

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Penanaman modal dalam suatu usaha atau proyek, baik untuk usaha baru maupun perluasan usaha yang sudah ada, biasanya disesuaikan dengan tujuan perusahaan dan bentuk badan usahanya. Salah satu tujuan perusahaan didirikan adalah mencari keuntungan (*profit*), dalam arti seluruh aktivitas perusahaan hanya ditujukan untuk mencari keuntungan semata.

Perusahaan yang didirikan untuk tujuan *total profit*, yang paling utama adalah perlu dipikirkan seberapa lama pengembalian dana yang ditanam di proyek tersebut agar segera kembali. Artinya sebelum perusahaan dijalankan, maka terlebih dahulu perlu dihitung apakah proyek atau usaha yang akan dijalankan benar-benar dapat mengembalikan uang yang telah diinvestasikan dalam proyek tersebut dalam jangka waktu tertentu dan dapat memberikan keuntungan keuangan lainnya seperti yang diharapkan. Jika tidak maka sebaiknya perusahaan tersebut jangan dijalankan.

Agar tujuan perusahaan tersebut dapat tercapai sesuai dengan tujuan yang diinginkan, Hendaknya apabila ingin melakukan investasi sebaiknya didahului dengan studi. Tujuannya adalah untuk menilai apakah investasi yang akan ditanamkan layak atau tidak untuk dijalankan. (Kasmir & Jakfar , 2007).

A. Studi Kelayakan Bisnis

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 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 keuangan dan nonkeuangan sesuai 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 keuangan. Untuk menentukan layak atau tidaknya suatu usaha dapat dilihat dari berbagai aspek. Setiap aspek untuk bisa dikatakan layak harus memiliki suatu standar nilai tertentu. Secara umum aspek-aspek yang diperlukan dalam melakukan studi kelayakan adalah sebagai berikut:

1. Aspek Hukum

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 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 di kemudian hari.

2. Aspek pasar dan pemasaran

Dalam kaitan dengan studi kelayakan suatu usaha atau proyek, aspek pasar dan pemasaran merupakan salah satu aspek yang paling penting. Hal ini disebabkan aspek pasar dan pemasaran sangat menentukan hidup matinya suatu perusahaan. Apabila aspek pasar dan pemasaran tidak diteliti secara benar, bagaimana prospeknya di masa yang akan datang, bukan mustahil tujuan perusahaan tidak akan pernah tercapai. Bahkan bukan tidak mungkin kehidupan perusahaan akan terancam.

Oleh karena itu di dalam aspek pasar dan pemasaran, baik untuk perusahaan yang sudah berjalan maupun bagi perusahaan yang baru akan berdiri perlu dilakukan suatu studi tentang kelayakan terlebih dahulu. Intinya aspek pasar dan pemasaran adalah untuk mengetahui berapa besar pasar yang akan dimasuki, struktur pasar dan peluang pasar yang ada, prospek pasar di masa yang akan datang serta bagaimana strategi pemasaran yang harus dilakukan.

a. Segmentasi pasar, pasar sasaran dan posisi pasar

Agar investasi atau bisnis yang akan dijalankan dapat berhasil dengan baik, maka sebelumnya perlu melakukan strategi bersaing yang tepat. Unsur strategi persaingan tersebut adalah menentukan segmentasi pasar (*segmentation*), menetapkan pasar sasaran (*targeting*), dan menentukan posisi pasar (*positioning*), atau sering disebut STP.

Segmentasi pasar artinya membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau *marketing mix* yang berbeda pula. Segmentasi pasar perlu dilakukan mengingat di dalam suatu pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda keinginan dan kebutuhannya. Oleh karena setiap perbedaan memiliki potensi untuk menjadi pasar.

Pasar sasaran adalah mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk

dilayani. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen pasar yang diinginkan.

