

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Purwana & Hidayat, (2016 : 05) Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan mempelajari secara mendalam tentang layak atau tidaknya suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan. Mempelajari secara mendalam berarti, meneliti secara sungguh – sungguh data dan informasi, selanjutnya diukur, dihitung dan dianalisis dengan menggunakan metode tertentu. Sedangkan bisnis berarti; usaha yang dijalankan memberikan manfaat baik finansial maupun non finansial. Kelayakan, menunjukkan apakah usaha yang dijalankan memberikan manfaat besar dibandingkan biaya.

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu analisis terhadap *viability* (diteruskan atau tidak) suatu ide. *Focus* dari suatu studi kelayakan adalah untuk mampu menjawab pertanyaan penting *should we proceed with the proposed project idea?* Hal ini menunjukkan bahwa segala aktivitas dalam studi kelayakan bertujuan untuk membantu menjawab pertanyaan tersebut. Tujuan ini memberikan pemahaman kepada pelaku usaha bahwa mengetahui lebih awal suatu ide tidak bekerja sesuai harapan. Dengan demikian, dapat mencegah penggunaan uang, waktu dan sumber daya yang sia – sia.

Sementara menurut Kasmir & Jakfar (2020 : 07) Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. Mempelajari secara mendalam artinya meneliti secara sungguh – sungguh data dan informasi yang ada, kemudian diukur, dihitung, dan dianalisis hasil penelitian tersebut dengan menggunakan metode – metode tertentu. Penelitian yang dilakukan terhadap usaha yang akan dijalankan dengan ukuran tertentu, sehingga diperoleh hasil maksimal dari penelitian tersebut.

Kelayakan artinya penelitian yang dilakukan secara mendalam tersebut dilakukan untuk menentukan apakah usaha yang akan dijalankan akan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang akan dikeluarkan. Dengan kata lain, kelayakan dapat diartikan bahwa usaha yang dijalankan akan memberikan keuntungan finansial dan nonfinansial sesuai dengan tujuan yang mereka inginkan. Layak di sini

diartikan juga akan memberikan keuntungan tidak hanya bagi perusahaan yang menjalankannya, tetapi juga bagi investor, kreditor, pemerintah, dan masyarakat luas.

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

2.1.2. Tahapan Melakukan Studi Kelayakan Bisnis

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

1. Pengumpulan data dan informasi

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

2. Melakukan pengolahan data

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

3. Analisis data

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

4. Mengambil keputusan

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

5. Memberikan Rekomendasi

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

2.1.3. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Paling tidak ada lima tujuan mengapa sebelum suatu usaha dijalankan Menurut Kasmir & Jakfar (2020 : 13), yaitu :

1. Menghindari risiko kerugian Untuk mengatasi risiko kerugian dimasa yang akan datang, karena dimasa yang akan datang ada semacam kondisi ketidakpastian. Kondisi ini ada yang dapat dimalkan akan terjadi atau memang dengan sendirinya terjadi tanpa dapat diramalkan. Dalam hal ini fungsi studi kelayakan adalah untuk meminimalisir resiko yang tidak kita inginkan, baik resiko yang dapat dikendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.
2. Memudahkan Perencanaan Jika sudah dapat meramalkan apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang, maka akan mempermudah kita dalam melakukan perencanaan dan hal – hal apa saja yang perlu direncanakan. Perencanaan meliputi beberapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha atau proyek akan dibangun, siapa – siapa yang akan melaksanakannya, bagaimana cara menjalankannya, berapa besar keuntungan yang akan diperoleh serta bagaimana mengawasinya jika

terjadi penyimpangan. Yang jelas dalam perencanaan sudah terdapat jadwal pelaksanaan usaha, mulai dari usaha dijalankan sampai waktu tertentu.

3. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan Dengan memudahkan berbagai rencana yang sudah disusun akan sangat memudahkan pelaksanaan bisnis. Para pelaksana yang mengerjakan bisnis tersebut telah memiliki pedoman yang harus diikuti. Kemudian pengerjaan usaha dapat dilakukan secara sistematis, sehingga tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang sudah disusun. Rencana yang sudah disusun dijadikan acuan dalam mengerjakan setiap tahap yang sudah direncanakan.
4. Memudahkan pengawasan Dengan telah dilaksanakannya suatu usaha atau proyek sesuai dengan rencana yang sudah disusun, maka akan memudahkan perusahaan untuk melakukan usaha tidak melenceng dari rencana yang telah disusun. Pelaksana pekerjaan dapat sungguh – sungguh melakukan pekerjaan karena merasa ada yang mengawasi sehingga pelaksana pekerjaan tidak terhambat oleh hal – hal yang tidak perlu.
5. Memudahkan pengendalian apabila dalam pelaksanaan pekerjaan telah dilakukan pengawasan maka jika terjadi suatu penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga akan dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah untuk mengendalikan pelaksanaan pekerjaan tidak melenceng dari rel yang sesungguhnya, sehingga pada akhirnya tujuan perusahaan akan tercapai.

2.1.4. Faktor – factor yang menyebabkan kegagalan usaha

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020 : 09) walaupun sudah dilakukan penelitian melalui studi yang sungguh – sungguh, setiap usaha atau bisnis yang dijalankan tidaklah menjamin 100 persen bahwa bisnis atau usaha tersebut akan berhasil. Ada banyak hal yang menyebabkan usaha tersebut mengalami kegagalan. Kegagalan ini dapat dimulai dari kesalahan si penstudi dalam melakukan perhitungan sampai kepada faktor – faktor yang memang tidak dapat dikendalikan oleh manusia. Pada akhirnya kegagalan ini akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Risiko kerugian yang timbul dimasa yang akan datang disebabkan karena dimasa yang akan datang penuh dengan berbagai ketidakpastian. Yang paling penting di sini untuk diperhatikan adalah memprediksi risiko

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

1. Data dan informasi tidak lengkap Pada saat melakukan penelitian data dan informasi yang disajikan kurang lengkap, sehingga hal – hal yang seharusnya menjadi penilaian tidak ada. Kemudian, dapat pula data yang disediakan tidak dapat dipercaya atau palsu. Karena itu, sebelum melakukan studi sebaiknya kumpulkan data dan informasi selengkap mungkin, melalui berbagai sumber yang ada yang tentunya dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.
2. Tidak teliti Kegagalan dapat pula disebabkan si penstudi (orang yang melakukan studi) kurang teliti dalam meneliti dokumen yang ada. Oleh karena itu, dalam hal ini tim studi kelayakan bisnis perlu melatih atau mencari tenaga yang benar – benar ahli di bidangnya, sehingga faktor ketelitian ini menjadi jaminan. Kecerobohan sekecil apapun akan sangat berpengaruh terhadap hasil penelitian.
3. Salah perhitungan Kesalahan dapat pula diakibatkan si penstudi salah dalam melakukan perhitungan. Misalnya, dalam hal penggunaan rumus atau cara menghitung, sehingga hasil yang dikeluarkan tidak akurat. Dalam hal ini perlu disikapi untuk menyediakan tenaga ahli yang andal di bidangnya.
4. Pelaksanaan pekerjaan salah Para pelaksana bisnis sangat memegang peranan penting dalam keberhasilan menjalankan bisnis tersebut. Apabila para pelaksana dilapangan tidak mengerjakan proyek benar dan tidak sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan, maka kemungkinan bisnis tersebut gagal sangat besar.
5. Kondisi lingkungan Kegagalan lainnya adalah adanya unsur – unsur yang terjadi yang memang tidak dapat kita kendalikan. Artinya, pada saat melakukan penelitian dan pengukuran semuanya sudah selesai dengan tepat dan benar, namun dalam perjalanan akibat terjadinya perubahan lingkungan akhirnya berimbas pada hasil penelitian dalam studi kelayakan bisnis. Perubahan lingkungan seperti perubahan ekonomi, politik, hukum, sosial, dan perubahan perilaku masyarakat, atau karena bencana alam.
6. Unsur sengaja Kesalahan yang sangat fatal adalah adanya faktor kesengajaan untuk berbuat kesalahan. Artinya peneliti sengaja membuat kesalahan yang tidak

