

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Manajemen

Menurut G.R. Terry (2010;16) menjelaskan bahwa manajemen merupakan suatu proses khas yang terdiri atas tindakan – tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian untuk mennetukan serta mencapai tujuan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.

Handoko (2009:8) mendefinisikan manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha – usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya – sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Sedangkan menurut Hasibuan (2013;1), manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien.

Dari beberapa definisi diatas dapat diartikan manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan pengawasan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien.

2.1.2 Fungsi – Fungsi Manajemen

Adapun fungsi – fungsi manajemen yang dikemukakan oleh para ahli diantaranya :

menurut G.R. Terry dalam bukunya *Principles of Management*(Sukarna,2011:10), membagi empat fungsi dasar manajemen, yaitu:

a. *Planning* (perencanaan)

Perencanaan adalah memilih fakta dan penghubungan fakta – fakta serta pembuatan dan penggunaan perkiraan – perkiraan atau asumsi – asumsi untuk masa yang akan datang dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan – kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

b. *Organizing* (pengorganisasian)

Pengorganisasian ialah penentuan, pengelompokan, dan penyusunan macam – macam kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan, penempatan orang – orang (pegawai), terhadap kegiatan – kegiatan ini, penyediaan faktor – faktor fisik yang cocok bagi keperluan kerja dan penunjukan hubungan wewenang, yang dilimpahkan terhadap setiap orang dalam hubungannya dengan pelaksanaan setiap orang dalam hubungannya dengan pelaksanaan setiap kegiatan yang diharapkan.

c. *Actuating* (pelaksanaan)

Penggerakan adalah membangkitkan dan mendorong semua anggota kelompok agar supaya berkehendak dan berusaha dengan keras untuk mencapai tujuan dengan ikhlas serta serasi dengan perencanaan dan usaha – usaha pengorganisasian dari pihak pimpinan.

d. *Controlling* (pengawasan)

Pengawasan dapat dirumuskan sebagai proses penentuan apa yang harus dicapai yaitu *standard*, apa yang sedang dilakukan yaitu pelaksanaan, menilai pelaksanaan, dan bilamana perlu melakukan perbaikan – perbaikan, sehingga pelaksanaan sesuai dengan rencana, yaitu selaras dengan *standard* (ukuran).

Sedangkan menurut Handoko (2009;23), fungsi manajemen terdiri dari *planning, organizing, staffing, leading, dan controlling*. Dan menurut Henry Frayol (2010;179), manajer menjalankan fungsi manajemen, yaitu merencanakan, mengorganisasi, mengkoordinasi, dan mengendalikan. Dan biasa juga dengan: perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian.

Dari beberapa fungsi manajemen diatas, dapat dipahami bahwa semua manajemen diawali dengan perencanaan (*Planning*). Setelah itu pengorganisasian (*Organizing*). Selanjutnya menerapkan fungsi pengarahan yang diartikan dalam kata yang berbeda seperti *actuating* dan *leading*. Lalu fungsi yang terakhir dalam manajemen adalah pengendalian (*Controlling*).

2.1.3 Manajemen Keuangan

Pengertian manajemen keuangan menurut James C. Van Horne dan John M. Wachawicz Jr (2012;2) manajemen keuangan (*Financial Management*) berkaitan dengan perolehan aset, pendanaan, dan manajemen aset dengan didasari beberapa tujuan umum. Jadi fungsi keputusan dalam manajemen keuangan dapat dibagi menjadi tiga utama yaitu investasi, pendanaan, dan manajemen aset.

Sedangkan menurut Suad Husnan dan Pudjiastuti (2012;4) manajemen keuangan dapat diartikan membahas tentang investasi, pembelanjaan dan pengelolaan aset-aset dengan beberapa tujuan menyeluruh yang direncanakan. Jadi, fungsi keputusan dari manajemen keuangan dapat dipisahkan kedalam tiga bidang pokok yaitu keputusan investasi, keputusan pembelanjaan, dan keputusan manajemen aset.

Dan menurut Irham Fahmi (2013;2) mengemukakan bahwa manajemen keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji, dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajer keuangan dapat mempergunakan seluruh sumber daya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana, dan membagi dana dengan tujuan memberi *profit* atau kemakmuran bagi para

pemegang saham dan *sustainability* (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan.

Dari beberapa definisi diatas dapat dijelaskan bahwa manajemen keuangan merupakan suatu kajian dan perencanaan analisis untuk mengetahui keadaan keuangan yang terjadi pada perusahaan, baik mengenai keputusan investasi, keputusan pembelian dan keputusan asset dengan tujuan yang menyeluruh dan direncanakan.