Menentukan posisi pasar yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Kegiatan ini dilakukan setelah menentukan segmen mana yang akan dimasuki, maka harus pula menentukan posisi mana yang ingin ditempati dalam segmen tersebut. Posisi produk adalah bagaimana suatu produk yang didefinisikan oleh konsumen atas dasar atribut-atributnya. Tujuan penentuan posisi pasar (*market positioning*) adalah untuk membangun dan mengomunikasikan keunggulan bersaing produk yang dihasilkan ke dalam benak konsumen.

b. Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*)

Setelah strategi bersaing dan unsur segmentasi, target dan posisi pasar (STP) ditetapkan, maka selanjutnya perlu diselaraskan dengan kegiatan pemasaran lainnya seperti strategi bauran pemasaran (*marketing mix strategy*). Adapun strategi bauran pemasaran tersebut adalah strategi produk, strategi harga, strategi lokasi dan distribusi, dan strategi promosi.

c. Peramalan di masa yang akan datang

Peramalan merupakan pengetahuan dan seni untuk memperkirakan apa yang akan terjadi di masa yang akan datang pada saat sekarang. Dalam melakukan peramalan, peramal harus mencari data dan informasi masa lalu. Data dan informasi masa lalu merupakan perilaku yang terjadi di masa lalu dengan berbagai kondisi pada saat itu.

Kondisi yang menyebabkan perilaku data dan informasi tersebut bisa dijadikan acuan bagi kondisi sekarang dan di masa yang akan datang. Dalam melakukan peramalan kondisi ini dapat dijadikan alat untuk melakukan peramalan, apa yang mungkin akan terjadi di masa mendatang dengan asumsi-asumsi tertentu. Hal ini perlu dilakukan mengingat di masa yang akan datang penuh dengan berbagai ketidakpastian.

Untuk melakukan peramalan diperlukan metode tertentu dan metode mana yang digunakan tergantung dari data dan informasi yang akan

diramal serta tujuan yang hendak dicapai. Dalam praktiknya terdapat berbagai metode peramalan antara lain:

1) Deret waktu (*time series*)

Analisis *time series* merupakan hubungan antara variabel yang dicari (*independent*) dengan variabel yang memengaruhinya (*dependent variable*), yang dikaitkan dengan waktu seperti mingguan, bulan, triwulan, catur wulan, semester, atau tahun. Dalam analisis *time series* yang menjadi variabel yang dicari adalah waktu.

Metode peramalan ini terdiri dari:

a) Metode *Smoothing*, merupakan jenis peramalan jangka pendek seperti perencanaan persediaan, perencanaan keuangan. Data yang harus tersedia paling sedikit 2 tahun. Metode ini tidak cocok untuk peramalan jangka panjang. Tujuan penggunaan metode ini adalah untuk mengurangi ketidakteraturan data masa lampau seperti musiman. Caranya dengan membuat rata-rata.

b) Metode Box Jenkins, metode ini merupakan deret waktu dengan menggunakan model matematis dan digunakan untuk peramalan jangka pendek. Data yang digunakan untuk melakukan peramalan dengan metode ini dibutuhkan data minimal 2 tahun. Kegunaan metode ini untuk perencanaan anggaran atau produksi.

c) Metode Proyeksi Tren dengan Regresi, merupakan metode yang digunakan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Metode ini merupakan garis tren untuk persamaan matematis. Metode ini menggunakan data minimal 2 tahun dan semakin banyak semakin baik. Biasanya metode ini digunakan untuk produk baru atau rencang ekspansi.

2) Sebab akibat (*casual methods*)

Merupakan metode peramalan yang didasarkan kepada hubungan antara variabel yang diperkirakan dengan variabel lain yang memengaruhinya tetapi bukan waktu. Dalam praktiknya jenis metode peramalan ini terdiri dari:

- a) Metode Regresi dan Korelasi, merupakan metode yang digunakan baik untuk jangka panjang maupun jangka pendek dan didasarkan kepada persamaan dengan teknik *least squares* yang dianalisis secara statistik. Metode ini biasanya digunakan untuk peramalan permintaan atau penjualan. Data yang digunakan biasanya data kuartalan.
- b) Model Input-Output, merupakan metode yang digunakan untuk peramalan jangka panjang yang biasanya digunakan untuk menyusun tren ekonomi jangka panjang. Data yang digunakan biasanya lebih dari sepuluh tahun.
- c) Model Ekonometri, merupakan peramalan yang digunakan untuk jangka panjang dan jangka pendek, Peramalan ini didasarkan pada sistem pemasaran regresi yang di estimasi secara simultan. Data digunakan biasanya data kuartalan.

3. Aspek teknis

Aspek Teknis atau operasi juga dikenal sebagai aspek produksi. Penilaian kelayakan terhadap aspek ini sangat penting dilakukan sebelum perusahaan dijalankan. Penentuan kelayakan teknis atau operasi perusahaan menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan teknis/operasi, sehingga apabila tidak dianalisis dengan baik, maka akan berakibat fatal bagi perusahaan dalam perjalanannya di kemudian hari.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam aspek ini adalah masalah penentuan lokasi, luas produksi, tata letak (*layout*), penyusunan peralatan pabrik dan proses produksinya termasuk pemilihan teknologi. Kelengkapan kajian aspek operasi sangat tergantung dari jenis usaha yang akan dijalankan, karena setiap usaha memiliki prioritas tersendiri.

a. Perencanaan Proyek

Perencanaan Pembangunan proyek bisnis merupakan proses untuk merencanakan penyiapan sarana fisik dan peralatan lunak lainnya agar proyek bisnis yang kita rencanakan tersebut bisa mulai beroperasi secara komersial tepat pada waktunya. Pelaksana pembangunan proyek bisnis tersebut bisa pihak yang mempunyai ide proyek bisnis itu, bisa juga

(umumnya) diserahkan pada beberapa pihak lain. Siapa pun yang akan melaksanakan proyek bisnis tersebut, perusahaan (yang mempunyai ide membuat proyek bisnis) perlu mengetahui kapan proyek bisnis itu akan mulai bisa beroperasi secara komersial. Beberapa Teknik yang bisa dipergunakan untuk menyusun jadwal penyelesaian pembangunan tersebut adalah bagan Gantt, PERT, dan CPM.

b. Penentuan lokasi usaha

Penentuan lokasi misalnya perlu dilakukan dengan pertimbangan yang matang. Pemilihan lokasi terdiri dari lokasi untuk kantor pusat, cabang, gudang dan pabrik. Dalam kaitannya dengan studi kelayakan bisnis hal yang paling kompleks dan rumit adalah penentuan lokasi pabrik, mengingat banyaknya pertimbangan yang harus diperhitungkan sebelum suatu lokasi pabrik diputuskan. Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya.

c. Luas produksi

Penentuan luas produksi adalah berkaitan dengan berapa jumlah produksi yang dihasilkan dalam waktu tertentu dengan mempertimbangkan kapasitas teknis dan peralatan yang dimiliki serta biaya yang paling efisien. Dari segi ekonomis yang dilihat adalah berapa jumlah produk yang dihasilkan dalam waktu tertentu dengan biaya yang paling efisien. Sedangkan dari segi teknisnya yang dilihat adalah jumlah produk yang dihasilkan atas dasar kemampuan mesin dan peralatan serta persyaratan teknis.

d. Tata letak (*layout*)

Layout merupakan suatu proses dalam 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.

4. Aspek manajemen

Aspek manajemen dan organisasi merupakan aspek yang cukup penting dianalisis untuk kelayakan suatu usaha. Karena walaupun suatu usaha telah dinyatakan layak untuk dilaksanakan tanpa didukung dengan manajemen dan organisasi yang baik, bukan tidak mungkin akan mengalami kegagalan.

Baik menyangkut masalah SDM maupun menyangkut rencana perusahaan secara keseluruhan haruslah disusun sesuai dengan tujuan perusahaan. Tujuan perusahaan akan lebih mudah tercapai jika memenuhi kaidah-kaidah atau tahapan dalam proses manajemen. Proses manajemen atau kaidah ini akan tergambar dari masing-masing fungsi yang ada dalam manajemen.

1) Jenis-jenis pekerjaan yang diperlukan

Ada berbagai cara mengklasifikasikan pekerjaan-pekerjaan, ada yang membaginya menurut tipe pekerjaan manjerial dan operasional, ada pula yang membaginya berdasarkan fungsi. Keterangan tentang apa yang perlu dilakukan dalam suatu pekerjaan biasa disebut sebagai deskripsi jabatan (*job description*). Untuk membuat deskripsi jabatan ini perlu dilakukan terlebih dahulu Analisa jabatan, yang berupa kegiatan mengumpulkan berbagai informasi yang relevan dengan pekerjaan-pekerjaan yang akan dilakukan. Karena proyek bisnis tersebut masih merupakan rencana, maka analisis jabatan tidak bisa dilakukan pada proyek bisnis tersebut. Dengan demikian untuk mengidentifikasi pekerjaan-pekerjaan apa yang perlu dilakukan, kita bisa membandingkan dengan proyek bisnis-proyek bisnis lain yang sudah ada. Di sini bantuan dari teknisi industri akan bermanfaat untuk mengidentifikasi pekerjaan-pekerjaan kunci pada bidang produksi.