sesuai dengan kondisi yang sebenarnya dengan berbagai sebab. Atau para pelaksana dilapangan juga melakukan perbuatan yang tercela, sehingga menyebabkan gagalnya suatu proyek atau usaha. Oleh karena itu, sebelum melakukan studi kelayakan bisnis dijalankan tim yang akan menangani studi kelayakan bisnis harus memerhatikan hal – hal sebagai berikut :

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

2.1.5. Lembaga – Lembaga yang memerlukan studi kelayakan bisnis

Hasil penilaian melalui studi kelayakan ini sangat diperlukan dan dibutuhkan oleh berbagai pihak, terutama pihak-pihak yang berkepentingan terhadap usaha atau proyek yang akan dijalankan. Perusahaan yang melakukan studi kelayakan akan bertanggung jawab terhadap hasil yang mereka katakan layak, sehingga pihak-pihak yang berkepentingan merasa yakin dan sangat percaya dengan hasil studi kelayakan yang telah dilakukan Menurut Kasmir dan Jakfar (2020 : 14).

Pihak-pihak yang berkepentingan terhadap hasil studi kelayakan tersebut yaitu :

1. Pemilik Usaha

Para pemilik perusahaan sangat berkepentingan terhadap hasil dari analisis studi kelayakan yang telah dibuat, hal ini disebabkan para pemilik tidak mau jika sampai dana yang ditanamkan akan mengalami kerugian. Oleh sebab itu, hasil studi kelayakan yang sudah dibuat benar-benar dipelajari oleh para pemilik, apakah akan memberikan keuntungan atau tidak.

2. Kreditur

Jika uang tersebut dibiayai oleh dana pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya, maka pihak mereka pun sangat berkepentingan terhadap hasil studi kelayakan yang telah dibuat. Bank atau lembaga keuangan lainnya tidak mau sampai kreditnya atau pinjaman yang diberikan akan macet, akibat usaha atau proyek tersebut sebenarnya tidak layak untuk dijalankan. Oleh karena itu, untuk

usaha-usaha tertentu pihak perbankan akan melakukan studi kelayakan terlebih dahulu secara mendalam sebelum pinjaman dikucurkan kepada pihak peminjam.

3. Pemerintah

Bagi pemerintah pentingnya studi kelayakan adalah untuk meyakinkan apakah bisnis yang akan dijalankan akan memberikan manfaat baik bagi perekonomian secara umum. Kemudian bisnis juga harus memberikan manfaat kepada masyarakat luas, seperti penyediaan lapangan pekerjaan. Pemerintah juga berharap bahwa bisnis yang akan dijalankan tidak merusak lingkungan sekitarnya, baik terhadap manusia, binatang, maupun tumbuh-tumbuhan.

4. Masyarakat luas

Bagi masyarakat luas dengan adanya bisnis, terutama bagi masyarakat sekitarnya akan memberikan manfaat seperti tersedia lapangan kerja, baik bagi pekerja di sekitar lokasi proyek maupun bagi masyarakat lainnya. Kemudian manfaat lain adalah terbukanya wilayah tersebut dari ketertutupan (terisolasi). Dengan adanya bisnis juga akan menyediakan sarana dan prasarana seperti tersedianya fasilitas umum seperti jalan, jembatan, listrik, telepon, rumah sakit, sekolah, sarana ibadah, sarana olahraga, taman dan fasilitas lainnya.

