

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Sebelumnya

Penelitian semacam ini sebelumnya telah dilakukan oleh Abidatul Afiyah, Muhammad Saifi, Dwiatmanto dari Universitas Brawijaya Malang pada tahun 2015; Wahyu Wedi Aningrum dari Universitas Mulawarman pada tahun 2015; dan Santi Nurjanah dari PT Dagang Jaya Jakarta pada tahun 2013. Berikut ini akan disajikan tabel persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu sesuai dengan penelitian ini:

Tabel 2.1
Persamaan dan perbedaan dengan penelitian saat ini

Keterangan	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3
Peneliti	Abidatul Afiyah, Muhammad Saifi, Dwiatmanto (2015) Universitas Brawijaya Malang	Wahyu Wedi Aningrum (2015) Universitas Mulawarman	Santi Nurjanah (2013) PT Dagang Jaya Jakarta
Judul	Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian <i>Home Industry</i> (Studi Kasus pada <i>Home Industry</i> Cokelat “Cozy” Kademangan Blitar)	Analisis Kelayakan Investasi Pembukaan Cabang Rumah Makan Soto Banjar Nyaman Banar di Kabupaten Kutai Kartanegara	Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis pada PT Dagang Jaya Jakarta
Fokus Penelitian	Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Teknis dan Produksi, Aspek Organisasi dan Manajemen, Aspek Finansial	Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Hukum, Aspek teknik dan Teknologi, Aspek Sumber Daya Manusia, Aspek Keuangan	Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia, Aspek teknis dan Operasional, Aspek AMDAL (Analisa Dampak Lingkungan)

			Hidup), Aspek Hukum, Aspek Ekonomi dan Sosial, Aspek Keuangan
Metode Penelitian	Aspek Non Finansial menggunakan metode deskriptif, Aspek Finansial menggunakan metode konvensional sesuai rumus	Aspek Non Finansial menggunakan metode deskriptif, Aspek Finansial menggunakan metode konvensional sesuai rumus	Aspek Non Finansial menggunakan metode deskriptif, Aspek Finansial menggunakan alat bantu Microsoft Office Exel 2007
Hasil Penelitian	Aspek pasar dan pemasaran dinyatakan layak dilihat dari peningkatan jumlah permintaan setiap tahun, ketersediaan bahan baku dan bahan pembantu yang memadai, dan strategi terkait bauran pemasaran yang cukup bagus. Aspek teknis dan produksi menunjukkan bahwa kondisi tempat serta peralatan produksi tetap bersih dan terjaga kualitasnya, serta memenuhi kapasitas produksi. Aspek organisasi dan manajemen menunjukkan bahwa pemilik usaha telah menjalankan fungsi-fungsi manajemen dengan	Aspek pasar dan pemasaran dinyatakan layak untuk dijalankan, memiliki potensi pasar yang baik dan bauran pemasaran yang telah terencana dengan baik. Aspek hukum dinyatakan layak untuk dijalankan, usaha Soto Banjar Nyaman Banjar dibebaskan dari kewajiban memperoleh Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Kutai Kartanegara nomor 17 tahun 2003. Aspek teknik dan teknologi dinyatakan layak untuk dijalankan, persiapan yang dimulai dari peralatan-peralatan	Aspek pasar dan pemasaran dinyatakan layak, menunjukkan penjualan produk setiap tahun mengalami peningkatan permintaan. Aspek manajemen dan sumber daya manusia dinyatakan layak berdasarkan jenis pekerjaan, deskripsi jabatan, dan struktur organisasi pada karyawan yang sudah sesuai dengan apa yang dibutuhkan perusahaan. Aspek teknis dan operasional dinyatakan layak, proses kerja dan distribusi barang dagang berjalan dengan baik. Aspek AMDAL dinyatakan layak

	<p>cukup baik, bentuk struktur organisasi garis atau lini menunjukkan pemilik usaha berupaya untuk menjalin hubungan yang baik dengan karyawan, dan membina solidaritas yang tinggi antar karyawan.</p> <p>Aspek finansial dengan menggunakan 100% modal sendiri dikatakan layak berdasarkan hasil perhitungan kelayakan investasi yang meliputi <i>Payback Period</i> (PP), <i>Net Present Value</i> (NPV), <i>Internal Rate of Return</i> (IRR), dan <i>Profitability Index</i> (PI), karena masing-masing perhitungan memenuhi kriteria investasi, dimana nilai PP atau jangka waktu pengembalian modal kurang dari umur investasi (5 tahun), nilai NPV yang positif atau lebih besar dari nol, nilai IRR yang lebih besar dari tingkat suku bunga deposito (7,75%), dan nilai PI yang</p>	<p>yang digunakan, bahan baku dan proses produksi yang dioperasikan dengan baik.</p> <p>Aspek sumber daya manusia dinyatakan layak dijalankan, memiliki kesiapan tenaga kerja dalam menjalankan usaha.</p> <p>Aspek keuangan dinyatakan layak, dengan melakukan perhitungan terhadap kriteria investasi yaitu <i>Net Present Value</i> (NPV) bernilai positif, <i>Internal Rate of Return</i> (IRR) lebih besar dari bunga deposito bila diinvestasikan di bank, <i>Payback Period</i> mampu menghasilkan pendapatan untuk menutupi seluruh biaya yang dikeluarkan dalam waktu 1 (satu) tahun 11 (sebelas) bulan, <i>Profitability Index</i> lebih besar dari pada satu.</p>	<p>dijalankan, produk perusahaan tidak merusak lingkungan hidup.</p> <p>Aspek hukum dinyatakan layak, seluruh persyaratan dan berkas-berkas perusahaan telah lengkap.</p> <p>Aspek ekonomi dinyatakan layak, perusahaan turut membantu memberi penghasilan kepada karyawan dan pekerja perusahaan.</p> <p>Aspek keuangan dinyatakan layak, dengan menambah jenis produk, sehingga laba terus mengalami peningkatan setiap tahunnya.</p>
--	---	--	---

