

BAB II

TINAJUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Studi Kelayakan Bisnis menurut Kasmir Jakfar (2020:07) 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 sengan 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 disini diartikan juga akan memberikan keuntungan tidak hanya bagi perusahaann yang menjalankannya, tetapi juga bagi investor, kreditur, pemerintah, dan masyarakat luas.

Selanjutnya Kasmir dan Jakfar juga menjelaskan tentang bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan yang dimaksud dalam perusahaan bisnis adalah keuntungan finansial. Namun dalam praktiknya perusahaan non profit pun perlu dilakkan studi kelayakan bisnis karena kentungan yang diperoleh tidak hanya dalam bentuk finansial akan tetapi, juga

nonfonansial. Jadi, dengan dilakukannya studi kelayakan bisnis akan dapat memberikan gambaran apakah usaha atau bisnis yang diteliti layak atau tidak untuk dijalankan.

2.1.2 Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Ada lima tujuan mengapa sebelum suatu usaha atau bisnis yang dijalankan perlu studi kelayakan bisnis menurut Kasmir dan Jakfar 2020:13

1. Menghindari Risiko Kerugian

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

2. Memudahkan Perencanaan

Jika kita 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 berapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha atau proyek akan dijalankan, dimana lokasi 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 perencanaan usaha, mulai dari usaha dijalankan sampai sampai waktu tertentu.

3. Mamudahkan 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 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

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

2.1.3 Lembaga-Lembaga Yang Memerlukan Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:14), 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.

Adapun pihak-pihak yang berkepentingan terhadap hasil studi kelayakan tersebut antara lain:

1. 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.

2. 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.

3. 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.

4. 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.

2.1.4 Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Untuk melakukan studi kelayakan bisnis terlebih dahulu harus memperhatikan beberapa aspek sebagai berikut:

2.1 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. Bagi penilai studi kelayakan bisnis, dokumen yang perlu diteliti keabsahan, kesempurnaan, dan keasliannya meliputi badan hukum, izin-izin yang dimiliki, sertifikat tanah atau dokumen lainnya yang mendukung kegiatan usaha tersebut. Kegagalan dalam penelitian aspek ini akan berakibat tidak sempurnanya hasil penelitian, dengan kata lain apabila ada dokumen yang tidak sah atau tidak sempurna pasti akan menimbulkan masalah dikemudian hari.

Seperti yang telah kita ketahui bahwa banyak usaha yang telah berjalan pada akhirnya di kemudian hari menimbulkan masalah. Masalah-masalah yang timbul kadang-kadang sangat buruk, sehingga usaha yang semula kita nyatakan layak untuk semua aspek, ternyata menjadi sebaliknya. Hal ini sebabkan karena kurang teliti dalam penilaian di bidang hukum sebelum usaha tersebut dijalankan. Sebagai contoh, jika badan hukum yang ternyata fiktif, artinya tidak sah secara hukum, sehingga tidak layak disebut

sebagai perusahaan yang berbadan hukum. Atau pula dapat terjadi izin-izin yang dimiliki ternyata palsu. Kemudian peliknya masalah tanah, di mana sering terjadi pemalsuan surat-surat, sehingga menimbulkan sengketa yang berkepanjangan. Pada akhirnya akibat kurang teliti dalam penelitian dokumen akan sangat merugikan pihak perusahaan itu sendiri.

Oleh karena itu, hendaknya dalam melakukan analisis aspek hukum ini dilakukan secara teliti dan cermat dengan mencari sumber-sumber informasi yang jelas sampai ke tangan yang memang berkompeten untuk mengeluarkan surat-surat yang hendak kita teliti. Demikian juga bagi mereka yang hendak menyiapkan suatu proyek atau usaha maka perlu dilakukan berbagai persiapan yang berkaitan dengan aspek hukum ini

2.2 Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan suatu aspek yang berkenaan dengan proses Pembangunan proyek bisnis secara teknis dan pengoperasiannya setelah proyek bisnis tersebut selesai dibangun Husnan dan Muhammad (2020 : 86)

Kajian aspek teknis mencakup analisis kesiapan perusahaan dalam menjalankan usahanya dengan menilai ketepatan lokasi, luas produksi dan *layout* serta kesiagaan mesin-mesin yang digunakan (Purwana dan Hidayat 2016:50)

a. Penentuan lokasi usaha

Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya.

