

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Definisi Studi Kelayakan Bisnis

Pengertian dari studi kelayakan bisnis menurut Suliyanto (2010, h.3) suatu penelitian yang mempunyai maksud dan tujuan untuk memeberikan keputusan apakah suatu ide bisnis layak atau tidak untuk di laksanakan. Suatu gagasan sebuah ide bisnis dapat dikatakan layak untuk ditindak lanjuti apabila ide gagasan tersebut dapat memberikan manfaat yang lebih besar untuk semua pihak (*stake holder*) dari pada dampak negatif yang dihasilkan oleh penggagas ide bisnis.

Kemudian pendapat dari Kasmir dan Jakfar (2012, h.7) studi kelayakan bisnis merupakan sebuah kegiatan yang di gunakan untuk mempelajari secara mendetail tentang sebuah usaha atau bisnis yang sedang dijalankan, guna menentukan layak atau tidaknya usaha tersebut dijalankan.

Beberapa definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pengertian studi kelayakan bisnis adalah studi mengenai layak atau tidaknya sebuah ide gagasan dari bisnis untuk di laksanakan yaitu dengan mempertimbangkan suatu resiko dalam bisnis. Selain itu pertimbangan dari segi keuntungan yang akan di dapatkan jika dilihat dari beberapa aspek studi kelayakan bisnis.

2. Ruang Lingkup Studi Kelayakan Bisnis

Dari keseluruhan beberap yang menjadi ruang lingkup kajian studi kelayakan bisnis yaitu :

- a. Mencermati dan menilai kemungkinan bisnis untuk diolah lebih teratur dan berkelanjutan
- b. Membuat analisis kelayakan sebuah bisnis dari segi sisi kualitatif dan kuantitatif.
- c. Mencermati dan mempelajari berbagai bentuk resiko pada srtiap bisnis yang dinilai secara luas.
- d. Pembelajaran dari studi kelayakan bisnis direkomendasikan untuk diberikan kepada pihak-pihak yang di anggap mempunyai kepentingan (Irham Fahmi, 2014).

3. Kemungkinan Dari Ilmu Studi Kelayakan Bisnis Pada Masa yang Akan Datang

Fakta yang dikaji dalam studi kelayakan bisnis harus mengakui bahwa studi kelayakan bisnis dianggap sebagai alat tolak ukur dasar yang di rekomendasikan . Dari hal inilah menggunakan rekomendasi kajian studi kelayakan bisnis ialah tindakan yang terbaik sebelum melakukan sebuah bisnis menjadi layak atau tidak untuk dijalankan.

Merujuk dari dasar studi kelayakan bisnis maka seorang yang ingin melakukan bisnis di rekomendasikan untuk studi kelayakan bisnis untuk memulai bisnisnya, agar dalam berjalannya bisnis yang dibangun akan lancar dan meminimalisir resiko yang di dapat. Ilmu studi kelayakan bisnis bisa dibidang adalah sebuah ilmu gabungan dari ilmu lainnya.

Kajian dari semua aspek membuat hasil rekomendasi yang kuat, sehingga akan mempengaruhi terhadap hasil waktu analisis secara maksimal lebih lama. Dalam pengerjaan studi kelayakan bisnis diperlukan kehati-hatian (*prudent*). Tingkat ketelitian juga sangat penting dalam pengerjaannya. Diantaranya memperhitungkan waktu yang di miliki.

Sekarang kondisi dari perekonomian di Negara Indonesia masuk kedalam ekonomi negara yang berkembang dengan stabil. Dengan adanya usaha-usaha untuk membangun stabilitas perekonomian nagara.

Adanya usaha-usaha dalam pembangunan perekonomian negara inilah persaingan dalam bisnis terjadi. Banyaknya pihak-pihak yang mempunyai keinginan untuk mengupayakan peluang yang ada. Dari konteks ini studi kelayakan bisnis berperan sangat penting. Peran serta ilmu kelayakan bisnis inilah yang akan menjamin suatu bisnis berada dalam taraf kesetabilan dan mendapatkan profit yang maksimal.

Bukan rahasia lagi bahwa para pelaku usaha investor dan kreditor pasti mempunyai ketakutan dalam resiko suatu usaha. Dengan adanya penjelasan dan uraian yang sistematis serta detil diharapkan sedikit membantu memberi rasa yakin yang lebih kepada para pelaku usaha diantaranya investor dan kreditor agar menyetujui dalam menyalurkan dana pada bisnis tersebut. Investor adalah pihak yang berkeinginan menanamkan modal dan kreditor adalah lembaga

perbankan yang bertugas memberikan pinjaman atau kredit yang keduanya tidak berkeinginan mengalami kehilangan uang mereka (Irham Fahmi, 2014).

4. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Kasmir dan Jakfar (2012) sebelum suatu usaha atau bisnis dijalankan perlu melakukan studi kelayakan, lima tujuan tersebut yaitu :

a. Meminimalisir Resiko Kerugian

Resiko kerugian merupakan hal yang pasti dan tidak dapat diprediksi dengan sendirinya. Untuk masa yang akan datang studi kelayakan bisnis dapat berperan sebagai pengendali resiko kerugian sesuai fungsinya.

b. Mempermudah Perencanaan

Perencanaan merupakan tujuan yang sangat diperlukan dari sebuah perencanaan dapat merumuskan berapa kebutuhan jumlah dana yang di butuhkan , usaha akan dilaksanakan kapan ,tempat bagaimana teknisnya hingga seberapa besar keuntungan yang ingin dicapai dan bagaimana cara mengatasi resiko yang akan dihadapi.

c. Memudahkan Pelaksanaan Pekerjaan

Rencana yang sudah tersusun mempermudah pelaksanaan bisnis kedepannya dengan efektif dan efisien.

d. Memudahkan Didalam Pengawasan

Pengawasan (*controlling*) adalah hal yang dilakukan setelah melakanakan proyek yang sudah dilakukan sesuai dengan rencana.

e. Memudahkan Pengendalian

Jika dapat diawasi maka jika penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga mudah untuk mengendalikan penyimpangan tersebut.

5. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis

Purwana dan Hidayat (2016, h.12) adapun manfaat dari melakukan studi kelayakan adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Finansial

Suatu usaha dikatakan layak untuk dijalankan akan memberikan keuntungan, terutama secara financial bagi pemilik bisnis. Keuntungan ini biasanya diukur dari nilai uang yang akan diperoleh dari hasil usaha yang dijelankannya.

b. Manfaat Ekonomi

1) Penambahan jumlah barang dan jasa.

Misalnya pendirian pabrik tertentu yang pada akhirnya akan memproduksi barang atau jasa. Adanya ketersediaan jumlah barang dan jasa mengakibatkan masyarakat memiliki banya pilihan. Hal ini secara langsung dapat berdampak kepada harga yang cenderung turun dan peningkatan kualitas barang sejenis.

2) Peningkatan mutu produk

Peningkatan barang dari usaha sejenis dapat memacu persaingan bisnis diantara pelaku bisnis. Persaingan ini secara tidak langsung membuat konsumen memiliki banyak pilihan untuk menggunakan produk. Oleh karena itu, pelaku bisnis berusaha untuk meningkatkan kualitas produknya.

3) Peningkatan devisa

Studi kelayakan bisnis memberikan manfaat bagi negara khususnya pelaku bisnis yang berorientasi pada ekspor yaitu penambahan devisa.

4) Menghemat devisa

Penghematan devisa ini terkait dengan ketergantungan terhadap impor barang dan jasa. Ini berarti pelaku bisnis yang dapat memproduksi barang di dalam negeri dapat menghambat dan bahkan menghindari barang impor. Hal ini secara tidak langsung tindakan tersebut dapat menghemat biaya.

c. Manfaat sosial

1) Membuka peluang pekerjaan

Usaha yang dilakukan pelaku bisnis jelas akan membuka peluang pekerjaan kepada masyarakat, baik bagi masyarakat yang terlibat langsung dengan usaha atau masyarakat yang tinggal sekitar lokasi usaha. Peluang pekerjaan ini memberikan pendapatan bagi masyarakat yang bekerja pada usaha tersebut.

2) Tersedia sarana dan prasarana

Bisnis memberikan manfaat bagi masyarakat secara luas. Manfaat yang dirasakan adalah seperti tersedianya sarana dan prasarana seperti jalan, telepon, air, penerangan, pendidikan, rumah sakit, rumah ibadah, sarana olahraga, serta sarana dan prasarana lainnya.

3) Membuka isolasi wilayah

Untuk wilayah tertentu pembukaan suatu usaha misalnya perkebunan, jalan atau pelabuhan akan membuka isolasi wilayah. Wilayah yang tadinya tertutup menjadi terbuka, sehingga akses masyarakat akan menjadi lebih baik.

- 4) Meningkatkan persatuan dan membantu pemerataan pembangunan.

Adanya usaha memberi ruang pertemuan bagi pekerja dari berbagai suku dan daerah. Pertemuan tersebut memberikan dampak terhadap peningkatan persatuan. Selain itu, usaha tersebut memberikan dampak pada pemerataan pembangunan diseluruh wilayah.

6. Pihak- Pihak yang Memerlukan Studi Kelayakan Bisnis

Hasil penilaian melalui studi kelayakan ini sangat diperlukan dan dibutuhkan oleh berbagai pihak, terutama pihak-pihak yang berkepentingan terhadap usaha yang dijalankan. Menurut Kasmir dan Jakfar (2012, h.14) adapun pihak-pihak yang berkepentingan terhadap hasil studi kelayakan tersebut antara lain :

a. Pemilik Usaha

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

b. Kreditur

Jika uang tersebut dibiayai oleh dana pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya, maka pihak tersebut sangat berkepentingan terhadap

hasil studi kelayakan yang telah dibuat agar kredit atau pinjaman yang diberikan tidak sampai macet akibat usaha tersebut sebenarnya tidak layak untuk dijalankan. Oleh karena itu, sebelum memberikan pinjaman dana biasanya pihak perbankan melakukan studi kelayakan terlebih dahulu secara mendalam.

c. Pemerintah

Bagi pemerintah pentingnya studi kelayakan adalah untuk meyakinkan apakah bisnis yang akan dijalankan memberikan manfaat baik bagi perekonomian secara umum dan juga memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat dengan harapan bisnis yang dijalankan tidak merusak lingkungan.

d. Masyarakat Luas

Bagi masyarakat luas dengan adanya bisnis, terutama bagi masyarakat sekitarnya akan memberikan manfaat seperti lapangan kerja, baik bagi pekerja di sekitar lokasi proyek maupun bagi masyarakat lainnya.

e. 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.

7. Tahap- Tahap dalam Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Suliyanto (2010) berikut adalah langkah-langkah Penemuan Ide Bisnis :

Ide bisnis muncul karena peluang bisnis yang dipandang memiliki prospek yang baik terlihat. Penemuan ide bisnis ini dapat bersumber dari bacaan, hasil pengamatan, informasi dari orang lain, media masa, maupun berdasarkan pengalaman.

a. Melakukan Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan dilakukan untuk memperoleh gambaran umum peluang bisnis dari ide bisnis yang akan dijalankan, termasuk didalamnya prospek dan kendala yang dapat muncul dari bisnis yang akan dilakukan.

b. Membuat Desain Studi Kelayakan

Setelah gambaran umum tentang peluang bisnis dari ide bisnis yang akan dijalankan diperoleh, langkah selanjutnya adalah membuat desain studi kelayakan meliputi penentuan aspek aspek yang akan diteliti, responden, teknik pengumpulan data, penyusunan kuesioner, alat analisis data, penyusunan anggaran untuk studi kelayakan, sampai dengan penentuan desain laporan akhir.

c. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan menggunakan observasi, wawancara, maupun kuesioner, sedangkan sumber data dapat berupa data primer maupun data sekunder.

d. Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data dapat dilakukan dengan menggunakan analisis kualitatif maupun analisis kuantitatif.

e. Menarik Kesimpulan dan Rekomendasi

Kesimpulan didasarkan pada hasil analisis data untuk memutuskan suatu ide bisnis layak atau tidak layak berdasarkan setiap aspek-aspek yang diteliti.

f. **Penyusunan Laporan Studi Kelayakan Bisnis**

Format maupun desain laporan akhir harus disesuaikan dengan pihak-pihak yang akan menggunakan studi kelayakan bisnis. Selain itu besarnya anggaran untuk menyusun studi kelayakan bisnis juga harus dipertimbangkan.

8. Aspek – Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Untuk memperoleh kesimpulan yang kuat tentang layak atau tidaknya sebuah ide bisnis untuk dijalankan maka perlu dilakukan studi yang mendalam pada beberapa aspek studi kelayakan bisnis antara lain :

a. Aspek Pasar & Pemasaran

Menurut Suliyanto (2010, h.82) aspek pasar dan pemasaran menganalisis potensi pasar dan strategi yang digunakan agar produk yang dihasilkan dapat sampai kekonsumen. 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.

Pengkajian aspek pasar penting dilakukan, karena tidak ada bisnis yang dihasilkan oleh suatu bisnis yang dijalankan. Aspek pasar mempelajari tentang:

1) **Permintaan dan Penawaran**

Menurut Husein Umar (2009) permintaan dapat diartikan sebagai jumlah barang yang dibutuhkan konsumen yang mempunyai kemampuan membeli pada berbagai tingkat harga. Hukum permintaan mengatakan bahwa, bila harga suatu barang meningkat, maka kuantitas barang yang diminta akan berkurang. Sebaliknya, jika harga suatu barang menurun, maka kuantitas barang yang diminta akan meningkat. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan, antara lain harga barang itu sendiri, harga barang lain yang memiliki hubungan, pendapatan barang dan jasa yang ditawarkan, selera, jumlah penduduk. Riawan dkk (2017, h.152)

Selanjutnya menurut Husein Umar (2009) penawaran dapat diartikan sebagai kuantitas barang yang ditawarkan di pasar pada berbagai tingkat harga. Dalam fungsi ini, bila harga meningkat maka penjual ingin meningkatkan jumlah barang yang dijualnya. Sampai di mana penjual ingin menawarkan barangnya pada berbagai tingkat harga ditentukan oleh berbagai faktor yang mempengaruhi penawaran suatu barang atau jasa diantaranya : harga itu sendiri, harga barang lain yang memiliki hubungan, teknologi, harga ongkos produksi, tujuan perusahaan.

Menurut Riawan dkk (2017, h.153) jumlah pesanan dan penawaran dan jenis barang yang ada di pasar dapat digunakan sebagai dasar untuk memahami struktur pasar dari produk atau layanannya. Struktur ini dapat di kelompokkan menjadi :

- a) Pasar persaingan sempurna

Suatu pasar di mana terdapat banyak penjual dan pembeli, sehingga aktivitas penjual secara individu tidak dipengaruhi harga barang dipasar.

b) Pasar persaingan monopolistik

Suatu pasar di mana terdapat banyak penjual atau perusahaan dan memiliki ukuran-ukuran yang relatif sama besarnya. Produk yang dihasilkan berbeda corak.

c) Pasar oligopoli

Sebuah struktur pasar yang hanya terdapat sedikit penjual. Barang yang dihasilkan adalah barang standar dan barang berbeda jenis motifnya.

d) Pasar monopoli

Struktur pasar dimana hanya terdapat satu penjual saja. Barang yang dihasilkan tidak mempunyai barang penggantinya yang mirip.

2) Pemasaran

Menurut Suliyanto (2010, h.82) 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. Tujuan analisis aspek pasar dan pemasaran antara lain :

- a) Menganalisis permintaan atas produk yang akan dihasilkan
- menganalisis penawaran atas produk sejenis

b) Menganalisis ketersediaan rekanan atas pemasok faktor produksi yang dibutuhkan

c) Menganalisis ketepatan strategi pemasaran yang akan digunakan.

Menurut Umar (2009) manajemen pemasaran akan dipecah atas beberapa kebijakan pemasaran yang disebut dengan bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran terdiri dari empat komponen, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*).

a) Produk, merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dibeli, digunakan, dikonsumsi, dan dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan.

b) Harga, adalah jumlah uang yang dibayarkan oleh pelanggan atas suatu produk tertentu. Dalam kebijakan manajemen harus menentukan harga dasar dari produknya, kemudian menentukan kebijaksanaan yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos kirim, dan hal – hal lain yang berkaitan dengan masalah harga. Konsep harga harus sesuai dengan nilai yang ditawarkan kepada pelanggan.

c) Tempat, tempat diartikan sebagai distribusi. Distribusi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk menjadi mudah diperoleh dan selalu tersedia untuk konsumen sasaran. Sedangkan saluran distribusi adalah seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikan dari titik produksi sampai titik konsumsi.

d) Promosi, meliputi semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya ke pasar sasaran. Menurut Riawan dkk (2017, h.157) dalam kegiatan promosi, perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Paling tidak ada empat macam sarana promosi yang digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Keempat macam sarana promosi itu adalah : Periklanan (*advertising*), Promosi penjualan (*sales promotion*), Publisitas (*publicity*), Penjualan pribadi (*personal selling*)

b. Aspek Teknis

Studi aspek teknis dan teknologi akan mengungkapkan kebutuhan apa yang diperlukan dan bagaimana secara teknis proses produksi akan dilaksanakan. Perlu diketahui mengenai kapasitas produksi, jenis teknologi yang dipakai, pemakaian peralatan dan mesin, lokasi pabrik, dan tata letak atau *layout* bangunan dan pabrik yang paling menguntungkan. Nurmalina dkk(2009). Kapasitas didefinisikan sebagai suatu kemampuan pembatas dari unit untuk memproduksi dalam waktu tertentu.

Pendapat Suliyanto (2010, h.155) aspek teknik dan teknologi merupakan aspek yang di pergunakan untuk menganalisis seberapa kesiapan dari teknik teknologi dengan ide bisnis. Ide bisnis dikatakan layak berdasarkan aspek teknis dan teknologi apabila hasil dari analisis

yang didapatkan bisnis tersebut dapat berjalan dan dioperasikan dengan sistematis.

Pendapat Suliyanto (2010, h.133) beberapa hal yang perlu dianalisis pada aspek teknis dan teknologi adalah pemilihan lokasi bisnis yang strategis, penentuan skala produksi yang optimal, pemilihan mesin dan peralatan, penentuan *layout* (tata letak), pemilihan teknologi.

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

- 1) Menganalisis kelayakan lokasi untuk menjalankan bisnis.
- 2) Menganalisis besarnya skala produksi untuk mencapai tingkatan skala ekonomis.
- 3) Menganalisis kriteria pemilihan mesin peralatan dan teknologi untuk menjalankan proses produksi.
- 4) Menganalisis *layout* pabrik, *layout* bangunan dan fasilitas lainnya.
- 5) Menganalisis teknologi yang akan digunakan.

c. Aspek Manajemen

Menurut Riawan dkk (2017, h.172) manajemen secara umum diartikan sebagai pengaturan artinya manajemen adalah sebuah seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain.

Sehingga manajemen mempunyai arti bagi mana sebuah perusahaan mampu untuk mengatur dan mengelola sumber daya dengan tujuan suatu usaha tersebut sesuai dengan harapan. Manajemen sendiri harus mengiringi usaha tersebut karena hubungannya yang saling terkait dan tidak bisa digurukan salah satunya karena usaha dan manajemen memang harus dimulai secara bersamaan dan berdampingan. Adapun fungsi – fungsi manajemen yaitu :

1) Perencanaan (*planning*)

Perencanaan adalah proses yang di gunakan untuk menentukan kemana dan bagaimana suatu usaha menuju tujuan yang akan dicapai. Dalam proses perencanaan perlu adanya konsep arah dan tujuan bagaimana suatu usaha dapat dijalankan dengan baik.konsep yang matang akan mempengaruhi hasil yang akan didapatkan.semakin maksimal dalam perencanaan maka semakin maksimal pula hasil yang akan didapatkan. Konsep yang sudah dibuat matang agar menjadi acuan dan rujukan untuk mencapai tujuan.

2) Pengorganisasian (*organization*)

Pengorganisasian merupakan suatu proses yang digunakan untuk menyatukan dan membagi aktivitas-aktivitas dalam unit-unit tertentu agar efektif dan efisien sesuai dengan tanggung jawab dan wewenang si pemegang unit.

Setelah perencanaan perlu adanya pembagian program kerja untuk mempermudah pekerjaandalam tahap ini penempatan setiap

unit harus tepat agar pelaksanaannya sesuai dengan apa yang di harapkan.

3) Pelaksanaan (*actuacting*)

Pelaksanaan adalah proses dimana semua hal yang terencana telah dimulai oleh seluruh unit. Seperti seorang manajer yang mngerahkan seluruh bawahannya untuk memulai pekerjaan sesuai dengan tugas yang telah ditetapkan kepadanya. Karyawan yang sudah ditetapkan dengan masing-masing unit harus benar-benar menjalankan tugas, pokok dan fungsi sesuai yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

4) Pengawasan (*controlling*)

Pengawasan adalah proses untuk mengukur, menilai dan mengevaluasi hasil pekerjaan agar tetap sesuai dengan rencana awal dan mengoreksi berbagai penyimpangan selama proses pelaksanaan kerja. Dapat diartikan sosok manajer mempunyai tugas mengatur bawahannya atau bisa di sebut karyawannya agar mereka bekerja sesuai dengan tujua-tujuan organisasi atau perusahaan.

Manajemen Sumber Daya Manusia meliputi segala sesuatu yang dipersiapkan perusahaan berkaitan dengan kinerja Sumber Daya Manusia, yaitu dalam penempatan posisi kerja sesuai dengan bidangnya masing-masing. Dalam konsep manajemen Sumber Daya Manusia terdapat hal yang berkaitan erat seperti adanya kebijaksanaan, prosedur dan juga praktik dalam mengatur orang lain demi tercapainya tujuan.

a) Analisis jabatan

Analisis jabatan adalah hal yang pertama kali dilakukan sebelum memulai suatu usaha, yaitu dengan cara mempelajari dan mengumpulkan berbagai informasi seperti identitas jabatan, fungsi jabatan, uraian tugas wewenang, tanggung jawab, bahan dan alat dan kondisi kerja dan hal-hal yang berhubungan dengan jabatan, agar posisi tidak salah posisi dan bekerja sesuai dengan porsinya secara optimal.

b) Perencanaan Sumber Daya Manusia

Perencanaan Sumber Daya Manusia adalah mempersiapkan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan, yaitu tentang jumlah tenaga kerja berdasarkan perkiraan hasil produksi dan dalam sistem manajerial juga berdasarkan jumlah jabatan yang tersedia dalam struktur organisasi perusahaan.

c) Pengadaan Tenaga Kerja

Pengadaan dan pencarian tenaga kerja baru dilakukan setelah analisis jabatan dan perencanaan Sumber Daya Manusia sudah terpenuhi dalam rangka mengisi jabatan yang tersedia. Pengadaan tenaga kerja sendiri merupakan proses untuk memperoleh jumlah jenis tenaga kerja yang tepat untuk memenuhi kebutuhan organisasi dan juga bidang pengoprasian usaha dilapangan.

d) Kompensasi

Kompensasi adalah suatu imbalan atau penghargaan kepada setiap karyawan yang bekerja di sebuah perusahaan dan kompensasi ini penting adanya demi mencapai tujuan yang diinginkan. Umumnya

kompensasi ini berupa kompensasi finansial seperti upah, gaji, komisi, bonus dan asuransi.

e) Pengembangan

Pihak manajemen perlu untuk melakukan program pengembangan pada setiap karyawannya untuk peningkatan pengetahuan dan ketrampilan agar mampu memenuhi tuntutan organisasi dalam menghadapi persaingan dan perubahan.

f) Intregasi

Intregasi adalah penyesuaian keinginan karyawan dengan manajemen, yaitu bagaimana karyawan bisa menyelaraskan antara kepentingan pribadinya dengan kepentingan perusahaan agar sama-sama menguntungkan melalui penyampaian aspirasi mereka.

g) Pemutusan hubungan kerja

Pemutusan hubungan kerja disebabkan oleh faktor usia, permintaan pengunduran diri karena alasan pribadi dan adanya pemecatan karena adanya kesalahan.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2009) yang dinilai dalam aspek manajemen adalah para pengelola usaha dan struktur organisasi yang ada. Proyek yang dijalankan akan berhasil apabila dijalankan oleh orang-orang yang profesional. Mulai dari perencanaan, melaksanakan, sampai dengan mengendalikannya apabila terjadi penyimpangan. Demikian pula dengan struktur oerganisasi yang dipilih harus sesuai dengan bentuk dan tujuan perusahaan.

d. Aspek Keuangan

Menurut Rangkuti (2012) analisis kelayakan aspek keuangan dalam bisnis bertujuan untuk mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan aliran kas serta sumber dana dan proyeksi keuangan, baik pemasukan atau pengeluaran yang mungkin terjadi selama masa produksi dan operasional proyek yang direncanakan. Dengan begitu para investor yang menanamkan modalnya pada suatu proyek dapat mengetahui rencana biaya yang dibutuhkan serta proyeksi hasil yang akan diperolehnya dengan investasi yang ditanamkan.

Menurut Umar (2009) tujuan menganalisis aspek keuangan dari suatu studi kelayakan bisnis adalah untuk menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan, dengan membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan, seperti ketersediaan dana, biaya modal, kemampuan proyek untuk membayar kembali dana tersebut dalam waktu yang telah ditentukan dan menilai apakah proyek akan dapat terus berkembang.

Menurut Suliyanto (2010, h.183) aspek keuangan merupakan aspek paling akhir disusun dalam sebuah penyusunan studi kelayakan bisnis. Hal ini karena kajian dalam aspek keuangan berkaitan dengan aspek-aspek sebelumnya. Sisi dari aspek keuangan bisa di gunakan untuk menjawab tentang bagaimana dari kesiapan menggunakan permodalan untuk menjalankan bisnis yang menguntungkan? Ide bisnis bisa dinyatakan layak untuk dijalankan apabila sumber dana untuk pembangunan bisnis tersedia dan bisnis tersebut bisa mampu memberikan pengembalian yang mendatangkan profit berdasarkan aumsi

yang masuk akal dan logis. Tujuan aspek keuangan dalam studi kelayakan bisnis sebagai berikut :

- 1) Meneliti dan memeriksa sumber dana untuk melaksanakan usaha
- 2) Meneliti dan memeriksa besarnya kebutuhan dari biaya investasi yang akan diperlukan
- 3) Meneliti dan memeriksa besarnya kebutuhan modal yang akan dipergunakan
- 4) Memberikan gambaran laba rugi dari usaha yang akan dilaksanakan
- 5) Memberikan gambaran arus kas yang di peroleh dari usaha yang akan dijalankan
- 6) Memberikan gambaran neraca dari usaha yang di jalankan
- 7) Mengkaji asal muasal dana untuk menjalankan suatu bisnis
- 8) Mengamati tingkat pengembalian investasi yang ditanamkan, dengan mempergunakan beberapa dari analisis kelayakan investasi. Beberapa analisis kelayakan investasi tersebut adalah :

a) Metode *Discounted Payback Period* (DPP)

Metode *Discounted Payback Period* (DPP) metode ini mendiskontokan arus kas pada tingkat biaya modal proyek. Metode ini mempertimbangkan nilai waktu dari uang tetapi mengabaikan arus kas diluar periode pembayaran kembali. (Bambang Riyanto, 2011).

Adapun cara perhitungannya adalah :

$$DPP = \frac{\text{Present Value Nilai Investasi}}{\text{Present Value Proceeds Tahunan}} \times 12 \text{ bulan}$$

Dengan kriteria :

Apabila *payback* dari suatu investasi lebih pendek dari pada periode maksimum maka investasi dapat diterima, apabila periode *payback* lebih dari maksimum maka investasi ditolak.

b) Metode *Net Present Value* (NPV)

Metode *Net Present Value* (NPV) adalah nilai keuntungan bersih atau perolehan keuntungan yang diperoleh di akhir pengerjaan suatu proyek/investasi. (Hamaker dkk 2010)

Dengan perhitungan sebagai berikut :

$$NPV = -PV \text{ of Investment} + \frac{\text{Proceeds}}{(1+i)^1} + \dots + \frac{\text{Proceeds}}{(1+i)^2}$$

c) Metode *Internal Rate of Return* (IRR)

Internal Rate of Return (IRR) adalah tingkat bunga yang menyamakan *present value* aliran kas keluar yang diharapkan (*expedited cash outflow*) dengan *present value* aliran kas masuk yang diharapkan (*expedited cash inflow*). (Bambang Riyanto, 2011)

Rumus yang digunakan :

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

Dimana :

i_1 = Tingkat Diskonto 1

i_2 = Tingkat Diskonto 2

NPV_1 = NPV ke 1

NPV_2 = NPV ke 2

9. Pengertian Investasi

Investasi adalah suatu istilah dengan beberapa pengertian yang berhubungan dengan keuangan dan ekonomi. Istilah tersebut berkaitan dengan akumulasi bentuk aktiva dengan suatu harapan mendapatkan keuntungan pada masa depan. Investasi juga disebut sebagai penanaman modal. Ini adalah kebalikan dari divestasi pada asset yang lama. Dalam KBBI Investasi merupakan penanaman uang atau modal di suatu perusahaan atau proyek untuk tujuan memperoleh keuntungan. Secara umum investasi dapat diartikan sebagai meluangkan/ memanfaatkan waktu, uang atau tenaga demi keuntungan / manfaat pada masa datang. (Wikipedia, 2019).

Menurut Fahmi (2015) mendefinisikan investasi sebagai bentuk pengelolaan dana guna memberikan keuntungan dengan cara menempatkan dana tersebut pada alokasi yang diperkirakan akan memberikan tambahan keuntungan (*compounding*).

Dari beberapa definisi investasi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa investasi adalah suatu kegiatan penanaman modal atau sejumlah dana pada bisnis atau pasar modal dengan tujuan investor memperoleh keuntungan dimasa yang akan datang.

10. Sumber Dana dan Biaya Modal

a. Sumber Dana

Dalam memeperkuat struktur modal perusahaan kita dapat melihat dari beberapa segi sumber-sumber dana perusahaan. Apabila modal di butuhkan untuk membiyayai dalam jangka pendek maka akan lebih efektif dan efisien menggunakan sumber modal yang sifatnya jangka pendek begitu juga sebaliknya jika kebutuhan modal perusahaan berjangka panjang maka akan lebih efektif dan efisien menggunakan sumber yang bersifat jangka panjang. Beberapa jenis sumber dana perusahaan sebagai berikut :

1) Sumber Dana yang Digunakan Pengeluaran Jangka Pendek

Sumber-sumber dana yang dipakai untuk membiyayai pengeluaran jangka pendek sebagai berikut :

- a) Pinjaman bank yang sifatnya jangka pendek
- b) Piutang dagang
- c) *Factoring*. Suatu kondisi dari perusahaan membutuhkan dana dan memiliki piutang perusahaan, dan kemudian piutang perusahaan tersebut dijual ke pada lembaga-lembaga yang siap menampung dan mau menerima untuk membayarnya seperti lembaga-lembaga keuangan dan lainnya.

d) Letter of credit (LC). Letter of credit menurut M. Fuad dkk, sebuah janji yang tertulis dari pihak bank bagi pembeli untuk membayar sejumlah uang kepada suatu perusahaan yang menjadi tujuan atau bisa dikatakan pihak penjual apabila sejumlah kondisi dan syarat-syarat telah terpenuhi.

e) Hutang jangka pendek tanpa menggunakan jaminan. Hutang ini biasanya diperoleh di perbankan . di perbankan mempunyai dua bentuk yaitu kreetit rekening koran (*line of credit*)dan kredit rekening koran yang diperpanjang (*revolving line of credit*). Untuk memperoleh pinjaman jangka pendek tanpa jaminan bisa diperoleh jika perusahaan memeiliki sejumlah dana yang jumlahnya dalam sekala besar di bank. Oleh karena itu perbankan dapat memberikan pijaman dengan kata lain pihak perbankan memberikan kepercayaanhingga dengan saldo dana tersebut menyebabkan perbankan memberikan pinjamanan setelah melihat saldo yng dimiliki perusahaan tersebut.

2) Sumber Dana yang Digunakan untuk Pengeluaran Jangka Panjang

Beberapa dana yang bisa digunakan untuk membiyayai pengeluaran jangka panjang sebagai berikut :

a) Penjualan Obligasi (*bonds*) ialah jenis surat yang mempunyai nilai dengan masa waktu yang panjang, jangka waktunya biasanya 5 sampai 10 tahun.

b) Hutang bank yang sifatnya jangka panjang. Penjabarannya suatu perusahaan mampu menjamin dana yang diberikan oleh pihak

bank dengan jangka waktu 10 tahun hingga 15 tahun. Hutang bank yang sifatnya jangka panjang atau kredit jangka panjang biasanya menerapkan perhitungan dengan sistem fleksibilitas dalam artian mengikuti perubahan yang akan terjadi atau sesuai dengan kondisi pasar. (Irham Fahmi, 2014)

2. Biaya Modal

Menurut Handoko (2009, h.234) “Biaya modal adalah tingkat imbal hasil minimum yang harus diterima oleh investor sehingga investor bersedia menandai suatu proyek pada tingkat resiko tertentu”

Menurut Sutrisno (2011, h.150) “Biaya modal adalah semua biaya yang secara riil dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka mendapatkan sumber dana yang digunakan untuk investasi perusahaan”