2) Persyaratan yang diperlukan untuk memangku jabatan

Setelah menyusun pekerjaan-pekerjaan kunci apa yang diperlukan agar proyek bisnis tersebut nantinya bisa berjalan dengan baik, maka langkah selanjutnya adalah menentukan persyaratan yang diperlukan agar para karyawan bisa memangku pekerjaan tersebut

dengan baik. Persyaratan-persyaratan ini mungkin menyangkut: Pendidikan formal, kecerdasan minimal, pengalaman, pengetahuan dan keterampilan, persyaratan fisik, status perkawinan, jenis kelamin, usia dan kewarganegaraan.

3) Struktur organisasi yang akan dipergunakan

Kesatuan tindakan, keputusan dan penyesuaian diri yang biasanya mudah dilakukan untuk perusahaan-perusahaan kecil yang berjalan dengan baik, menjadi sulit apabila perusahaan apabila perusahaan makin bertambah besar. Karena proyek bisnis-proyek bisnis tersebut umumnya merupakan suatu perusahaan besar, maka organisasi yang baik makin terasa diperlukan. Tugas para manajer nantinya adalah memperkenankan masing-masing anggota organisasi untuk tetap responsif dengan tujuan mereka, sementara pada waktu yang sama mengkoordinir elemen-elemen yang berbeda ke dalam satuan yang efisien dan produktif.

Salah satu cara untuk mencapai ini adalah dengan menentukan struktur formal dari organisasi. Struktur formal organisasi menunjukkan masing-masing bagian dan anggota dalam organisasi tersebut, kedudukan dan hubungan mereka satu sama lain.

5. Aspek Keuangan

Evaluasi aspek keuangan biasanya dilakukan setelah evaluasi aspek – aspek lain selesai dilakukan. Selama evaluasi aspek ini dihitung perkiraan jumlah dana yang diperlukan, baik untuk pengadaan investasi proyek maupun kebutuhan dana modal kerja awal. Disamping jumlah kebutuhan dana pembiayaan dan sumber dana, juga akan dipelajari struktur pembiayaan bagaimana yang paling menguntungkan dan berapa bagian dari jumlah kebutuhan dana tersebut dapat atau wajar untuk dibiayai dengan pinjaman dari pihak ketiga, dari mana sumbernya dan berapa biayanya.

Dari segi keuangan atau keuangan, proyek dikatakan layak apabila dapat memberikan keuntungan dan mampu memenuhi kewajiban keuangannya.

a. Penentuan Biaya

Penentuan biaya merupakan hal yang sangat penting karena dibutuhkan sebagai patokan dalam penentuan jumlah dana yang dibutuhkan untuk merealisasikan suatu proyek. Hal ini dapat dilihat secara jelas pada neraca awal. Adapun yang termasuk didalamnya adalah:

- Aktiva lancar

Kas serta asuransi (dibayar dimuka) merupakan salah satu yang termasuk dalam aktiva lancar

- Aktiva tetap

Kendaraan, tanah, bangunan, mesin, peralatan dan perlengkapan kantor, pra operasional merupakan yang termasuk dalam aktiva tetap. Kewajiban dan modal sejumlah dana yang dibutuhkan untuk merealisasikan proyek tersebut yang diperoleh baik dari utang kepada bank maupun dari investasi pribadi.

Berdasarkan laporan neraca awal maka

b. Proyeksi Laba Rugi

Analisa laba rugi dimaksudkan untuk melihat kemungkinan proyek memperoleh keuntungan atau kerugian pada tiap periode tertentu, sesuai dengan kapasitas produksi yang direncanakan dan diasumsikan bahwa produk akan terjual habis pada akhir tiap – tiap periode (akhir tahun). Adapun langkah – langkah perhitungan laba rugi adalah sebagai berikut:

- 1) Perhitungan biaya produksi dan perkiraan pendapatan dari penjualan berdasarkan rencana kapasitas produksi yang telah ditetapkan.
- 2) Perhitungan pembayaran bunga dan pokok pinjaman. Dari proyeksi laba rugi akan dapat memberikan gambaran bagi pihak manajemen untuk menentukan kebijakan harga jual produk.