	lebih besar dari satu.		
Persamaan	Fokus penelitian terdiri dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek sumber daya manusia, aspek keuangan. Metode penelitian pada aspek non finansial menggunakan metode deskriptif, aspek finansial (keuangan) menggunakan metode statistik (rumus)	Fokus penelitian terdiri dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek sumber daya manusia, aspek keuangan. Metode penelitian non finansial menggunakan metode deskriptif, aspek finansial menggunakan metode statistik sesuai rumus.	Fokus penelitian terdiri dari aspek pasar dan pemasaran, aspek sumber daya manusia, aspek teknis dan teknologi, aspek ekonomi dan sosial, aspek keuangan. Metode penelitian aspek non finansial menggunakan metode deskriptif, aspek finansial menggunakan metode statistik sesuai rumus.
Perbedaan	Fokus penelitian ditambah dengan aspek ekonomi dan sosial.	Fokus penelitian tidak menggunakan aspek hukum, melainkan ditambah dengan aspek ekonomi dan sosial.	Fokus penelitian tidak menggunakan aspek AMDAL dan aspek hukum.

2.2 Pengertian Bisnis

Umar (2001;3) bisnis merupakan seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka. Bisnis adalah semua kegiatan yang dilakukan suatu organisasi dalam rangka mendapatkan keuntungan dengan menawarkan barang atau jasa. Pengertian bisnis menurut Kasmir dan Jakfar (2015;6) adalah kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk memperoleh

keuntungan sesuai dengan tujuan dan target yang diinginkan dalam berbagai bidang, baik jumlah maupun waktunya. Keuntungan merupakan tujuan utama dalam dunia bisnis, terutama bagi pemilik bisnis baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Bentuk keuntungan yang diharapkan lebih banyak dalam bentuk finansial.

2.3 Pengertian Cafe

Soekresno (2007;16) *Informal Restaurant* adalah industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan profesional dengan lebih mengutamakan kecepatan pelayanan, kepraktisan dan percepatan frekuensi yang silih berganti, contohnya *cafe, coffe shop, canteen*. Cafe merupakan restoran yang mengutamakan penjual sandwich, cake, coffee dan tea. Pilihan makanannya terbatas dan tidak menjual minuman yang beralkohol (Marsum, 2010;8).

2.4 Studi Kelayakan Bisnis

Pengertian studi kelayakan menurut Jumingan (2009;25) merupakan penilaian yang menyeluruh untuk menilai keberhasilan suatu proyek dan studi kelayakan proyek, mempunyai tujuan menghindari keterlanjuran penanaman modal yang terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan. Studi kelayakan proyek atau bisnis merupakan suatu kegiatan mengevaluasi, menganalisis, dan menilai layak atau tidak suatu proyek bisnis dijalankan. Secara umum tujuan diadakan studi kelayakan khususnya bagi investor yaitu menghindari keterlanjuran investasi atau penanaman modal yang terlalu besar untuk suatu proyek atau kegiatan usaha yang ternyata tidak menguntungkan.

Umar (2001;245) Studi Kelayakan Bisnis (SKB) atau sering pula disebut studi kelayakan proyek adalah suatu penelitian tentang layak atau tidaknya rencana suatu proyek bisnis. Maksud layak atau tidak layak disini adalah perkiraan bahwa proyek akan dapat menghasilkan keuntungan yang memadai bila dioperasionalkan atau sebaliknya. Suliyanto (2010;3) menyatakan studi kelayakan bisnis merupakan penelitian yang bertujuan untuk memutuskan apakah sebuah ide bisnis layak untuk dilaksanakan atau tidak. Sebuah ide bisnis dinyatakan layak untuk dilaksanakan jika ide tersebut dapat mendatangkan manfaat yang lebih besar bagi semua pihak (*stake holder*) dibandingkan dampak negatif yang ditimbulkan.

Jumingan (2009;7), tujuan yang ingin dicapai dalam konsep studi kelayakan bisnis adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak investor, studi kelayakan bisnis ditujukan untuk melakukan penilaian dari kelayakan usaha atau proyek untuk menjadi masukan yang berguna karena sudah mengkaji berbagai aspek seperti aspek pasar, aspek teknis dan operasi, aspek organisasi dan manajemen, aspek lingkungan dan aspek financial secara komprehensif dan detail sehingga dapat dijadikan dasar bagi investor untuk membuat keputusan investasi yang lebih objektif.
2. Bagi analisis studi kelayakan, adalah suatu alat yang berguna, yang dapat dipakai sebagai penunjang kelancaran tugas-tugasnya dalam melakukan penilaian suatu usaha baru, pengembangan usaha baru, pengembangan usaha atau menilai kembali usaha yang sudah ada.

3. Bagi masyarakat, hasil studi kelayakan bisnis merupakan suatu peluang untuk meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian rakyat, baik yang terlibat langsung maupun yang muncul karena adanya nilai tambah sebagai akibat dari adanya usaha atau proyek tersebut.
4. Bagi pemerintah, dari sudut pandang mikro, hasil dari studi kelayakan ini bagi pemerintah terutama untuk tujuan pengembangan sumber daya manusia, berupa penyerapan tenaga kerja. Selain itu, adanya usaha baru atau berkembangnya usaha lama sebagai hasil dari studi kelayakan bisnis yang dilakukan oleh individu atau badan usaha tentunya akan menambah pemasukan pemerintah, baik dari pajak pertambahan nilai maupun dari pajak penghasilan (PPh) dan retribusi berupa biaya perizinan, biaya pendaftaran, biaya administrasi, dan lainnya yang layak diterima sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Secara makro pemerintah dapat berharap dari keberhasilan studi kelayakan bisnis ini adalah untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi daerah ataupun nasional sehingga tercapai pertumbuhan dan kenaikan *income* perkapita.

Pembahasan tentang tujuan dan pihak yang berkepentingan dari hasil studi kelayakan ini, jelas menunjukkan bahwa studi kelayakan bisnis adalah suatu konsep yang penting terutama dalam wahana penumbuhan jiwa wirausaha masyarakat secara luas. Oleh karena itu, agar studi kelayakan bisnis ini dapat mencapai sasaran dari berbagai pihak, tentu saja harus memenuhi beberapa persyaratan berikut:

1. Studi harus dilakukan dengan teliti dan penuh kehati-hatian.

2. Studi harus dilakukan dengan dukungan data yang lengkap.
3. Studi harus dilakukan dengan kejujuran dan ketulusan hati.
4. Studi harus dilakukan dengan objektif.
5. Studi harus dilakukan dengan adil, tidak memihak kepentingan tertentu.
6. Studi harus dapat diuji ulang jika diperlukan untuk menguji kebenaran hasil studi.

Penentuan layak atau tidaknya suatu usaha dapat dilihat dari berbagai aspek. Setiap aspek untuk dapat dikatakan layak harus memiliki suatu standar nilai tertentu, namun keputusan penilaian tak hanya dilakukan pada salah satu aspek saja. Penilaian untuk menentukan kelayakan harus didasarkan kepada seluruh aspek yang akan dinilai nantinya. Aspek-aspek yang dinilai dalam studi kelayakan bisnis meliputi aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek sumber daya manusia, aspek ekonomi dan sosial, dan aspek keuangan.

2.4.1 Aspek Pasar dan Pemasaran

Suliyanto (2010;82) aspek pasar dan pemasaran menganalisis potensi pasar dan strategi yang digunakan agar produk yang dihasilkan dapat sampai ke konsumen. Suatu ide bisnis dinyatakan layak berdasarkan aspek pasar dan pemasaran jika ide bisnis tersebut dapat menghasilkan produk yang dapat diterima pasar dengan tingkat penjualan yang menguntungkan. Menurut Kasmir dan Jakfar (2015;65) aspek pasar dan pemasaran meneliti seberapa besar pasar yang akan dimasuki dan seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menguasai pasar serta bagaimana strategi yang akan dijalankan nantinya.

Pengertian pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan transaksi jual beli produk baik barang maupun jasa. Pasar juga dapat diartikan pula sebagai suatu mekanisme yang terjadi antara pembeli dan penjual atau tempat pertemuan antara kekuatan permintaan dan penawaran.

Permintaan adalah jumlah barang dan jasa yang diminta konsumen pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu. Secara umum, faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang atau jasa adalah:

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Harga barang lain yang memiliki hubungan (barang pengganti atau barang pelengkap)
- c. Pendapatan
- d. Selera
- e. Jumlah penduduk
- f. Faktor khusus (akses).

Penawaran adalah jumlah barang atau jasa yang ditawarkan produsen pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu. Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran suatu barang atau jasa adalah:

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Harga barang lain yang memiliki hubungan (barang pengganti atau barang pelengkap)

- c. Teknologi
- d. Harga input (ongkos produksi)
- e. Tujuan perusahaan
- f. Faktor khusus (akses).

Jumlah permintaan dan penawaran serta jenis barang yang ada di pasar saat ini dapat dijadikan dasar untuk mengetahui struktur pasar atas produk atau jasa tersebut. Pada saat menanamkan investasi untuk menghasilkan suatu produk atau jasa, maka pengenalan struktur pasar yang ada mutlak diperlukan sebelum produk atau jasa tersebut diluncurkan, agar strategi dan kebijakan tentang pemasaran yang diambil benar-benar tepat sasaran.