2.1.4 Fungsi – Fungsi Manajemen Keuangan

Fungsi manajemen keuangan menurut Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti (2012:4) dalam bukunya Dasar – Dasar Manajemen Keuangan mengatakan manajemen keuangan menyangkut kegiatan perencanaan, analisis dan pengendalian keuangan. Mereka yang melaksanakan kegiatan tersebut sering disebut manajer keuangan.

Menurut Martono dan Harjito (2008) ada 3 fungsi utama dalam manajemen keuangan, antara lain sebagai berikut :

a. Keputusan Pendanaan

Keputusan pendanaan menyangkut tentang sumber – sumber dana yang berada di sisi aktiva. Ada beberapa hal mengenai keputusan pendanaan, yaitu keputusan mengenai penetapan sumber dana yang diperlukan untuk membiayai investasi, dan penetapan tentang perimbangan pembelian yang terbaik atau sering disebut struktur modal yang optimum.

b. Keputusan Pengelolaan Aktiva

Apabila asset telah diperoleh dengan pendanaan yang tepat, maka asset – asset tersebut memerlukan pengelolaan secara efisien. Manajer keuangan bersama manajer – manajer lain di perusahaan bertanggung jawab terhadap berbagai tingkatan dari asset – asset yang ada. Tanggung jawab tersebut menuntut manajer keuangan lebih memperhatikan pengelolaan aktiva lancar daripada aktiva tetap. Manajer keuangan yang konservatif akan mengalokasikan dananya sesuai dengan jangka waktu asset yang didanai.

c. Keputusan Investasi

Keputusan investasi merupakan keputusan terhadap aktiva apa yang akan dikelola oleh perusahaan. Keputusan investasi merupakan keputusan yang paling penting karena keputusan investasi ini berpengaruh secara langsung terhadap besarnya laba investasi dan aliran kas perusahaan untuk sewaktu – waktu yang akan datang.

2.1.5 Pengertian Investasi

Pengertian investasi menurut Tandellin (2010;2) investasi adalah komitmen atas sejumlah dana atau sumber dana lainnya yang dilakukan saat ini, dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan di masa datang.

Sedangkan menurut Jogiyanto (2007;5) investasi adalah penundaan konsumsi sekarang untuk digunakan didalam produksi yang efisien selama periode waktu yang ditentukan.

Dari definisi diatas dapat diartikan bahwa investasi adalah kegiatan menanamkan modal atau uang di pasar modal atau pada bisnis yang kemudian memberikan keuntungan dimasa yang akan datang bagi investor.

2.1.6 Tujuan Investasi

Dalam bidang investasi kita perlu menetapkan tujuan yang hendak dicapai. Menurut Fahmi dan Hadi (2009;6) tujuan investasi yaitu :

- a. Terciptanya keberlanjutan (*continuity*) dalam investasi tersebut,
- b. Terciptanya *profit* yang maksimum atau keuntungan yang diharapkan (*profit actual*),
- c. Terciptanya kemakmuran bagi para pemegang saham,
- d. Turut memberikan andil bagi pembangunan bangsa.

2.1.7 Bentuk – Bentuk Investasi

Menurut Fahmi dan Hadi (2009: 7) dalam aktivitasnya investasi pada umumnya dikenal ada dua bentuk, yaitu :

- a. *Real Investment* (Investasi Nyata)

Investasi nyata (*real investment*) secara umum melibatkan asset berwujud seperti tanah, mesin – mesin atau pabrik.

- b. *Financial Investment* (Investasi Keuangan)

Investasi keuangan (*financial investment*) melibatkan kontrak tertulis, seperti saham biasa (*common stock*) dan obligasi (*bond*).

Menurut Gunawan (2007:41), ada 6 (enam) macam bentuk kegiatan investasi antara lain : pendirian usaha baru, melakukan perluasan usaha atau perluasan keuangan, merehabilitasi mesin yang telah menurun efisiensinya, membangun kembali mesin – mesin (*rebuilding*), mengubah saluran distribusi, dari distribusi lewat perantara menjadi distribusi melalui agen/cabang milik perusahaan sendiri, melakukan penelitian – penelitian untuk : menemukan proses yang lebih efisien, menciptakan produk – produk baru, dan memperbaiki sistem informasi manajemen.