Secara umum pertimbangan dalam menentukan letak suatu lokasi adalah sebagai berikut:

1. Jenis usaha.
2. Kekuatan pasar atau konsumen.
3. Kedekatan bahan baku.
4. Ketersediaan sarana dan prasarana (transportasi, listrik, dan air)

b. Tata letak (*layout*)

Layout adalah proses penentuan bentuk dan penempatan fasilitas yang dapat menentukan efisiensi produksi/operasi. *Layout* dirancang berkenaan dengan produk, proses, sumber daya manusia, dan lokasi sehingga dapat tercapai efisiensi operasi.

Layout ini memberikan berbagai keuntungan antara lain:

1. Keleluasaan ruang gerak untuk beraktivitas dan pemeliharaan
2. Efisiensi pemakaian ruangan
3. Mengurangi biaya produksi maupun investasi
4. Aliran material menjadi lancar
5. Memberikan kenyamanan, Kesehatan, dan keselamatan kerja.

2.3. Aspek Pasar dan Pemasaran

Pemasaran Pasar dan pemasaran merupakan aspek dasar yang diteliti dalam studi kelayakan. Analisis yang dilakukan pada aspek ini akan menjawab pertanyaan apakah produk yang dihasilkan memiliki peluang pasar atau tidak. Menurut Kasmir & Jakfar (2020:43) Pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling memengaruhi satu sama lainnya. Dengan kata lain, setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar

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

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

Adapun jenis struktur pasar yang dapat dikelompokkan kedalam :

- a) Pasar persaingan sempurna

adalah suatu pasar di mana terdapat sejumlah besar penjual dan pembeli, sehingga Tindakan penjual secara individu tidak dapat memengaruhi harga barang di pasar.

Produk yang dihasilkan produsen relative sama (homogen), sehingga satu produsen

merupakan pelengkap sempurna bagi hasil produksi produsen lain. Dalam pasar ini perusahaan bebas keluar masuk industri, artinya tidak ada hambatan apapun yang membatasi untuk masuk dan keluar. Dalam pasar ini setiap produsen adalah pengambil harga (price taker). Keuntungan diperoleh dalam jenis pasar ini dalam jangka panjang pada umumnya keuntungan normal saja. Keuntungan supernormal hanya diperoleh dalam jangka pendek. Karena kalau hal ini terjadi akan memancing perusahaan produsen lain masuk kedalam industri. Promosi tidak begitu diperlukan dan untuk mencari keuntungan perusahaan harus mampu menentukan berapa tingkat produksi yang akan dihasilkan.

b) Pasar pesaingan monopolistic

adalah suatu pasar dimana terdapatnya banyak penjual atau perusahaan yang memiliki ukuran – ukuran yang relatif sama besarnya. Produk yang dihasilkan berbeda corak, sehingga secara fisik mudah dibedakan antara produsen suatu perusahaan dan perusahaan lain. Masuk ke dalam industri ini relatif mudah. Perusahaan mempunyai sedikit kekuatan dalam menentukan dan memengaruhi tingkat harga, sehingga untuk memperoleh penjualan yang tinggi memerlukan promosi yang sangat besar.

c) Pasar oligopoli

adalah sebuah struktur pasar yang hanya terdapat sedikit penjual. Barang yang dihasilkan adalah barang standar (sebagai contoh semen, industri baja) dan barang berbeda corak (mobil). Hambatan untuk masuk ke industri sedikit sulit hal ini disebabkan modal yang diperlukan relatif besar. Peran iklan sangat dominan untuk meningkatkan penjualan. Dalam pasar oligopoly kekuatan menentukan harga sangat tergantung keadaan, ada kalanya kuat dan adakalanya lemah. Jika perusahaan melakukan kerja sama dengan perus

ahaan lain, maka kekuasaan dalam menentukan harga relatif kuat, sedangkan jika perusahaan tanpa melakukan kerja sama dengan perusahaan lain kekuatan menentukan harga relatif lemah jadi perusahaan dalam

pasar ini jarang bersaing mengenai harga, tetapi bersaing pada faktor lain seperti kualitas dan desain.

d) Pasar monopoli

adalah struktur pasar dimana hanya terdapat satu penjual saja. Barang yang dihasilkan tidak mempunyai barang pengganti yang mirip. Sulit sekali masuk ke dalam industry ini, karena berbagai hambatan seperti :

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

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

1. Product (Produk)

adalah suatu barang atau jasa atau gagasan yang dirancang dan ditawarkan perusahaan untuk kebutuhan konsumen.

2. Price (Harga) adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk mendapatkan produk.

3. Place (Tempat atau termasuk juga distribusi) adalah penempatan suatu produk agar tersedia bagi target konsumen, sejenis aktivitas yang berkaitan dengan bagaimana menyampaikan produk dari produsen ke konsumen.

4. Promotion (Promosi) adalah aktivitas mengonsumsi dan menyampaikan informasi mengenai produk kepada konsumen dan membujuk target konsumen untuk membeli produk.

2.4 Aspek Keuangan

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

penting diteliti kelayakannya. Secara keseluruhan penilaian dalam aspek keuangan meliputi hal – hal seperti :

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

2.2 Penelitian Terdahulu

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

Wulandari (2019) melakukan penelitian dengan judul “Studi Kelayakan Bisnis Kedai Surabi Duren Pasirkuda Bogor” peneliti menggunakan metode *payback period* (PP), *net present value* (NPV), *internal rate of return* (IRR), *profitability index* (PI). Dari hasil penelitian tersebut menghasilkan nilai NPV sebesar Rp. 9.234.151 yang lebih besar dari nol, nilai IRR sebesar 14,94%, nilai PI 1,18, dan PP selama 2 tahun 7 bulan 8 hari. Dari hasil penelitian tersebut maka Kedai Surabi Duren Pasirkuda Bogor layak dijalankan

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

berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, aspek lingkungan dan aspek finansial.

Muhamad Ramdan (2022) Studi Kelayakan Bisnis Tailor Di Ansa Atelier data yang digunakan premier dan sekunder. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan aspek anonfinansial seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek manajemen sumber daya manusia dan aspek teknis. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan bahwa payback period dalam waktu 2 tahun 7 bulan 9 hari. NPV sebesar Rp.8.493.587 IRR sebesar 10% dan Profitability Index 1,7 Hasil analisis kelayakan ini menunjukkan bahwa Bisnis tailor di ansa atelier bogor layak berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, dan aspek keuangan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

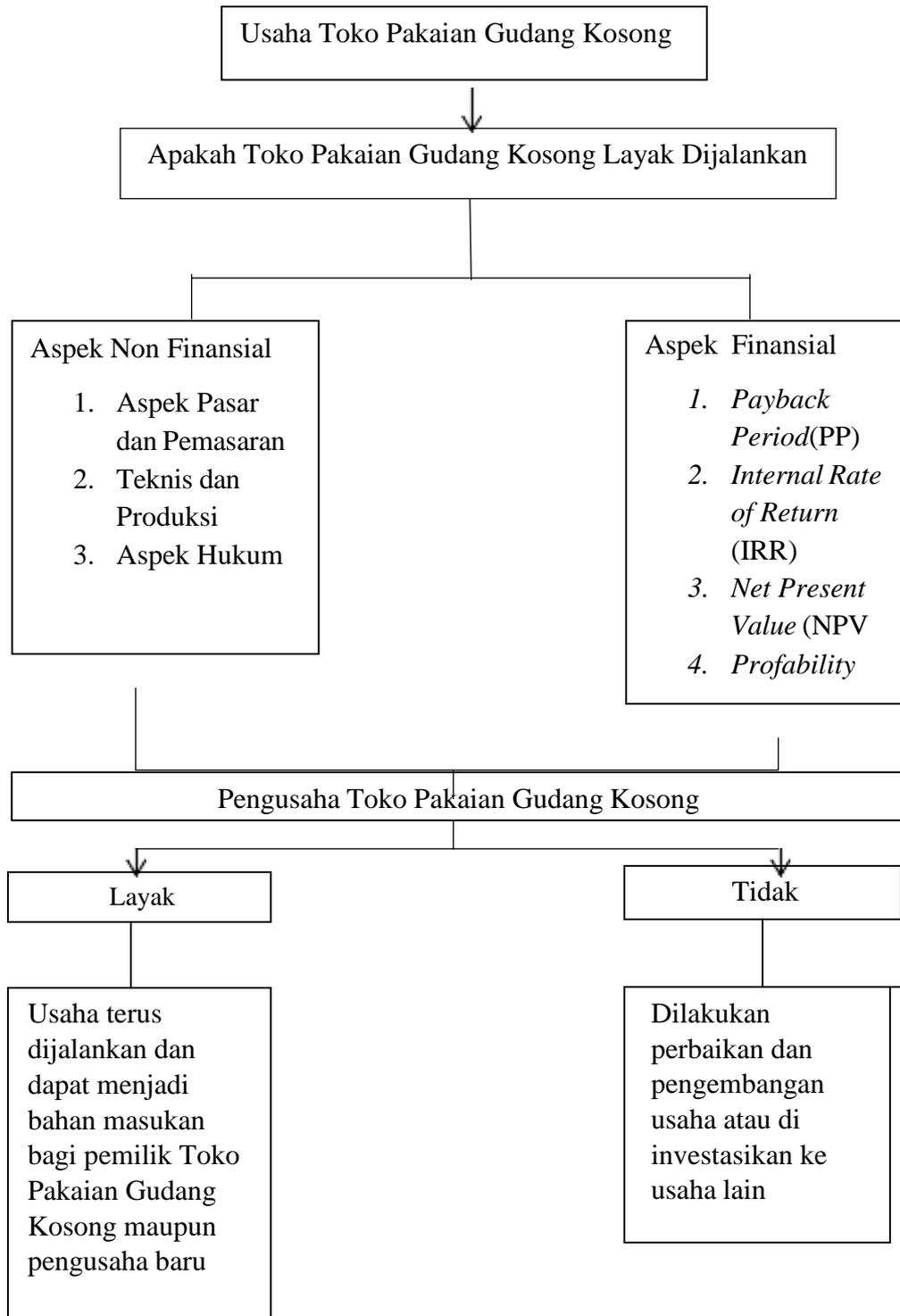
PENELITIAN	JUDUL	HASIL
Wulandari (2019)	Studi Kelayakan Bisnis Kedai Surabi Duren Pasirkuda Bogor	Dari hasil penelitian tersebut menghasilkan nilai NPV sebesar Rp. 9.234.151 yang lebih besar dari nol, nilai IRR sebesar 14,94%, nilai PI 1,18, dan PP selama 2 tahun 7 bulan 8 hari
AHMAD AFIF (2019)	Studi Kelayakan Bisnis Peralatan Memanag Bowbrother Indonesia di Wilayah Kota Bogor	Dari hasil penelitian tersebut menghasilkan NPV sebesar RP.131.346.268, IRR sebesar 29,9% dan PI sebesar 1,525 sebelum 6 bulan

MUHAMAD RAMDAN (2022)	Studi Kelayakan Bisnis Tailor Di Ansa Atelier	Dari hasil penelitian tersebut menghasilkan NPV sebesar Rp.8.493.587, IRR sebesar 10%, dan PI sebesar 1,7 dan PP 2 tahun 7 bulan 9 hari
--------------------------	--	---

Sumber Penelitian Terdahulu (2023)

2.3 Kerangka Pemikiran

Untuk mengetahui pengembangan usaha yang dijalankan Toko Pakaian Gudang Kosong, dilakukan analisis kelayakan dengan mengkaji aspek-aspek kelayakan usaha terdiri dari aspek nonfinansial dan aspek finansial. Gambar 2.1 adalah kerangka pemikiran pada penelitian ini.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran