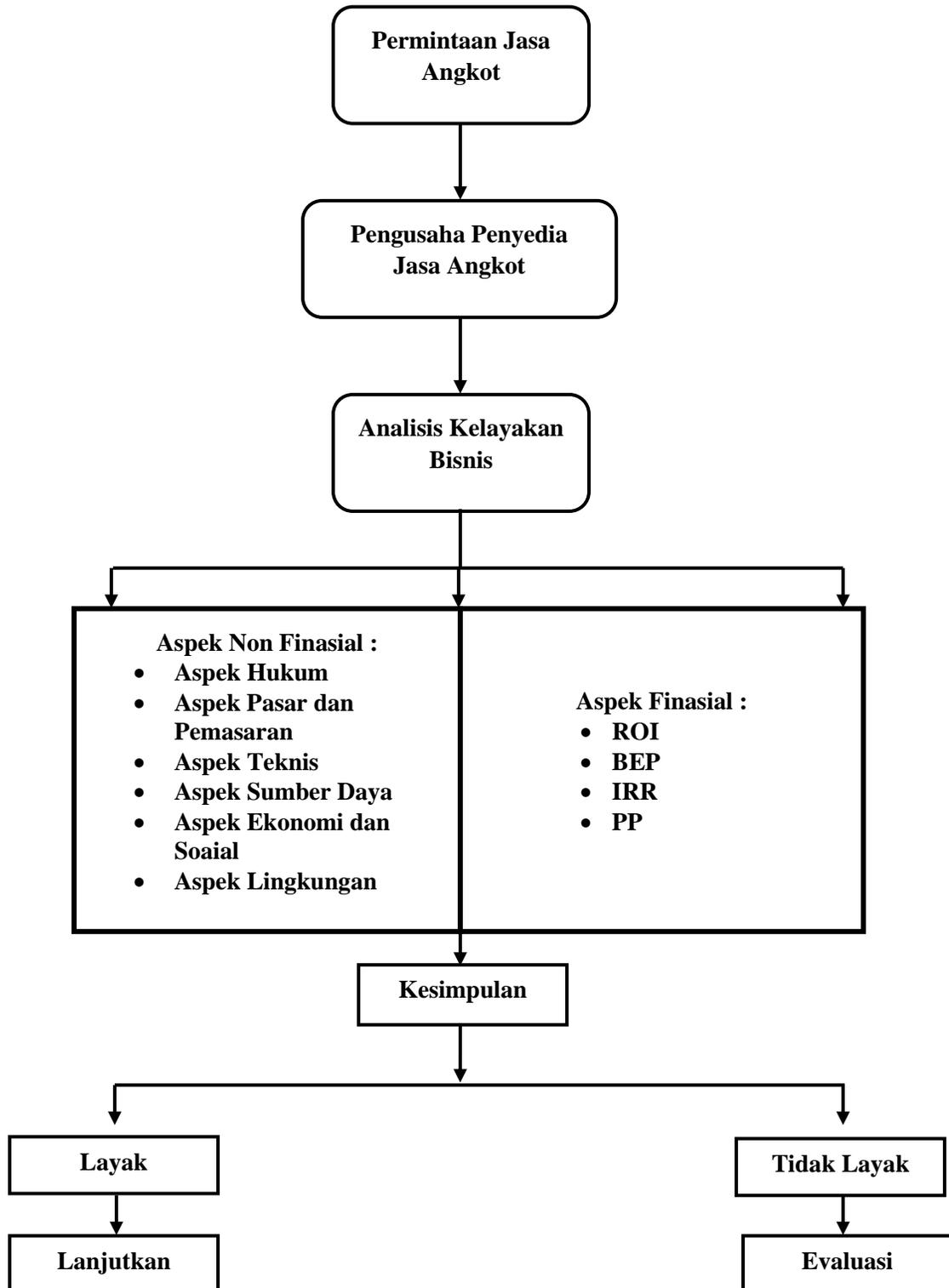
Biaya pemeliharaan dan perbaikan kendaraan adalah biaya yang dikeluarkan untuk melakukan perawatan/pemeliharaan dan perbaikan kendaraan, karena kerusakan yang terjadi dari pengoperasian kendaraan yang bersangkutan. Faktor yang mempengaruhi perawatan kendaraan antara lain, umur dan kondisi kendaraan, kondisi permukaan jalan, kecepatan kendaraan dan load factor. Biaya pemeliharaan kendaraan (BPK) adalah jumlah biaya suku cadang dan upah montir/tenaga kerja (Tamin dalam Fazlina, 2018).

2.2. Peneliti Terdahulu

Tabel 2. 1. Peneliti Terdahulu

PENELITI	JUDUL	ANALISIS	HASIL
Nadra Arsyad, ,Purnawan ,dan Titi Kurniati, 2016	Analisa Kelayakan Investasi Angkutan Umum (Angkot) Kota Pariaman	Metode yang digunakan adalah survey	Berdasarkan hasil survey angkutan umum Kota Pariaman yang beroperasi memiliki umur ekonomis yaitu 12 tahun, 11 tahun angkutan kota. Dari hasil perhitungan, dengan tingkat bunga 11% maka yang dinyatakan layak untuk investasi angkot dengan umur ekonomis 12 tahun dan 11 tahun.
I Wayan Suweda1 dan I Gede Putu Udiana Putra, 2019	Analisis Kelayakan Finansial Angkutan <i>Tirtayatra</i> Bali - Jawa Timur	Metode yang digunakan adalah survey	Tingkat kelayakan secara finansial angkutan wisata tirtayatra tersebut adalah NPV Rp.555.995.618 > 0; BCR = 1,0490 > 1 dan IRR = 27,63% > i (17%). Dengan demikian investasi tersebut dapat dikatakan layak. Ini menjadi tidak layak apabila tingkat suku bunga pertahun atau Discount Ratenya telah melewati nilai 27,63%.

2.3. Kerangka Berfikir



Gambar 2. 1. Kerangka Berpikir
Sumber : Peneliti, 2022