2.1.8 Kriteria Penilaian Investasi

2.1.8.1 *Net Present Value* (NPV)

Net Present Value atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PV kas bersih (*PV of Proceed*) dan PV investasi (*capital outlay*) selama umur investasi (Kasmir dan Jakfar, 2003). Rumus yang digunakan untuk menghitung NPV adalah sebagai berikut:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+i)^t} - V_0$$

Keterangan :

NPV = Net Present Value

V_t = Penerimaan tahun t

i = Tingkat bunga (sama dalam setiap tahunnya)

V₀ = Investasi awal

Syarat :

Jika NPV > 0, maka usulan diterima.

Jika NPV < 0, maka usulan tidak dapat diterima

2.1.8.2 **Internal Rate of Return (IRR)**

Internal Rate of Return merupakan metode untuk menghitung tingkat bunga yang dapat menyamakan antara *present value* dari semua aliran kas masuk dengan aliran kas keluar dari suatu investasi proyek (Suliyanto, 2010). Pada dasarnya IRR harus dicari dengan cara *trial and error*. Rumus yang digunakan untuk menghitung IRR adalah sebagai berikut:

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (i_2 - i_1)$$

Keterangan : i = tingkat bunga

Syarat :

Jika IRR > dari bunga pinjaman, maka investasi diterima.

Jika IRR < dari bunga pinjaman, maka investasi tidak dapat diterima

2.1.8.3 **Discounted payback period method (DPPM)**

Discounted payback period method adalah lama periode dalam tahun yang diharapkan untuk mendapatkan kembali biaya investasi untuk project dari discounted net cash flows.

$$\text{Rumus : } DPBPM = V_0 - PV$$

Keterangan :

V_0 = Investasi awal

PV = Present Value

Syarat :

Jika DPP Period < umur ekonomis, maka investasi diterima.

Jika DPP Period > umur ekonomis, maka investasi tidak dapat diterima.

2.1.8.4 **Profitability indeks (PI)**

Profitability indeks atau sering disebut dengan *desirability index* (DI) merupakan metode yang menghitung perbandingan nilai sekarang penerimaan bersih dan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi. (Sugiyono, 2010)

$$\text{Rumus : } PI = \frac{\sum PV \text{ nilai kas masuk bersih}}{\text{nilai investasi}}$$

Syarat :

Jika $PI > 1$, maka investasi diterima.

Jika $PI < 1$, maka investasi tidak dapat diterima

2.1.8.5 *Return On Investment (ROI)*

Return On Investmen merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. Disamping itu, hasil pengembalian investasi menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Semakin rendah rasio ini, semakin kurang baik, demikian pula sebaliknya. Artinya rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari seluruh operasi perusahaan. (Kasmir, 2015). Rumus untuk menghitung ROI adalah

$$\frac{\text{laba bersih rata-rata}}{\text{total aset}} \times 100\%$$

Syarat :

Jika ROI > dari bunga pinjaman, maka investasi diterima.

Jika ROI < dari bunga pinjaman, maka investasi tidak dapat diterima.

2.1.8.6 *Metode Break Even Point (BEP)*

Metode Break Even Point atau titik impas adalah suatu kondisi dimana suatu usaha tidak untung maupun rugi. BEP menggambarkan kondisi penjualan yang harus dicapai melalui titik impas. Dikatakan mencapai titik impas jika jumlah hasil penjualan produknya pada suatu

periode tertentu sama dengan jumlah biaya yang ditanggung, sehingga tidak menderita kerugian dan tidak memperoleh laba (Panjaitan *et al.* 2012) . BEP pada dasarnya merupakan metode yang digunakan untuk analisa keuntungan. Rumus yang digunakan untuk perhitungan BEP adalah sebagai berikut:

$$BEP(Q) = \frac{FC}{P - VC}$$

Keterangan :

BEP = Break Event Point (titik impas) (dalam unit)

FC = Fixed Cost

P = Price

VC = Variabel Cost

Syarat :

Jika $BEP(Q) <$ dari hasil produksi, maka investasi diterima.

Jika $BEP(Q) >$ dari hasil produksi, maka investasi tidak dapat diterima.

2.1.9 Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan dapat diartikan sebagai penelitian tentang akan didirikan atau perluasan suatu proyek untuk mengetahui apakah layak atau tidak bisnis tersebut didirikan.

Pengertian studi kelayakan menurut Husein Umar (2005;8) merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya

menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga pada saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang ditentukan.

Kemudian menurut Kasmir dan Jakfar (2003;17) studi kelayakan adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan, usaha, dan bisnis dijalankan.

Selanjutnya menurut Husnan dan Suwarsono (2002;4) studi kelayakan proyek adalah penelitian tentang dapat atau tidaknya suatu proyek investasi dilaksanakan dengan berhasil. Pengertian ini bisa ditafsirkan berbeda-beda. Ada yang dalam artian terbatas, terutama dipergunakan oleh pihak swasta yang lebih berminat tentang manfaat ekonomis suatu investasi. Sedangkan dari pihak pemerintah, atau lembaga non profit, pengertian menguntungkan bisa dalam arti yang lebih relative.

Dan menurut Suliyanto (2010), Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian yang bertujuan untuk memutuskan apakah sebuah ide bisnis layak untuk dilakukan atau tidak. Sebuah ide bisnis dinyatakan layak untuk dilaksanakan jika ide tersebut mendapatkan manfaat yang lebih besar bagi semua pihak (*stakeholder*) dibanding dampak negatif yang di timbulkan.

Dari beberapa definisi diatas dapat diartikan bahwa studi kelayakan adalah sarana atau alat untuk mengukur layak atau

tidaknya suatu bisnis untuk dijalankan dengan mempertimbangkan segala aspek.

2.1.10 Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Terdapat lima tujuan perlunya melakukan studi kelayakan bisnis menurut Kasmir dan Jakfar (2008) yaitu :

1. Menghindari risiko kerugian
2. Memudahkan perencanaan
3. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan
4. Memudahkan pengawasan
5. Memudahkan pengendalian

2.1.11 Aspek – Aspek Studi kelayakan Bisnis

Aspek yang digunakan sebagai bahan evaluasi pada analisis kelayakan suatu usaha, yaitu :

2.1.11.1 Aspek Manajemen dan Sumber Daya manusia

Analisis aspek manajemen dan sumber daya manusia dapat digambarkan sebagai berikut (Subagyo, 2007):

1. *Job Analysis*, yaitu menganalisis jabatan yang diperlukan untuk menyelesaikan jenis pekerjaan tertentu.
2. *Job Specification*, yaitu menentukan persyaratan dan kualifikasi yang diperlukan untuk mengisi suatu jabatan.

3. Mendesain struktur organisasi, yaitu menyusun struktur organisasi yang menggambarkan jenjang manajemen, kedudukan jabatan, dan struktur pertanggungjawaban.
4. *Job Description*, yaitu uraian pekerjaan yang menjelaskan tentang pekerjaan teknis anggota organisasi yang menjabat pekerjaan tertentu.
5. Mendesain sistem kompensasi, yaitu menguraikan struktur penggajian secara lengkap untuk semua jabatan dalam pekerjaan berdasarkan garis struktural dan fungsional.
6. Sistem pengembangan karyawan, yaitu menyusun rencana pendidikan dan pelatihan untuk mengembangkan keterampilan, pengetahuan, produktifitas, dan kinerja karyawan secara keseluruhan.

2.1.11.2 Aspek Hukum

Suliyanto (2010:15-20) mengatakan aspek hukum membahas mengenai ketentuan hukum apa saja harus dipenuhi sebelum menjalankan sebuah usaha. Tujuannya adalah supaya bisnis tersebut sesuai dengan ketentuan hukum dan mampu memenuhi segala persyaratan perizinan di wilayah tersebut.

Menurut Suliyanto (2010:33) ijin usaha yang diperlukan adalah akta pendirian perusahaan dari notaris,

Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Surat Tanda Daftar Perusahaan (TDP) dan Surat ijin tempat usaha setempat.

2.1.11.3 Aspek Lingkungan

Umar (2005:268) dalam bukunya mengutip *competitive strategy* yang dikemukakan oleh Michael E. Porter, dimana konsep tersebut menganalisis persaingan bisnis berdasarkan 5 aspek utama yaitu :

1) Persaingan sesama perusahaan dalam industri

Persaingan dalam industry sangat mempengaruhi kebijakan dan kinerja perusahaan. Tingkat persaingan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu :

- a. Jumlah kompetitor
- b. Tingkat pertumbuhan industry
- c. Karakteristik produk
- d. Biaya tetap yang besar
- e. Kapasitas
- f. Hambatan keluar

2) Kemungkinan masuknya pendatang baru

Masuknya perusahaan sebagai pendatang baru akan menimbulkan sejumlah implikasi bagi perusahaan yang sudah ada. Faktor – faktor yang menghambat masuknya pendatang baru kedalam industry adalah sebagai berikut:

- a. Skala ekonomi

- b. Diferensiasi produk
- c. Kecukupan modal
- d. Biaya peralihan
- e. Akses ke saluran distribusi
- f. Ketidakunggulan biaya independen
- g. Peraturan pemerintah

3) Potensi pengembangan produk pengganti

Perusahaan – perusahaan yang berada dalam suatu industri akan bersaing pula dengan produk pengganti. Walaupun karakteristiknya berbeda, barang pengganti dapat memberikan fungsi yang sama.