Pengertian pemasaran menurut Kotler dalam Kasmir dan Jakfar (2015;47) adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Pemasaran dapat pula diartikan sebagai upaya untuk menciptakan dan menjual produk kepada berbagai pihak dengan maksud tertentu. Pemasaran berusaha menciptakan dan mempertukarkan produk baik barang maupun jasa kepada konsumen di pasar. Penciptaan produk tentu saja didasarkan kepada kebutuhan dan keinginan pasar. Kegiatan pemasaran disebut strategi bauran pemasaran (*marketing mix strategy*) yang terdiri dari:

1. Strategi produk

Pihak perusahaan terlebih dahulu harus mendefinisikan, memilih, dan mendesain suatu produk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan

konsumen yang akan dilayaninya, agar investasi yang ditanam dapat berhasil dengan baik. Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pengertian produk menurut Kotler dalam Kasmir dan Jakfar (2015;52) adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

2. Strategi harga

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar.

3. Strategi lokasi dan distribusi

Penentuan lokasi dan distribusi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang atau jasa. Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh konsumennya. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi adalah dengan pertimbangan sebagai berikut:

- a. Dekat dengan kawasan industri
- b. Dekat dengan lokasi perkantoran

- c. Dekat dengan lokasi pasar
- d. Dekat dengan pusat pemerintahan
- e. Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat
- f. Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi
- g. Sarana dan prasarana (jalan, pelabuhan, listrik, dan lain-lain).

Suatu saluran distribusi adalah suatu jaringan dari organisasi dan fungsi-fungsi yang menghubungkan produsen kepada konsumen akhir. Dasar penentuan saluran distribusi untuk produk konsumen dan saluran distribusi untuk produk industri, yaitu:

- 1) Dasar saluran distribusi untuk produk konsumen terdiri dari:
 - a) Produsen ---- konsumen
 - b) Produsen ---- pengecer ---- konsumen
 - c) Produsen ---- grosir ---- pengecer ---- konsumen
 - d) Produsen ---- agen ---- grosir ---- pengecer ---- konsumen
- 2) Dasar saluran distribusi untuk produk industri terdiri dari:
 - a) Produsen ---- pemakai barang industri
 - b) Produsen ---- dealer ---- pemakai barang industri
 - c) Produsen ---- agen ---- pemakai barang industri

4. Strategi promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan sebelumnya yaitu produk, harga, dan lokasi/distribusi. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk atau jasa

yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Terdapat empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya, yaitu:

- a. Periklanan (*advertising*);
- b. Promosi penjualan (*sales promotion*);
- c. Publisitas (*publicity*); dan
- d. Penjualan pribadi (*personal selling*).

2.4.2 Aspek Teknis dan Teknologi

Aspek teknis merupakan suatu aspek yang berkaitan dengan proses pembangunan fisik usaha secara teknis dan pengoperasiannya setelah bangunan fisik selesai dibangun (Kamaluddin, 2004;27). Suliyanto (2010;133) hal yang perlu dianalisis pada aspek teknis dan teknologi adalah (1) pemilihan lokasi pabrik karena lokasi pabrik yang strategis merupakan salah satu sumber keunggulan bersaing, (2) pemilihan mesin dan peralatan karena mesin dan peralatan yang digunakan sangat berpengaruh pada keberhasilan proses produksi, pemilihan teknologi karena teknologi yang tepat memungkinkan perusahaan menghasilkan produk dengan kualitas yang baik dalam waktu yang cepat dan biaya yang lebih murah (3) penentuan *layout* pabrik dan bangunan karena *layout* yang baik akan meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses produksi.

Suatu ide bisnis dinyatakan layak berdasarkan aspek teknis dan teknologi jika telah diperoleh lokasi yang layak, dapat mencapai luas produksi yang optimal, tersedia teknologi, dan dapat menyusun *layout* bisnis, baik pabrik maupun kantor secara optimal. Secara spesifik analisis aspek teknis dan teknologi meliputi:

1. Penentuan lokasi bisnis

Lokasi bisnis mempunyai pengaruh yang besar terhadap biaya operasional dan biaya investasi. Penentuan lokasi bisnis yang salah akan menimbulkan beban tak terbatas bagi perusahaan. Variabel-variabel dalam pemilihan lokasi bisnis adalah sebagai berikut:

- a. Ketersediaan bahan mentah

Perusahaan sangat membutuhkan bahan mentah dalam jumlah besar sebagai bahan utama. Oleh karena itu, ketersediaan bahan mentah merupakan variabel utama yang harus diperhatikan untuk menentukan lokasi bisnis. Jika lokasi bisnis jauh dari bahan mentah maka pengeluaran yang sangat besar akan diperlukan untuk transportasi bahan mentah ke lokasi bisnis.

- b. Ketersediaan sumber energi, air, dan sarana komunikasi

Hampir setiap bisnis memerlukan sumber energi untuk menggerakkan mesin maupun peralatan lainnya. Selain itu, ketersediaan fasilitas air dan sarana komunikasi juga sangat penting untuk menunjang proses produksi.