c. Analisa Aliran Kas

Analisa kas merupakan deskripsi grafis dari setiap alternatif yang digunakan dan dianalisa. Aliran kas merupakan langkah pertama dalam analisa ekonomi teknik yang bertujuan untuk mempermudah mengetahui perkembangan uang sesuai dengan waktu.

d. Penyusutan / Depresiasi

Merupakan pengalokasian biaya investasi suatu proyek pada setiap tahun sepanjang umur ekonomis proyek tersebut. Besarnya depresiasi tahunan yang dikenakan pada suatu properti tergantung pada ongkos investasi dari properti, tanggal pemakaian awalnya, estimasi masa pakainya, nilai sisa yang ditetapkan, dan metode depresiasi yang digunakan.

e. *Internal Rate of Return* (IRR)

IRR merupakan tingkat bunga yang menyamakan *present value* dari aliran kas keluar dan *present value* dari aliran kas masuk. Secara sistematis tingkat bunga tersebut dapat dinyatakan sebagai r , dan dinyatakan dalam persamaan berikut ini :

$$\sum_{t=0}^N \frac{A_t}{(1+r)^t} - 0 \quad (2.1)$$

Dimana A_t adalah aliran kas pada periode t , n merupakan periode terakhir aliran kas diharapkan, dan r adalah tingkat bunga yang memberikan potongan aliran waktu – waktu mendatang A sampai A_n , untuk menyatakan pengeluaran kas di awal periode 0 sampai A_0 . Sehingga secara implisit dianggap bahwa kas masuk yang diterima dari investasi diinvestasikan kembali dan mendapat tingkat keuntungan yang sama dengan r . Penerimaan atau penolakan usulan investasi.

f. *Net Present Value* (NPV)

NPV merupakan perhitungan selisih antara nilai investasi dengan nilai sekarang dengan penerimaan kas bersih (operasional ataupun terminal *cash – flow*) di masa datang. Adapun persamaan dari NPV:

$$NPV = \sum_{t=0}^n F_t (1 + r)^{-t} = 0 \quad (2.2)$$

dimana:

NPV = *net present value*

- F_t = aliran kas pada periode t
- N = umur proyek atau periode studi dari proyek tersebut
- i^0 = nilai *rate of return* dari proyek atau investasi tersebut

Apabila nilai sekarang / NPV lebih besar daripada 0 maka proyek dapat dikatakan menguntungkan, dan begitupula sebaliknya.

g. Analisa Periode Pengembalian (*Payback Period*)

Periode pengembalian merupakan jumlah yang dibutuhkan untuk mengembalikan atau menutup ongkos investasi awal dengan tingkat pengembalian tertentu. Perhitungannya dilakukan berdasarkan aliran kas baik tahunan maupun yang merupakan nilai sisa.

B. Uji Profisiensi

Uji profisiensi merupakan evaluasi kinerja peserta terhadap kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya melalui uji banding antar laboratorium. Uji banding antar laboratorium adalah pengorganisasian, kinerja dan evaluasi pengukuran atau pengujian terhadap obyek yang sama atau serupa oleh dua atau lebih laboratorium sesuai dengan kondisi yang ditetapkan. Uji profisiensi memberikan kesempatan kepada laboratorium untuk dapat membandingkan hasil pengujian atau kalibrasinya terhadap nilai acuan atau unjuk kerja laboratorium lain yang serupa. Hasil ini menyatakan konfirmasi pada unjuk kerja laboratorium atau memberikan sinyal dari potensi masalah. Pengguna uji profisiensi berasal dari laboratorium, badan akreditasi, regulator, asesor teknis, yang menggunakan hasil uji profisiensi untuk menilai unjuk kerja laboratorium dalam melakukan pengujian, pengukuran atau kalibrasi tertentu.

C. Penelitian terdahulu

1. Putra, B.W., Chumaidiyah, E. & Praptono, B. (2017). Analisis Kelayakan Pembukaan Toko Baru untuk Penjualan dan Perbaikan *Sound System* di Kota Bekasi. *Jurnal e-Proceeding of Engineering Telkom University*. Vol 4 No. 2 Page 2828-2834.

Toko Bening Audio yang bergerak dibidang sistem tata suara atau sound system menawarkan barang dan jasa sebagai produk bisnis. Barang yang dijual meliputi keseluruhan sistem tata suara dari yang paling dasar sampai pendukungnya, juga dari barang khusus *indoor* hingga barang khusus *outdoor*. Jasa yang ditawarkan adalah perbaikan barang-barang *sound system* yang telah dimiliki oleh pelanggan.

Dalam penelitian ini aspek pasar didapatkan dengan menyebar kuesioner kepada 100 responden yang terdiri dari pengurus mushalla, masjid, sekolah swasta, dan sekolah negeri. Hasil pengolahan kuesioner digunakan untuk mengetahui seberapa banyak pasar potensial, pasar tersedia, dan pasar sasaran Toko Bening Audio. Hasil penyebaran kuesioner menunjukkan pasar potensial untuk penjualan sebesar 55% dan perbaikan sebesar 62%, sedangkan pasar tersedia untuk penjualan sebesar 40% dan perbaikan sebesar 47%. Dari kedua hasil tersebut, perusahaan membidik 8% dari pasar tersedia untuk dijadikan pasar sasaran.

Setelah dilakukan penelitian kepada analisis kelayakan Toko Bening Audio, diperoleh hasil bisnis ini layak untuk dijalankan. Berdasarkan NPV, bisnis dinyatakan layak karena nilai NPV yang didapat sebesar Rp 48,015,134.43 lebih dari 0. Lalu berdasarkan PBP investasi akan kembali pada periode tahun ke 4 bulan ke 6. Terakhir berdasarkan IRR bisnis ini layak dijalankan karena nilai IRR didapat 18% melebihi MARR yang ditentukan sebesar 9%. Karena hasil ketiga kriteria investasi tersebut menyatakan hasil tersebut, maka bisnis Toko Bening Audio dinyatakan layak dijalankan.

2. Winantara, I M. Y., Bakar, Abu. & Puspitaningsih, Ratna. (2014). Analisis Kelayakan Usaha Kopi Luwak di Bali. Reka integra, Jurnal online Institut Teknologi Nasional. Bandung. ©Jurusan Teknik Industri Itenas | No. 3| Vol.02 hal. 118-129.

Pebisnis kopi luwak di Bali belum dapat memenuhi permintaan yang datang dari konsumen. Berdasarkan keterangan dari beberapa pengusaha kopi luwak di Bali, peningkatan permintaan mencapai 20%-25% per tahun,

namun kemampuan *supply* masih terbatas. Sehingga perlu dilakukan analisis kelayakan usaha kopi luwak. Hasil dari analisis ditinjau dari aspek pasar yakni usaha kopi luwak memiliki peluang pasar yang positif di Bali. Aspek teknis, kapasitas produksi sesuai target penjualan dengan fasilitas yang mendukung usaha. Aspek MSDM, memiliki struktur organisasi dengan tenaga kerja yang cukup. Aspek legal dan lingkungan, usaha kopi luwak legal dan memenuhi perizinan yang berlaku serta terdapat penanggulangan terhadap dampak lingkungan yang ditimbulkan. Aspek keuangan, *payback period* 3 tahun 5 bulan, *Net Present Value* positif Rp363.970.733,-, serta *Internal Rate of Return* lebih besar dari MARR yaitu 21%.

3. Nurcahyo, Dwi Febry. (2011). Analisis Kelayakan Bisnis (Studi kasus di PT. Pemuda Mandiri Sejahtera, Laporan penelitian tugas akhir, Universitas Indonesia.

Perkembangan pertumbuhan permintaan sektor industri manufaktur mengalami peningkatan. Khususnya di Cikarang yang merupakan salah satu pusat industri nasional dimana nilai eksportnya mampu bersaing dengan Batam. Kawasan tersebut mampu menyumbang sebesar 34.46 % PMA Nasional, serta 22-45 % volume ekspor nasional. Pertumbuhan permintaan di sektor industri ini menunjukkan potensi usaha yang prospektif khususnya pada usaha jasa permesinan dan perdagangan alat-alat teknik yang dijalankan PT. Pemuda Mandiri Sejahtera. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan bisnis yang akan dikembangkan dalam pembuatan *part* komponen filter elemen dan distributor untuk produk *cutting tools* dengan merek /*Ceratech* dan *abrasive* dengan merek SIA *Abbrasive* dari aspek pasar, aspek teknis dan aspek keuangan.

Penelitian yang telah terpublikasi mengenai analisis kelayakan bisnis sampai tahun 2020 belum ada yang menganalisis potensi pendirian layanan uji profisiensi di Indonesia, penelitian ini menjadi yang pertama di Indonesia.