5. Manajemen

Hasil studi kelayakan bisnis merupakan ukuran kinerja bagi pihak manajemen perusahaan untuk menjalankan apa-apa yang sudah ditugaskan. Kinerja ini dapat dilihat dari hasil yang telah dicapai, sehingga terlihat prestasi kerja pihak manajemen yang menjalankan usaha.

2.2. Aspek – Aspek Studi Kelayakan Bisnis

2.2.1. Aspek pasar dan pemasaran

Menurut Adnyana (2020 : 22) Aspek pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu. Namun dalam praktiknya pengertian pasar dapat lebih luas lagi. Artinya pembeli dan penjual tidak harus bertemu disuatu tempat atau melakukan transaksi, tetapi cukup memulai sarana elektronik seperti melalui internet. Pengertian lain yang lebih luas tentang pasar adalah himpunan pembeli

nyata dan pembeli potensial atau suatu produk. Pasar nyata maksudnya adalah himpunan konsumen yang memiliki minat, pendapatan, dan akses pada suatu produk atau jasa tertentu. Dalam pasar ini konsumen melakukan transaksi, hal ini disebabkan konsumen yang memiliki minat, pendapatan dan akses pada suatu produk atau jasa tertentu. Dalam pasar ini konsumen melakukan transaksi, hal ini disebabkan konsumen didukung dengan minat atau keinginan untuk membeli serta memiliki pendapatan atau akses. Jika masih merupakan keinginan dan suatu saat apabila telah memiliki pendapatan dan ada akses mereka akan membeli, kelompok ini merupakan pasar potensial.

Menurut Kotler dan Keller (2018 : 5) pengertian pemasaran ialah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan *social*. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memnuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.

Sedangkan menurut Adnyana (2020 : 32) Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. 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 15 maupun jasa kepada konsumen di pasar. Salah satu unsur dalam strategi pemasaran adalah bauran pemasaran yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan yang berkaitan dengan penentuan, bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada satu segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran pasarannya. Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel mana dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasaran. Variabel atau kegiatan tersebut perlu dikombinasikan dan dikoordinasikan oleh perusahaan seefektif mungkin dalam melakukan kegiatan pemasarannya. *Marketing Mix* yang dijalankan harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi perusahaan. Dalam hal ini, *Marketing Mix* harus ditunjukkan agar dapat membantu konsumen untuk menetapkan buying decision. *Marketing Mix* itu sendiri terdiri dari empat unsur atau variabel yang disebut sebagai Four P's, yaitu produk (*product*), harga (*price*), saluran distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Pada beberapa sumber, ada pula yang menambahkan satu unsur P lainnya, yaitu *People* ke dalam bagian dari *Marketing Mix* tersebut.

1. Produk (*Product*)

Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Unsur-unsur di dalamnya antara lain jenis-jenis produk, kualitas, desain, features, brand name, kemasan, ukuran, pelayanan dan garansi. Dalam pemasaran, produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen tidak hanya mengacu pada bentuk fisik produk, melainkan satu paket kepuasan yang didapat dari pembelian produk. Kepuasan tersebut merupakan akumulasi kepuasan fisik, psikis, simbolis, dan pelayanan yang diberikan oleh produsen.

2. Harga (*Price*)

Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Unsur-unsur didalamnya antara lain mencakup daftar harga, potongan, bonus, jangka waktu pembayaran, aturan kredit. Setiap perusahaan selalu mengejar keuntungan guna kesinambungan produksi. Keuntungan yang diperoleh ditentukan pada penetapan harga yang ditawarkan. Harga suatu produk atau jasa ditentukan pula dari besarnya pengorbanan yang dilakukan untuk menghasilkan jasa tersebut dan laba atau keuntungan yang diharapkan. Oleh karena itu, penentuan harga produk dari suatu perusahaan merupakan masalah yang cukup penting, karena dapat mempengaruhi hidup matinya serta laba dari perusahaan.