Biaya modal (*cost of capital*) ialah segala biaya yang secara nyata dikeluarkan dari perusahaan untuk mendapatkan sumber dana. Ada dua jenis biaya modal :

- 1) Biaya modal hutang jangka pendek, hutang jangka pendek hutang yang mempunyai umur kurang dari 1 tahun. Perhitungannya menggunakan rumus :

$$kt = kb (1 - t)$$

Keterangan :

kt = biaya hutang jangka pendek setelah pajak

kb = biaya hutang jangka pendek sebelum pajak yaitu sebesar tingkat bunga hutang.

t = tingkat pajak

- 2) Biaya modal (*long term liabilities*), pada dasarnya biaya pada penggunaan hutang jangka panjang yang berasal dari obligasi. Bisa dihitung menggunakan rumus :

$$kd = I + (N - Nb) / n$$

Keterangan :

I = bunga (*long term liabilities*) hutang jangka panjang (obligasi)

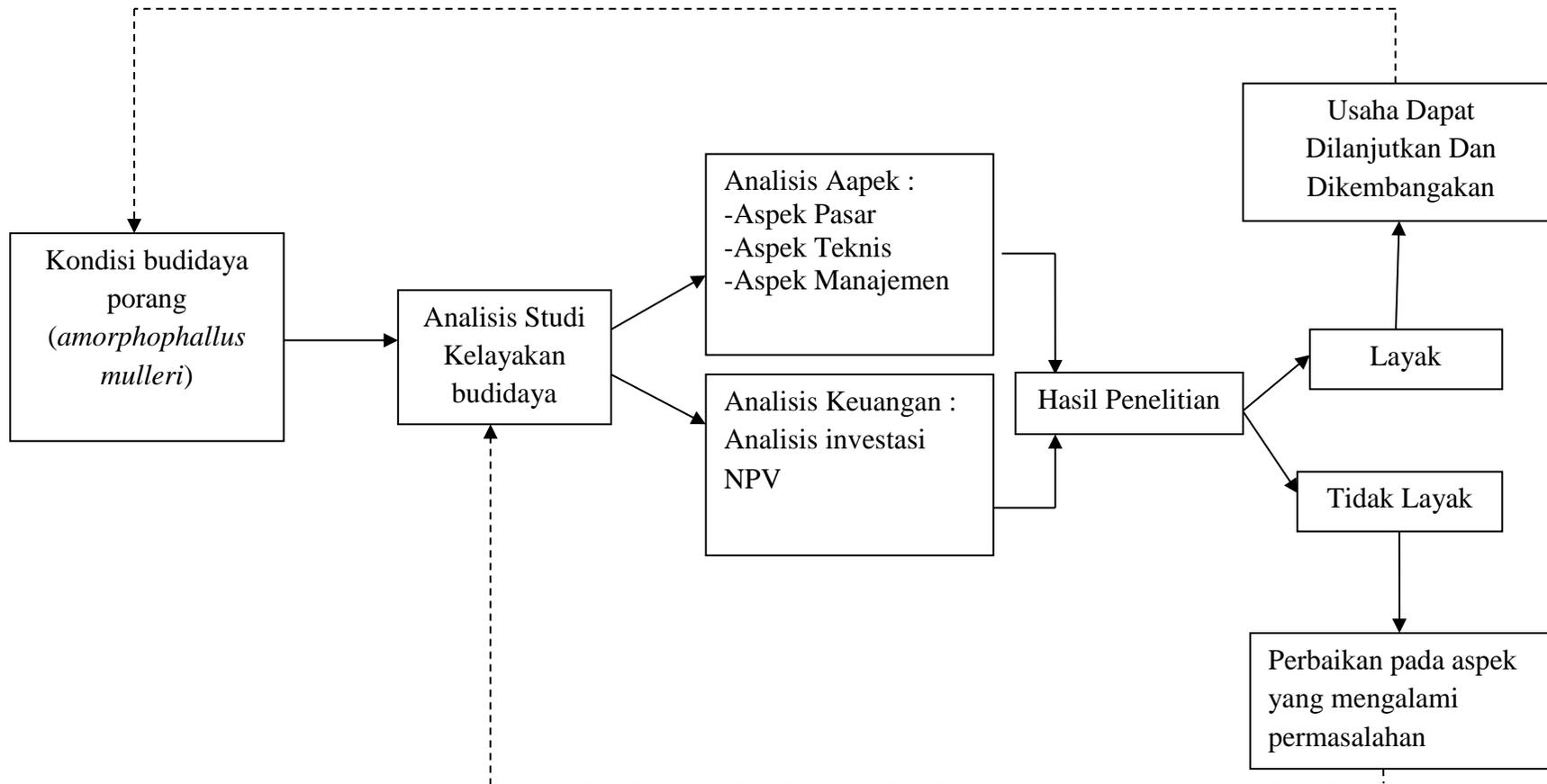
1 tahun

N = nilai obligasi pada akhir umurnya

Nb = nilai bersih penjualan obligasi

N = umur obligasi

B. Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 1