4) Kekuatan tawar menawar pembeli (*buyers*)

Pembeli dapat mempengaruhi perusahaan untuk memotong harga, meningkatkan mutu dan pelayanan serta membandingkan perusahaan dengan kompetitor melalui kekuatan yang mereka miliki. Beberapa kondisi yang perlu dihadapi perusahaan antara lain :

- a. Pembeli membeli dalam jumlah besar
- b. Pembeli mampu memproduksi produk yang diperlukan
- c. Sifat produk tidak terdiferensiasi dan banyak pemasok
- d. *Switching cost* pemasok adalah kecil
- e. Produk yang dibeli perusahaan mempunyai andil presentase yang besar bagi biaya produksi pembeli

- f. Pembeli mempunyai tingkat profitabilitas yang rendah sehingga sensitif terhadap harga dan diferensiasi servis
 - g. Produk perusahaan tidak terlalu penting sehingga pembeli dengan mudah mencari substitusinya
- 5) Kekuatan tawar menawar pemasok (*suppliers*)
- a. Jumlah pemasok yang sedikit
 - b. Produk/layanan yang ada adalah unik dan mampu menciptakan *switching cost* yang besar
 - c. Tidak tersedia produk substitusi
 - d. Pemasok mampu melakukan integrasi kedepan dan mengolah produk yang dihasilkan menjadi produk yang sama dengan yang dihasilkan perusahaan
 - e. Perusahaan hanya membeli dalam jumlah kecil dari pemasok

2.1.11.4 Aspek Pemasaran

Suliyanto (2010:82-91) mengatakan suatu ide bisnis dinyatakan layak berdasarkan aspek pasar dan pemasaran jika ide bisnis tersebut dapat menghasilkan produk yang dapat diterima pasar (dibutuhkan dan diinginkan oleh calon konsumen) dengan tingkat penjualan yang menguntungkan.

Suliyanto (2010) secara spesifik analisis aspek pasar dan pemasaran dalam studi kelayakan bertujuan untuk :

- a) Menganalisis permintaan atas produk yang akan dihasilkan

- b) Menganalisis penawaran atas produk sejenis
- c) Menganalisis ketersediaan renanan atas pemasok faktor produksi yang dibutuhkan
- d) Menganalisis ketepatan strategi pemasaran yang akan digunakan.

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 atas :

1) Produk (*Product*)

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

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) Harga (*Price*)

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 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) Lokasi dan Distribusi (*Place*)

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 aman dan nyaman kepada seluruh konsumennya. Hal – hal yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan dan penentuan lokasi adalah dengan pertimbangan sebagai berikut :

- a. Dekat dengan kawasan industry
- b. Dekat dengan lokasi perkantoran
- c. Dekat dengan lokasi pasar
- d. Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat
- e. Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi
- f. Sarana dan prasarana (jalan, pelabuhan, listrik, dan lain-lain)

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 industry, yaitu:

- a. Dasar saluran distribusi untuk produk konsumen terdiri dari :
 - Produsen --- konsumen
 - Produsen --- pengecer --- konsumen
 - Produsen --- grosir --- pengecer --- konsumen

- Produsen --- agen --- grosir --- pengecer --- konsumen
- b. Dasar saluran distribusi untuk produk industri terdiri dari :
 - Produsen --- pemakai barang industri
 - Produsen --- dealer --- pemakai barang industri
 - Produsen --- agen --- pemakai barang industry

4) Promosi (*Promotion*)

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*)
- d. Penjualan pribadi (*personal sellings*)

2.1.11.5 Aspek Teknik

Menurut Suliyanto (2010) beberapa hal yang perlu dipahami dalam kaitannya dengan aspek teknis dan teknologi ialah penentuan lokasi bisnis, tata letak (*layout*) bisnis, pemilihan peralatan dan teknologi.

Secara spesifik analisis aspek teknis dan teknologi dalam studi kelayakan bertujuan untuk:

- a) Menganalisis kelayakan lokasi untuk menjalankan bisnis
- b) Menganalisis besarnya skala produksi untuk mencapai tingkatan skala ekonomis
- c) Menganalisis kriteria pemilihan mesin peralatan dan teknologi untuk menjalankan proses produksi
- d) Menganalisis *layout* pabrik, *layout* bangunan dan fasilitasnya
- e) Menganalisis teknologi yang akan digunakan

Suliyanto (2010) variabel – variabel utama dalam pemilihan lokasi bisnis adalah:

- a) Ketersediaan bahan mentah
- b) Letak pasar yang dituju
- c) Ketersediaan sumber energi, air dan sarana komunikasi
- d) Ketersediaan tenaga kerja
- e) Ketersediaan fasilitas transportasi

Suliyanto (2010) Hal yang perlu dipertimbangkan pada pemilihan mesin dan peralatan yaitu :

- a) Kesesuaian dengan teknologi
- b) Harga perolehan mesin, peralatan dan teknologi harus sesuai dengan besarnya biaya investasi yang dianggarkan
- c) Kemampuan mesin peralatan yang akan digunakan harus sesuai dengan luas produksi yang direncanakan.
- d) Tersedianya pemasok
- e) Tersedianya suku cadang
- f) Kualitas mesin
- g) Umur ekonomis

Teknologi yang paling maju belum tentu sesuai dengan kondisi perusahaan. Oleh karena itu pemilihan teknologi harus mempertimbangkan manfaat ekonomi yang diharapkan. Selain manfaat ekonomi, ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan teknologi yaitu :

- a) Kemampuan tenaga kerja dalam menggunakan teknologi
- b) Kesesuaian teknologi dengan bahan baku yang digunakan
- c) Kemungkinan untuk mengembangkan teknologi dimasa yang akan datang
- d) Keberhasilan pemakaian teknologi ditempat lain.

2.1.11.6 Aspek Keuangan

Menurut Suliyanto (2010:184) analisis aspek keuangan dilakukan untuk menjawab pertanyaan bagaimana kesiapan permodalan yang akan digunakan untuk menjalankan bisnis yang menguntungkan? Suatu ide bisnis dinyatakan layak berdasarkan aspek keuangan jika sumber dana untuk membiayai ide bisnis tersebut tersedia serta bisnis tersebut mampu memberikan tingkat pengembalian yang menguntungkan dengan berdasarkan asumsi-asumsi yang logis.

Secara spesifik kajian aspek keuangan dalam studi kelayakan bisnis bertujuan untuk :

- a. Menganalisis sumber dana untuk menjalankan usaha
- b. Menganalisis besarnya kebutuhan biaya investasi yang diperlukan
- c. Menganalisis besarnya kebutuhan modal kerja yang diperlukan
- d. Memproyeksikan rugi laba usaha yang akan dijalankan
- e. Memproyeksikan arus kas dari usaha yang akan dijalankan
- f. Memproyeksikan neraca dari usaha yang akan dijalankan
- g. Menganalisis sumber dana untuk menjalankan bisnis
- h. Menganalisis tingkat pengembalian investasi yang ditanamkan dengan berdasarkan beberapa analisis

kelayakan investasi, seperti *Discounted Payback Period (DPP)*, *Net Present Value (NPV)*, *Profitabilitas Indeks (PI)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, dan *Average Rate of Return (ARR)*.

2.1.12 Pengertian Peternakan

Menurut Undang – Undang Republik Indonesia no 18 tahun 2009 tentang peternakan dan kesehatan hewan :

1. Peternakan adalah segala urusan yang berkaitan dengan sumber daya fisik, benih, bibit dan/atau bakalan, pakan, alat dan mesin peternakan, budi daya ternak, panen, pasca panen, pengolahan, pemasaran, dan pengusaannya.
2. Kesehatan hewan adalah segala urusan yang berkaitan dengan perawatan hewan, pengobatan hewan, pelayanan kesehatan hewan, pengendalian dan penanggulangan penyakit hewan, penolakan penyakit, medik reproduksi, medik konservasi, obat hewan dan peralatan kesehatan hewan, serta keamanan pakan.
3. Hewan adalah binatang atau satwa yang seluruh atau sebagian dari siklus hidupnya berada di darat, air, dan/atau udara, baik yang dipelihara maupun yang di habitatnya.
4. Hewan peliharaan adalah hewan yang kehidupannya untuk sebagian atau seluruhnya bergantung pada manusia untuk maksud tertentu.

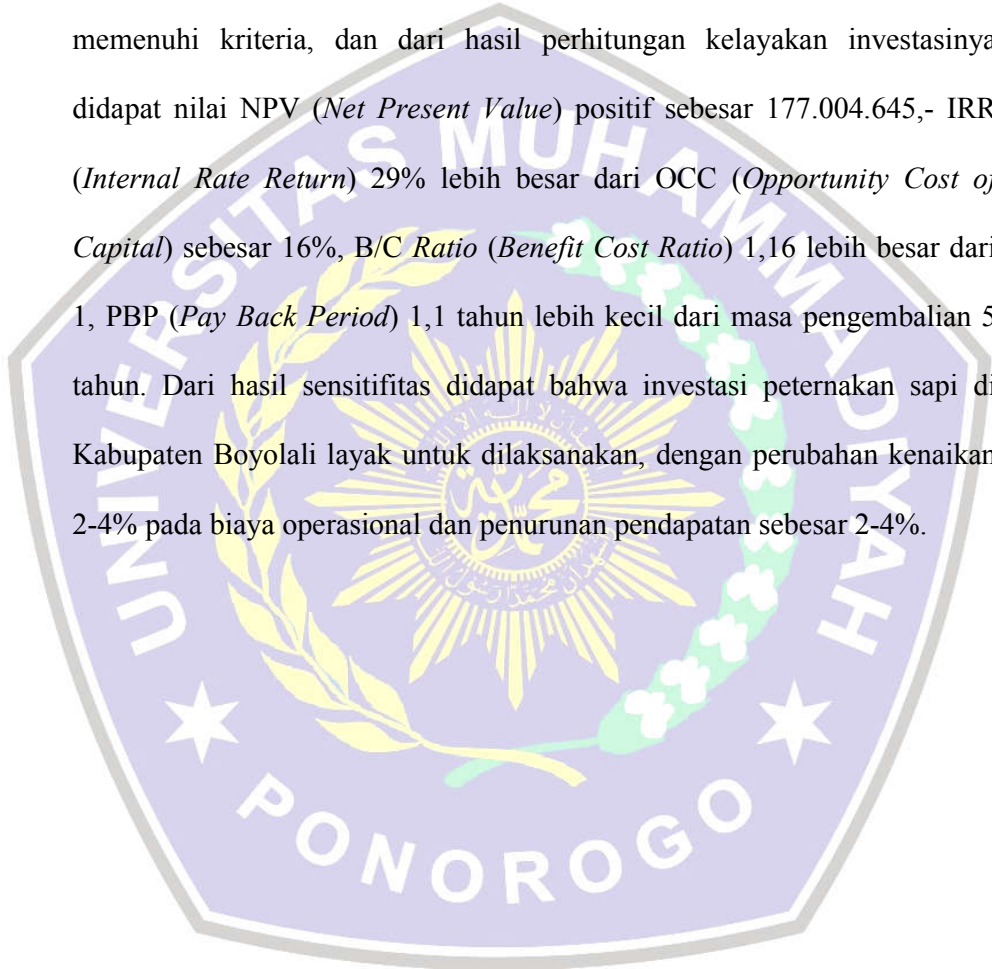
5. Ternak adalah hewan peliharaan yang produknya diperuntukkan sebagai penghasil pangan, bahan baku industry, jasa, dan/atau hasil ikutannya yang terkait dengan pertanian.

2.2 Penelitian Terdahulu

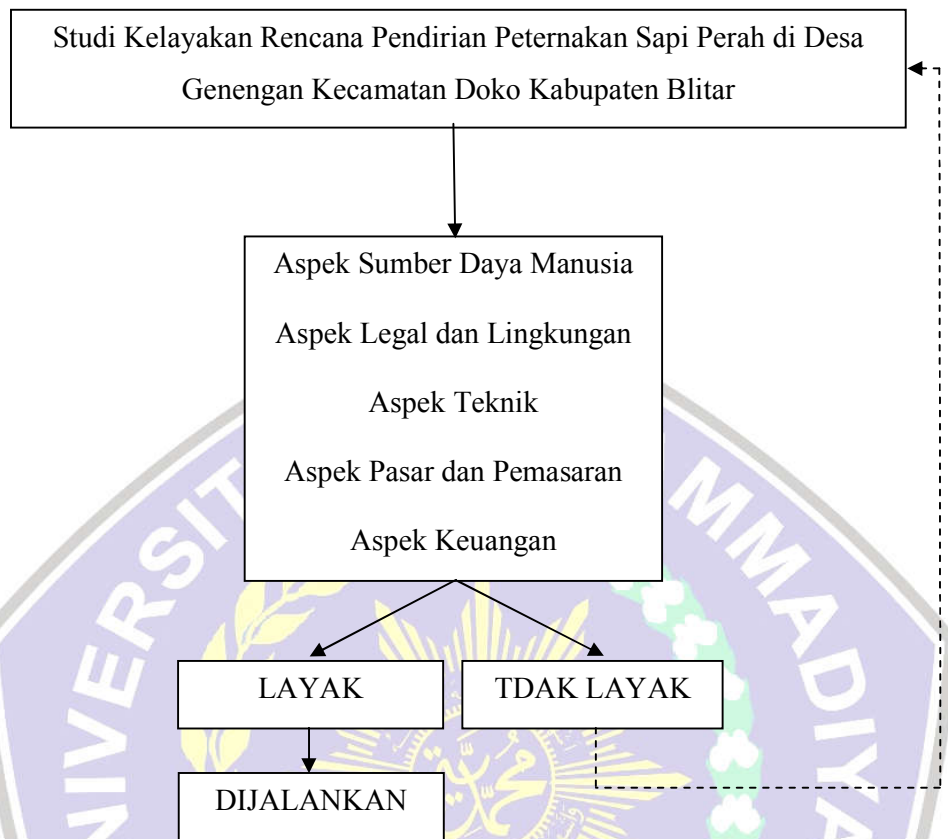
Yuli Dwi Hartanto (2016) melakukan penelitian mengenai Studi Kelayakan Usaha Pengembangan Ternak Sapi Perah Di Desa Bedrug Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo. Berdasarkan analisis aspek kelayakan usaha yang meliputi aspek pemasaran, aspek teknis, aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan, aspek manajemen usaha peternakan sapi perah di desa Bedrug, dusun Krajan, kecamatan Pulung layak untuk dijalankan. Dan berdasarkan analisis aspek keuangan usaha peternakan sapi perah pada peternakan sapi perah di Desa Bedrug, Dusun Krajan layak untuk dijalankan karena telah memenuhi syarat kriteria kelayakan investasi yaitu layak berdasarkan Laporan laba rugi perusahaan. $Net\ Present\ Value\ (NPV) > 1$ atau $277.353.546 > 1$, *Discounted Payback Period* < umur ekonomis yaitu 6 tahun 11,86 bulan < 10 tahun.

Deni Setiawan (2014) melakukan penelitian mengenai Studi Kelayakan Usaha Peternakan Sapi Pedaging di Kalangan Petani di Dusun Getasan, Desa Getasan, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang. Dari hasil perhitungan kelayakan dari segi ekonomi dari pendekatan payback period dan Average Rate of Return (ARR) dapat disimpulkan bahwa peternakan sapi pedaging di kalangan petani di Dusun Getasan, Desa Getasan, Kecamatan Getasan bisa dikatakan Layak.

Angga Radityawan (2010) melakukan penelitian mengenai *Feasibility Study* Investasi Peternakan Sapi di Kabupaten Boyolali. Hasil penelitian ini menunjukkan dari aspek investasi meliputi aspek produksi, pemasaran, dan finansial, Kabupaten Boyolali layak untuk dijadikan lokasi peternakan sapi, melihat dari semua aspek investasi Kabupaten Boyolali memenuhi kriteria, dan dari hasil perhitungan kelayakan investasinya didapat nilai NPV (*Net Present Value*) positif sebesar 177.004.645,- IRR (*Internal Rate Return*) 29% lebih besar dari OCC (*Opportunity Cost of Capital*) sebesar 16%, B/C Ratio (*Benefit Cost Ratio*) 1,16 lebih besar dari 1, PBP (*Pay Back Period*) 1,1 tahun lebih kecil dari masa pengembalian 5 tahun. Dari hasil sensitifitas didapat bahwa investasi peternakan sapi di Kabupaten Boyolali layak untuk dilaksanakan, dengan perubahan kenaikan 2-4% pada biaya operasional dan penurunan pendapatan sebesar 2-4%.



2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Keterangan :

————— : Melanjutkan penelitian ke tahap berikutnya

- - - - - : Melakukan penelitian ulang

2.4 Hipotesis

Berdasarkan dari berbagai aspek studi kelayakan bisnis pendirian usaha baru peternakan sapi perah dapat untuk direalisasikan