3. Saluran Distribusi (*Place*)

Penentuan lokasi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada. Dengan demikian sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh konsumennya. Unsur-unsur di dalamnya antara lain: saluran distribusi, cakupan, lokasi, pergudangan dan transportasi. Setelah perusahaan berhasil menciptakan barang atau jasa yang dibutuhkan dan menetapkan harga yang layak, tahap berikutnya menentukan metode penyampaian produk/jasa kepasar melalui rute-rute yang efektif hingga tiba pada tempat yang tepat, dengan harapan produk/jasa tersebut berada ditengah-tengah kebutuhan dan keinginan konsumen yang haus akan produk/jasa tersebut.

4. Promosi (*Promotion*)

Menurut Putri (2017 : 117-118) strategi promosi adalah program kolaboratif yang menggabungkan periklanan (*advertising*), penjualan individu (*individual sales*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas dan publicrelation (*advertising and publisitas*), dan pemasaran langsung (*direct merketing*) untuk membuat keputusan pembelian.

2.2.2. Aspek Teknis / Operasi

Menurut Hamali (2016 : 211) Aspek teknis dan manajemen operasi merupakan lanjutan dari aspek pemasaran. Kegiatan ini timbul apabila sebuah gagasan usaha yang direncanakan telah menunjukkan peluang yang cukup cerah dilihat dari segi pemasaran. Aspek produksi yang perlu dibahas dalam aspek teknis produksi, antara lain masalah lokasi, luas produksi, peralatan yang digunakan, serta lingkungan yang berhubungan dengan proses produksi.

Tujuan secara umum yang hendak dicapai dalam penilaian aspek teknis/operasi, yaitu:

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

2.2.3. Aspek Hukum

Menurut Kasmir dan Jakfar (2017 : 24). Untuk memulai studi kelayakan suatu usaha pada umumnya dimulai dari aspek hukum, walaupun banyak pula yang melakukannya dari aspek lain. Mengenai aspek mana yang harus dimulai tergantung dari kesiapan data dan kesiapan dari para penilai. Tujuan dari aspek hukum adalah untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan, dan keaslian dari dokumen-dokumen yang dimiliki. Penelitian keabsahan dokumen dapat dilakukan sesuai dengan lembaga yang mengeluarkan dan yang mengesahkan dokumen yang bersangkutan. Penelitian ini sangat penting mengingat sebelum usaha tersebut dijalankan, maka segala prosedur yang berkaitan dengan izin-izin atau berbagai persyaratan harus terlebih dahulu sudah terpenuhi. Bagi badan usaha yang akan dijalankan juga perlu dipersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan aspek hukum seperti badan hukum perusahaan yang dipilih seperti apakah Perseroan Terbatas (PT), firma, koperasi, atau yayasan.

2.2.4. Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia

Hasibuan (2017 : 10&14) Manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat.

1. Fungsi manajemen sumber daya manusia Fungsi manajemen sumber daya manusia meliputi :
 - a. Perencanaan
Perencanaan (*human resources planning*) adalah merencanakan tenaga kerja secara efektif serta efisien agar sesuai dengan kebutuhan perusahaan dalam membantu terwujudnya tujuan. Perencanaan dilakukan dengan menetapkan program kepegawaian.
 - b. Pengorganisasian
Pengorganisasian adalah kegiatan untuk mengorganisasi semua karyawan dengan menetapkan pembagian kerja, hubungan kerja, delegasi wewenang integrasi, dan koordinasi dalam bagan organisasi (*organization chart*). Organisasi hanya merupakan alat untuk mencapai tujuan. Dengan organisasi yang baik membantu terwujudnya tujuan secara efektif.

- c. **Pengarahan**
Pengarahan (*directing*) adalah kegiatan mengarahkan semua karyawan, agar mau bekerja sama dan bekerja efektif serta efisien dalam membantu tercapainya tujuan perusahaan, karyawan, dan asyarakat. Pengarahan dilakukan pimpinan dengan menugaskan bawahan agar mengerjakan semua tugasnya dengan baik.
- d. **Pengendalian**
Pengendalian (*controlling*) adalah kegiatan mengendalikan semua karyawan, agar mentaati peraturan-peraturan perusahaan dan bekerja sesuai dengan rencana apabila terdapat penyimpangan atau kesalahan, diadakan tindakan perbaikan dan penyempurnaan rencana. Pengendalian karyawan meliputi kehadiran, kedisiplinan, perilaku, kerja sama, pelaksanaan pekerjaan, dan menjaga situasi lingkungan pekerjaan.
- e. **Pengadaan**
Pengadaan (*procurement*) adalah proses penarikan, seleksi, penempatan, orientasi, dan induksi untuk mendapatkan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Pengadaan yang baik akan membantu terwujudnya tujuan.
- f. **Pengembangan**
Pengembangan (*development*) adalah proses peningkatan keterampilan teknis, teoretis, konseptual, dan moral karyawan melalui pendidikan dan pelatihan. Pendidikan dan pelatihan yang diberikan harus sesuai dengan kebutuhan pekerjaan masa kini maupun masa depan.
- g. **Kompensasi**
Kompensasi (*compensation*) adalah pemberian balas jasa langsung (*direct*) dan tidak langsung (*indirect*), uang atau barang kepada karyawan sebagai imbalan jasa yang diberikan kepada perusahaan. Prinsip kompensasi adalah adil dan layak. Adil diartikan sesuai dengan prestasi kerjanya, layak diartikan dapat memenuhi kebutuhan primernya serta berpedoman pada batas upah minimum pemerintah dan berdasarkan internal dan eksternal konsistensi.

- h. **Pengintegrasian**
Pengintegrasian (*integration*) adalah kegiatan untuk mempersatukan kepentingan perusahaan dan kebutuhan karyawan, agar tercipta kerja sama yang serasi dan saling menguntungkan. Perusahaan memperoleh laba, karyawan dapat memenuhi kebutuhan dari hasil pekerjaannya. Pengintegrasian merupakan hal yang penting dan sulit dalam manajemen sumber daya manusia, karena mempersatukan dua kepentingan yang bertolak belakang.
- i. **Pemeliharaan**
Pemeliharaan (*maintenance*) adalah kegiatan untuk memelihara atau meningkatkan kondisi fisik, mental, dan loyalitas karyawan, agar mereka tetap mau bekerja sama sampai pensiun. Pemeliharaan yang baik dilakukan dengan program kesejahteraan yang berdasarkan kebutuhan sebagian besar karyawan serta berpedoman kepada internal dan eksternal konsistensi.
- j. **Kedisiplinan**
Kedisiplinan merupakan fungsi manajemen sumber daya manusia yang terpenting dan kunci terwujudnya tujuan karena tanpa disiplin yang baik sulit terwujud tujuan yang maksimal. Kedisiplinan adalah keinginan dan kesadaran untuk mentaati peraturan-peraturan perusahaan dan norma-norma sosial.
- k. **Pemberhentian**
Pemberhentian (*separation*) adalah putusnya hubungan kerja seseorang dari suatu perusahaan. Pemberhentian ini disebabkan oleh keinginan karyawan, keinginan perusahaan, kontrak kerja berakhir, pensiun, dan sebab-sebab lainnya. Pelepasan ini diatur oleh Undang-undang No. 12 Tahun 1964

2.2.5. Aspek Financial

Aspek *Financial* / keuangan sendiri adalah aspek yang difungsikan dalam penilaian keuangan yang ada pada perusahaan secara menyeluruh. Maka dari itu aspek ini sangat penting dan butuh ketelitian dalam menguji kelayakannya dalam bisnis. Untuk

menentukan layak tidaknya ada alat ukur penentuan kelayakan suatu bisnis investasi melalui pendekatan sebagai berikut:

1. *Payback Period* (PP). Metode yang digunakan dalam penilaian pada saat pengembalian investasi pada proyek atau suatu usaha.
2. *Net Present Value* (NPV). Penentuan penilaian dengan perbandingan antara PV Investasi dan PV kas bersih yang berjalan selama umur investasi.
3. *Internal Rate of Return* (IRR). Digunakan untuk mengukur seberapa besar tingkat pengembalian hasil intern.
4. *Profitability Index* (PI). Memiliki arti rasio aktivitas dari penjumlahan antara nilai yang didapatkan saat ini dari penerimaan bersih dan jumlah nilai yang dikeluarkan selama jangka waktu investasi.