- c. Ketersediaan tenaga kerja

Perusahaan harus menganalisis ketersediaan *supply* tenaga kerja, baik tenaga kerja terampil maupun tenaga kerja kasar, karena hal ini sangat berpengaruh terhadap biaya produksi yang ditanggung perusahaan.

d. Ketersediaan fasilitas transportasi

Ketersediaan sarana transportasi tidak hanya penting untuk keperluan bahan mentah ke pabrik dan pengangkutan bahan jadi dari pabrik ke pasar, tetapi juga penting untuk pengangkutan tenaga kerja dari tempat tinggal ke lokasi bisnis. Ketersediaan sarana transportasi yang baik dapat mengatasi kelemahan daerah tersebut sebagai akibat lemahnya faktor-faktor pemilihan lokasi yang lain.

2. Pemilihan mesin peralatan dan teknologi

Pemilihan mesin, peralatan, dan teknologi merupakan hal yang penting. Hal ini karena kesalahan dalam pemilihan mesin, peralatan, dan teknologi yang digunakan akan menimbulkan kerugian jangka panjang. Berikut ini beberapa hal yang perlu dipertimbangkan pada pemilihan mesin dan peralatan:

a. Kesesuaian dengan teknologi

Mesin dan peralatan harus sesuai dengan teknologi yang berlaku sekarang. Jika teknologi yang digunakan tidak sesuai dengan kondisi lingkungan yang ada maka prosesnya akan ketinggalan sehingga akan kalah dengan para pesaing lainnya.

b. Harga perolehan

Harga perolehan mesin, peralatan, dan teknologi harus sesuai dengan besarnya biaya investasi yang dianggarkan agar tidak membebani keuangan perusahaan dalam jangka panjang.

c. Tersedianya pemasok

Ketersediaan pemasok harus dipertimbangkan sehingga pada saat kegiatan pembangunan dimulai tidak ada kendala dalam hal pengadaan.

d. Tersedianya suku cadang

Ketersediaan suku cadang harus dianalisis secara cermat agar proses pemeliharaan dan perbaikan karena suatu kerusakan pada mesin dan peralatan dapat dilakukan dengan mudah.

e. Kualitas

Kualitas mesin menentukan keawetan dan kualitas produk yang akan dihasilkan. Oleh karena itu, kualitas mesin dan peralatan perlu dipertimbangkan, disesuaikan dengan kemampuan keuangan yang ada.

f. Umur ekonomis

Taksiran umur ekonomis harus sesuai dengan keberadaan bisnis yang akan dihasilkan, jangan sampai umur ekonomis mesin terlalu pendek sehingga “habis” sebelum bisnis mencapai tingkat pengembalian investasi.

Teknologi yang paling maju belum tentu sesuai dengan kondisi perusahaan. Oleh karena itu, pemilihan teknologi harus mempertimbangkan manfaat ekonomi yang diharapkan.

3. Penentuan *layout* pabrik dan bangunan

Layout pabrik merupakan keseluruhan bentuk dan penempatan fasilitas-fasilitas yang diperlukan dalam proses produksi. Penentuan *layout* pabrik pada umumnya dilakukan ketika lokasi bisnis (pabrik) ditentukan dengan berbagai pertimbangan. *Layout* yang baik memiliki berbagai kriteria, yaitu 1) meminimalkan jarak angkut antarbagian, 2) aliran material yang baik, 3) efektif dalam penggunaan ruang, 4) luwes atau indah, 5) memberikan keselamatan atas barang-barang yang diangkut, 6) memungkinkan adanya perluasan bisnis, 7) meminimalkan biaya produksi, dan 8) memberikan jaminan keamanan yang cukup bagi keselamatan tenaga kerja. *Layout* pabrik maupun kantor harus didesain sebaik mungkin dengan mempertimbangkan efisiensi biaya, efektivitas ruangan, keselamatan kerja, dan keindahan.

Jumingan (2009;212) analisis teknis dan produksi bertujuan untuk memastikan bahwa ide/gagasan yang telah dipilih itu layak, dalam arti kata ada ketersediaan lokasi, alat, bahan dan teknologi (metode). Pemilihan lokasi dalam analisis aspek teknis dan produksi ini merupakan unsur pertama yang mendapat sorotan, karena itu adalah tempat dimana produksi itu akan berlangsung. Kesalahan dalam memilih lokasi banyak membawa implikasi negatif dari proses secara keseluruhan. Pemilihan lokasi yang kurang cermat juga dapat berdampak lain, seperti adanya kerawanan sosial, alam, dan pengaruh buruk dari lingkungan. Guna menghindar dari semua kemungkinan buruk itu maka pada saat pemilihan lokasi perlu diadakan studi yang cermat, dan harus dapat merinci semua kemungkinan, baik keunggulan maupun kelemahan dari alternatif lokasi yang akan dipilih.

2.4.3 Aspek Sumber Daya Manusia

Aspek sumber daya manusia menurut Kasmir dan Jakfar (2015;12) digunakan untuk meneliti kesiapan sumber daya manusia yang akan menjalankan usaha tersebut, kemudian mencari bentuk struktur organisasi yang sesuai dengan usaha yang akan dijalankan. Suliyanto (2010;158) aspek sumber daya manusia menekankan pada ketersediaan dan kesiapan tenaga kerja, baik jenis atau mutu maupun jumlah sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis. Kesalahan pada analisis kelayakan sumber daya manusia dapat menyebabkan bisnis tidak bisa dijalankan karena tidak dikelola oleh orang-orang kompeten sesuai dengan kebutuhan. Suatu ide bisnis dinyatakan layak berdasarkan aspek sumber daya manusia jika terdapat kesiapan tenaga kerja untuk menjalankan bisnis.

Aspek sumber daya manusia terdiri dari struktur organisasi, deskripsi jabatan, dan spesifikasi pekerjaan, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah susunan dan hubungan-hubungan antarkomponen bagian-bagian dan posisi-posisi dalam suatu organisasi. Struktur organisasi menggambarkan peran formal, prosedur, mekanisme pengawasan, kewenangan, dan proses pengumpulan kebijakan. Tujuan disusunnya struktur organisasi adalah agar pekerjaan dapat diselesaikan dengan lebih baik dibandingkan tanpa adanya pembagian tugas kerja. Pemilihan struktur organisasi harus disesuaikan dengan pembagian departemen atau bagian-bagian dalam suatu organisasi.

2. Deskripsi Jabatan

Deskripsi jabatan merupakan uraian tentang tugas, kewajiban suatu jabatan tertentu. Dengan adanya deskripsi jabatan, pembaca diharapkan mengetahui seluk-beluk pekerjaan, mulai dari fungsi pekerjaan, tugas, tanggung jawab dan wewenang, pengawasan yang diberikan dan diterima, hubungan dengan jabatan-jabatan lain, bahan dan alat yang akan digunakan, kondisi kerja, penjelasan istilah dalam pekerjaan, dan keterangan tambahan yang diperlukan.

Deskripsi jabatan semestinya memuat hal-hal sebagai berikut:

- a. Identifikasi jabatan
 - b. Ringkasan jabatan
 - c. Tugas yang harus dilaksanakan
 - d. Pengawasan yang diberikan dan diterima
 - e. Hubungan dengan jabatan-jabatan lain
 - f. Bahan-bahan, alat-alat, dan mesin yang digunakan
 - g. Kondisi kerja
 - h. Penjelasan istilah-istilah yang tidak lazim
 - i. Komentar tambahan untuk melengkapi penjelasan sebelumnya
- ## 3. Spesifikasi Pekerjaan

Spesifikasi pekerjaan adalah penentuan syarat-syarat minimum yang dapat diterima agar seseorang dapat menjalankan suatu pekerjaan dengan baik.

2.4.4 Aspek Ekonomi dan Sosial

Kasmir dan Jakfar (2015;200) setiap usaha yang dijalankan, tentunya akan memberikan dampak positif dan negatif. Dampak positif dan negatif ini akan dapat dirasakan oleh berbagai pihak, baik bagi pengusaha itu sendiri, pemerintah, ataupun masyarakat luas. Dalam aspek ekonomi dan sosial dampak positif yang diberikan dengan adanya investasi lebih ditekankan kepada masyarakat khususnya dan pemerintah umumnya.

Bagi masyarakat adanya investasi ditinjau dari aspek ekonomi adalah akan memberikan peluang untuk meningkatkan pendapatannya. Adapun bagi pemerintah dampak positif yang diperoleh adalah dari aspek ekonomi memberikan pemasukan berupa pendapatan baik bagi pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Lebih dari itu yang terpenting adalah ada yang mengelola dan mengatur sumber daya alam yang belum terjamah. Sebaliknya, dampak negatif pun tidak akan terlepas dari aspek ekonomi, misalnya eksplorasi sumber daya alam yang berlebihan, masuknya pekerja dari luar daerah sehingga mengurangi peluang bagi masyarakat sekitarnya.

Dampak positif dari aspek sosial bagi masyarakat secara umum adalah tersedianya sarana dan prasarana yang dibutuhkan, seperti pembangunan jalan, jembatan, listrik, dan sarana lainnya. Kemudian bagi pemerintah dampak negatif dari aspek sosial adanya perubahan demografi di suatu wilayah, perubahan budaya, dan kesehatan masyarakat. Dampak negatif dalam aspek sosial termasuk terjadinya perubahan gaya hidup, budaya, adat istiadat, dan struktur sosial lainnya.

Aspek ekonomi dan sosial yang perlu ditelaah apakah jika usaha atau proyek dijalankan akan memberikan manfaat secara ekonomi dan sosial kepada

berbagai pihak atau sebaliknya. Oleh karena itu, aspek ekonomi dan sosial ini perlu dipertimbangkan, karena dampak yang akan ditimbulkan nantinya sangat luas apabila salah dalam melakukan penilaian. Diharapkan dari aspek ekonomi dan sosial yang akan dijalankan, akan memberikan dampak yang positif lebih banyak. Artinya dengan berdirinya usaha atau proyek secara ekonomi dan sosial lebih banyak memberikan manfaat dibandingkan kerugiannya.

Ginting (2013;9) aspek ekonomi suatu bisnis dapat memberikan peluang peningkatan pendapatan masyarakat asli daerah. Aspek sosial adalah penambahan kesempatan kerja atau pengangguran. Kasmir dan Jakfar (2015;200) menyebutkan beberapa dampak yang akan mempengaruhi berbagai pihak tersebut, baik itu positif maupun negatif sebagai berikut: (1) bagi masyarakat dampak positif yang diperoleh dari sebuah bisnis ditinjau dari aspek ekonomi adalah peluang untuk meningkatkan pendapatan. Sedangkan bagi pemerintah dampak positif yang diperoleh adalah memberikan pemasukan berupa pendapatan. Selain itu dampak positif lainnya adalah pengaturan dan pengelolaan SDA (Sumber Daya Alam) yang belum terjamah. (2) Dampak negatif sebuah bisnis ditinjau dari aspek ekonomi adalah eksplorasi SDA (Sumber Daya Alam) yang berlebihan, masuknya pekerja dari luar daerah sehingga mengurangi peluang bagi masyarakat sekitarnya. (3) Dampak positif sebuah bisnis ditinjau dari aspek sosial masyarakat secara umum adalah tersedia sarana dan prasarana yang dibutuhkan seperti pembangunan jalan, jembatan, listrik, dan sarana lainnya. (4) Dampak negatif sebuah bisnis ditinjau dari aspek sosial pemerintah adalah perubahan demografi disuatu wilayah, perubahan budaya, dan kesehatan masyarakat. Suatu bisnis tidak

akan ditolak oleh masyarakat sekitar secara sosial dan secara ekonomi memberikan dampak kesejahteraan (Ginting, 2013;9).

2.4.5 Aspek Keuangan

Sofyan (2004;105) analisis finansial adalah kegiatan melakukan penilaian dan penentuan satuan rupiah terhadap aspek-aspek yang dianggap layak dari keputusan yang dibuat dalam tahapan analisis usaha. Pembahasan dalam aspek finansial ini yaitu sumber dan penggunaan dana, modal kerja, pendapatan, biaya usaha, serta aliran kas atau arus kas (*cash flow*).

1. *Payback Period* (PP)

Metode *Payback Period* merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu proyek atau usaha (Afiyah, 2015;4). *Payback Period* merupakan jangka waktu yang digunakan untuk mengukur berapa lama investasi suatu usaha akan kembali, dalam satuan waktu tahun atau bulan. Perhitungan PP menurut Kamaluddin (2004;71) dibagi menjadi dua, yang pertama untuk suatu proyek yang mempunyai pola *cash flow* sama dari tahun ke tahun dapat dilakukan dengan cara:

$$PP = \frac{\text{Total Investment}}{\text{Cash Flow per tahun}} \times 1 \text{ tahun}$$

Perhitungan PP untuk suatu proyek yang mempunyai pola *cash flow* yang tidak sama per tahun dapat dilakukan dengan cara menguraikan total investasi dengan *cash flow*-nya sampai diperoleh hasil total investasi sama dengan *cash flow* pada tahun tertentu. Adapun rumus perhitungannya sebagai berikut:

$$PP = t + \frac{b - c}{d - c}$$

Keterangan:

t = tahun terakhir dimana *cash inflow* belum menutupi nilai investasi

b = nilai investasi

c = kumulatif *cash inflow* pada tahun ke-t

d = jumlah kumulatif *cash inflow* pada tahun t + 1

2. *Net Present Value* (NPV)

Menurut Husnan dan Suwarsono (2008;209) *Net Present Value* adalah metode menghitung selisih antara nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih (operasional maupun terminal *cash flow*) dimasa yang akan datang. Rumus perhitungan NPV menurut Jumingan (2009;81) adalah:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{A_t}{(1+k)^t}$$

Keterangan:

A_t = aliran kas masuk pada periode t

k = *discount factor*

n = periode terakhir aliran kas yang diharapkan

usulan-usulan proyek akan dapat diterima apabila:

nilai NPV lebih dari nol (NPV>0) = proyek diterima

nilai NPV kurang dari nol (NPV<0) = proyek ditolak

nilai NPV sama dengan nol (NPV=0) = maka proyek dalam keadaan BEP

(*Break Even Point*)

3. *Profitability Index (PI)*

Metode *Profitability Index (PI)* atau sering disebut dengan *Desirability Index (DI)* merupakan metode yang menghitung perbandingan antara nilai sekarang penerimaan kas bersih di masa yang akan datang (*proceeds*) dengan nilai sekarang investasi (*outlays*) (Suliyanto, 2010; 205). Pengertian tersebut serupa dengan pernyataan *Profitability Index* menurut Kamaluddin (2004;72) yaitu metode yang menghitung perbandingan antara nilai sekarang penerimaan kas bersih di masa yang akan datang dengan nilai sekarang investasi. Perhitungan PI menurut Kasmir dan Jakfar (2015;108) adalah sebagai berikut:

$$PI = \frac{\sum PV \text{ Kas Bersih}}{\sum PV \text{ Investasi}} \times 100\%$$

Usulan proyek dapat diterima apabila:

nilai PI lebih besar dari satu ($PI > 1$) = diterima

nilai PI kurang dari satu ($PI < 1$) = ditolak

4. *Internal Rate of Return (IRR)*

Menurut Kuswadi (2007;41) IRR adalah tingkat penghasilan atau biasa disebut dengan *investment rate (yield rate)* yang menggambarkan tingkat keuntungan dari proyek atau investasi dalam persen (%) pada angka NPV sama dengan nol (0). IRR merupakan suatu tingkat *discount rate* yang menghasilkan NPV sama dengan nol. Menurut Kamaluddin (2004;72) rumus perhitungan IRR sebagai berikut:

$$A_0 = \sum_{t=0}^n \frac{A_t}{(1+r)^t}$$

Keterangan:

A_0 = aliran kas keluar (*initial investment*)

A_t = aliran kas masuk pada periode t

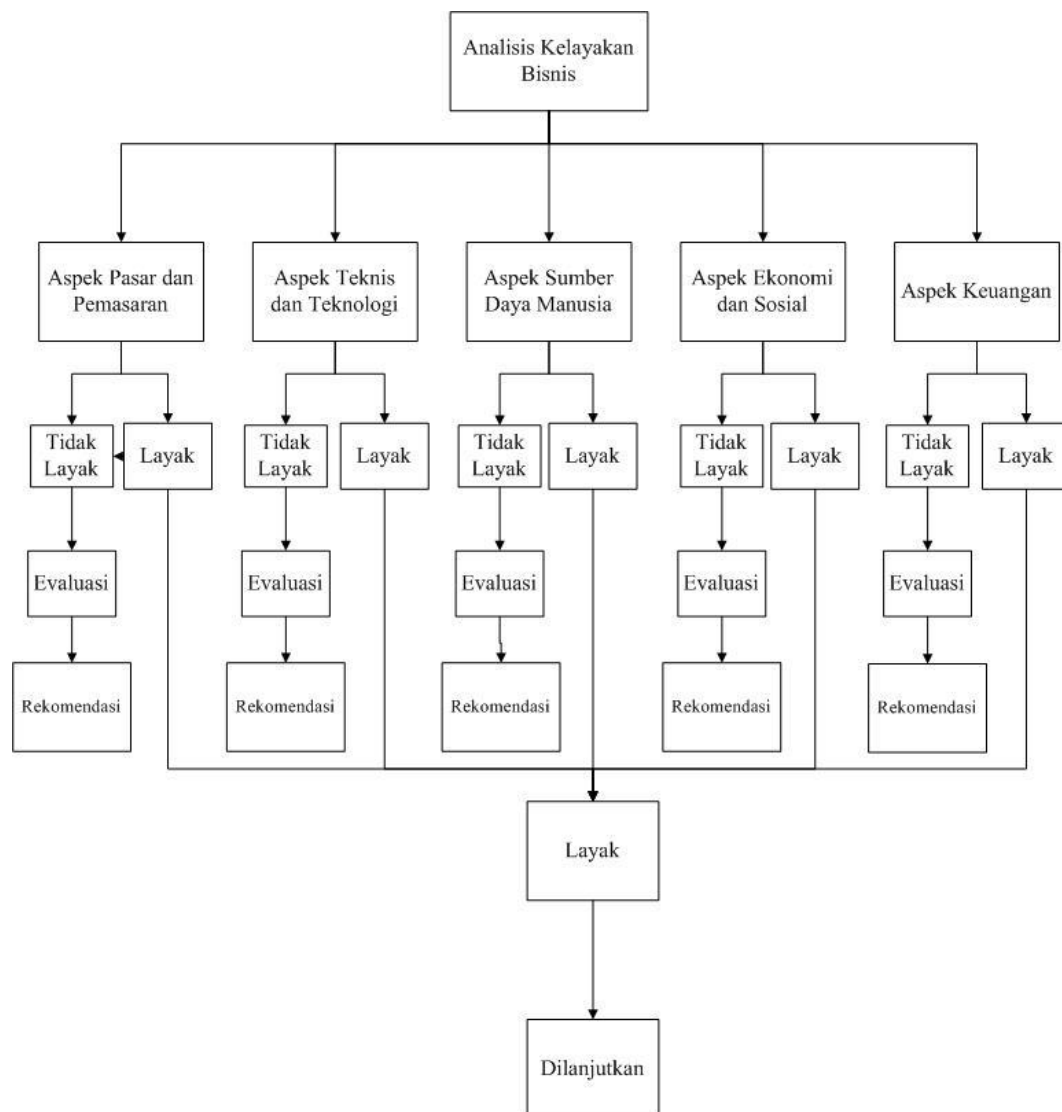
r = *discount rate* (tingkat bunga)

n = periode terakhir aliran kas yang diharapkan

Hasil perhitungan IRR apabila menunjukkan nilai IRR lebih besar dari *rate of return* yang ditentukan maka usulan proyek diterima, sebaliknya apabila nilai IRR lebih kecil dari pada *rate of return* yang ditentukan maka usulan proyek ditolak.

2.5 Kerangka Konseptual

Penelitian ini diarahkan untuk mengetahui analisis kelayakan suatu bisnis, sehingga dapat dinilai layak atau tidak layaknya suatu usaha untuk dilanjutkan.



Gambar 2.5
Kerangka Konseptual