2.3. Bisnis di Era Teknologi Digital

2.3.1. Konsep Dasar

Online marketing merupakan aktivitas praktik yang memanfaatkan saluran – saluran pemasaran berbasis web yang berguna dalam memperkenalkan secara luas tentang merek (*brand*), produk dan juga layanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan maupun calon pelanggan yang potensial.

2.3.2. E-Commerce

Menurut Triton (2006:16) mengatakan, “*e-commerce* adalah perdagangan elektronik dimana bentuk transaksi perdagangan baik membeli maupun menjual dilakukan melalui elektronik pada jaringan internet”.

2.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan studi kelayakan bisnis telah banyak dilakukan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan studi kelayakan bisnis :

Chaidir (2022) dengan judul “Studi Kelayakan Bisnis Kue Dongkal Juragan” data yang digunakan ini adalah data primer dan sekunder. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan aspek nonfinansial seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis atau produksi dan aspek hukum sudah layak. Aspek finansial

pada usaha kue dongkal juragan menunjukkan bahwa *payback period* selamat 1 tahun, NPV sebesar Rp. 30.738.472. IRR sebesar 74% dan *profitability index* 1,71 hasil analisis kelayakan ini menunjukkan bahwa kue dongkal juragan layak untuk dijalankan.

Afif (2019) dengan judul “Studi Kelayakan Bisnis Pengembangan Usaha Toko Peralatan Memanah Browbrother Indonesia di wilayah kota bogor” data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan data sekunder. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan aspek nonfinancial seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek manajemen dan sumber daya manusia dan aspek teknis. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan berdasarkan kriteria investasi. Aspek financial pada usaha bowbrother menunjukkan bahwa *payback period* selama 6 bulan, NVP Sebesar Rp. 131.346.268. IRR sebesar 29,9% dan *profitability index* 1,525%. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa usaha bowbrother di kota bogor layak berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, aspek lingkungan dan aspek finansial.

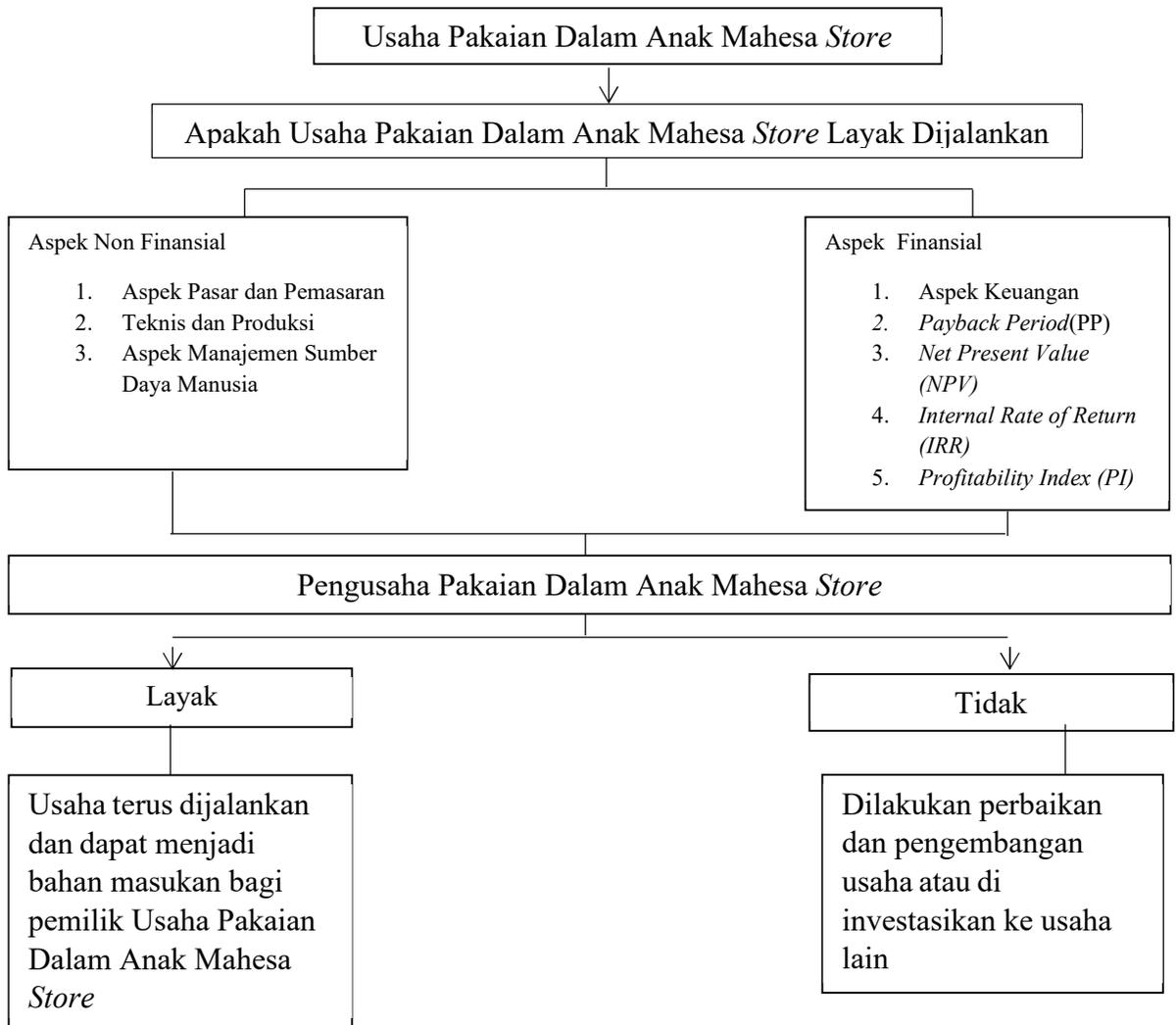
Suryadinata (2018) juga melakukan penelitian studi kelayakan bisnis dalam mengembangkan usaha sugar gilder di wilayah bogor. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan aspek nonfinancial seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, dan aspek lingkungan. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan berdasarkan kriteria investasi. Aspek finansial pada usaha luv gilder menunjukkan bahwa *payback period* selama 2 tahun 2 bulan 7 hari, NPV sebesar Rp. 16.7121.606. IRR sebesar 27,20% dan *profitability index* 1,35%. Hasil analisis kelayakan ini menunjukkan bahwa usaha budidaya sugar glider di kota bogor layak berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek huku, aspek teknis, aspek lingkungan dan aspek finansial

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

PENELITI	JUDUL	HASIL
Suharma Chaidir (2022)	Studi Kelayakan Bisnis Kue Dongkal Juragan	NPV Sebesar Rp. Rp. 30.738.472. IRR sebesar 74% dan PI 1,71 selama 1 tahun
Ahmad Afif (2019)	Studi Kelayakan Bisnis Pengembangan Toko Peralatan Memanah Bowbrother Indonesia di Wilayah Kota Bogor	NPV sebesar Rp. 131.346.268, IRR sebesar 29,9% dan PI sebesar 1,525 selama 6 bulan
Suryadinata (2018)	Studi Kelayakan Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Membudidayakan Sugar Glider di Wilayah Bogor	NPV sebesar Rp. 4.089.123, IRR sebesar 25,27 dan PI sebesar 1,36% selama 2 tahun 3 bulan 6 hari

2.5. Kerangka Pemikiran

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



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran