

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Definisi Studi Kelayakan Bisnis

Studi Kelayakan Bisnis adalah suatu ide bisnis yang dinyatakan layak atau tidak untuk dilaksanakan. Ide bisnis ini dapat dikatakan layak untuk dijalankan apabila ide bisnis ini mendatangkan suatu manfaat. Sulyanto (2010) menyatakan bahwa studi kelayakan bisnis adalah suatu penelitian yang mendalami suatu ide bisnis mengenai layak atau tidak layaknya ide bisnis ini dijalankan.

2. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Kasmir & Jakfar (2010, p.12-14) terdapat lima tujuan sebelum suatu usaha atau bisnis dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan yaitu :

1) Menghindari terjadinya resiko kerugian

Menghindari terjadinya resiko kerugian di masa mendatang, hal ini dapat diramalkan namun dapat juga resiko ini tidak dapat diramalkan karena masa mendatang semacam suatu kondisi ketidakpastian. Dalam hal ini, fungsi studi kelayakan ialah untuk memperkecil resiko yang tidak di inginkan, baik dari resiko yang sudah terkendali maupun yang tidak terkendala.

2) Memudahkan perencanaan

Apabila sudah meramalkan suatu yang akan terjadi di masa mendatang maka hal ini dapat mempermudah perencanaan. Perencanaan meliputi beberapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha atau proyek akan dijalankan, dimana lokasi proyek akan dibangun, siapa saja yang akan melaksanakannya, bagaimana cara menjalankannya, seberapa besar keuntungan yang diperoleh serta bagaimana mengawasinya jika terjadi penyimpangan.

3) Memudahkan pelaksanaan pekerjaan

Dengan rencana yang telah tersusun maka hal ini sangat memudahkan suatu pelaksanaan bisnis, pengerjaan usaha dapat dilaksanakan secara sistematis.

4) Memudahkan pengawasan

Melaksanakan usaha sesuai dengan rencana maka mempermudah suatu pengawasan terhadap jalannya usaha.

5) Memudahkan pengendalian

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

3. Tahapan Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Kasmir & Jakfar (2010) tahapan yang terdapat distudi kelayakan bisnis ini dilakukan untuk mempermudah pelaksanaan studi

kelayakan. Adapun tahapan yang umum dilakukan dalam studi kelayakan sebagai berikut:

1) Pengumpulan data dan informasi

Mengumpulkan data secara lengkap baik bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Pengumpulan data dan informasi dapat diperoleh dari lembaga-lembaga yang memang berenang untuk mengeluarkannya, seperti Biro Pusat Statistik (BPS), Badan Koordinasi Penanaman modal (BKPM), Badan Pengelola Pasar modal (Bapepam), Bank Indonesia (BI).

2) Melakukan pengolahan data

Setelah data dan informasi terkumpul maka memasuki langkah selanjutnya adalah melakukan pengolahan data dan informasi tersebut. Pengolahan data dilakukan secara benar dan akurat dengan metode dan ukuran yang telah lazim digunakan untuk bisnis.

3) Analisis data

Langkah berikutnya adalah melakukan analisis data dalam rangka menentukan kriteria kelayakan dari seluruh aspek.

4) Mengambil keputusan

Setelah langkah-langkah diatas maka langkah selanjutnya yaitu mengambil keputusan terhadap hasil yang tersebut hal ini sesuai dengan criteria yang telah ditetapkan apakah layak atau tidak dengan ukuran yang telah ditentukan.

5) Memberikan rekomendasi

Langkah yang terakhir adalah memberikan rekomendasi kepada pihak-pihak tertentu terhadap laporan studi yang telah disusun. Dalam memberikan rekomendasi diberikan juga saran-saran serta perbaikan yang perlu, jika memang masih dibutuhkan baik kelengkapan dokumen maupun persyaratan lainnya.

4. Pihak Yang Memerlukan Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Aldy et al., (2017) Beberapa pihak yang berkepentingan dalam hasil studi kelayakan bisnis dapat dijabarkan seperti :

a. Investor

Apabila hasil stidi kelayakan bisnis yang telah dibuat ternyata layak atau tidak untuk direalisasikan, pendanaannya dapat dicari misalnya dengan mencari investor atau pemilik modal yang mau menanamkan modalnya pada proyek yang akan dikerjakan.

b. Kreditor

Salah satu sumber pendanaan usaha atau bisnis dapat juga diperoleh dari bank. Pihak bank akan mengkaji ulang studi kelayakan bisnis yang telah dibuat tersebut termasuk mempertimbangkan sisi – sisi lain, misalnya bonafiditas dan tersedianya agunan yang dimiliki perusahaan sebelum memutuskan untuk memberikan kredit atau tidak.

c. Pihak Manajemen Perusahaan

Pembuatan suatu studi kelayakan bisnis dapat dilakukan oleh pihak eksternal perusahaan selain dibuat sendiri oleh pihak internal perusahaan. Terlepas dari siapa yang membuat jelas bagi manajemen

bahwa pembuatan proposal ini merupakan suatu upaya dalam rangka merelisasikan ide proyek yang pada akhirnya bermuara pada peningkatan usaha.

d. Pemerintah dan Masyarakat

Studi kelayakan bisnis yang disusun perlu memperhatikan kebijakan – kebijakan yang telah ditetapkan oleh pemerintah karena bagaimanapun pemerintah secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi kebijakan perusahaan.

5. Aspek – Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Adanya aspek studi kelayakan guna untuk memperoleh kesimpulan mengenai layak atau tidak ide bisnis ini dijalankan, adapun beberapa aspek kelayakan bisnis ialah :

1) Aspek Hukum

Aspek hukum membahas mengenai pemenuhan ketentuan hukum dan perizinan sebelum usaha dijalankan. Jika hal ini tidak dilaksanakan sebelum usaha didirikan maka usaha yang sudah berdiri akan terganggu dengan kegagalan perizinan dan hukum. Sehingga tujuan dari aspek hukum ini untuk memenuhi prosedur atau persyaratan yang sudah ada mengenai perizinan Suliyanto (2010 p. 15-16).

Suatu usaha sangat membutuhkan perizinan usaha diantaranya yaitu akta pendirian perusahaan dari notaris, Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Surat Tanda Daftar Perusahaan (STDP) dan surat ijin tempat (Suliyanto, 2010, p.33).

2) Aspek Teknis dan Teknologi

Aspek teknis ini membahas mengenai suatu kesiapan teknis dan tersedianya teknologi dan yang perlu di analisis dalam aspek ini yaitu penentuan lokasi , tempat produksi, kebutuhan bahan baku, proses produksi dan alat yang dipergunakan.

Aspek teknis dan teknologi juga memiliki suatu tujuan yang perlu kita ketahui yaitu :

- a) Untuk menganalisis kelayakan suatu lokasi untuk menjalankan usaha
- b) Untuk menganalisis besarnya skala produksi hal ini untuk pencapaian tingkat skala ekonomis
- c) Untuk kriteria pemilihan mesin peralatan dan teknologi untuk menjalankan proses produksi
- d) Untuk menganalisis *layout* suatu pabrik, *layout* bangunan serta fasilitasnya
- e) Untuk menganalisis teknologi yang akan digunakan suatu perusahaan

3) Aspek Pasar dan Pemasaran

Menurut Aldy et al., (2017) Setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti olehpemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untukmencari atau menciptakan pasar. Pasar adalah himpunan pembeli nyata dan pembeli potensialas suatu produk. Pasar nyata maksudnya adalah himpunan konsumen yang memiliki minat, pendapatan,dan akses pada suatu produk atau jasa tertentu.

Suliyanto (2010) mengatakan bahwa suatu ide bisnis dapat dikatakan layak berdasarkan aspek pasardan pemasaran apabila ide bisnis dapat menghasilkan prduk yang dapat diterima pasar dengan tingkat penjualan yang menguntungkan.(p.82)

Menurut Suliyanto, (2010) aspek pasar dan pemasaran ini mempunyai suatu tujuan diantaranya :

- a) Menganalisis permintaanatas produk yang akan dihasilkan
- b) Menganalisis penawaran atas produk sejenis
- c) Menganalisis ketersediaan rencana atas pemasok faktor produksi yang dibutuhkan
- d) Menganalisis ketepatan strategi pasar yang akan digunakan.

Suliyanto (2010) mengatakan bahwa terdapat variabel-variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dikelompokkan menjadi empat kelompok yaitu :

- a) *Product* (Produk)

Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan suatu perhatian, pemakaian, pembelian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan yang berupa barang dan jasa.

- b) *Price* (Harga)

Suliyanto, (2010)Ada beberapa pendekatan yang digunakan untuk menetapkan harga, yaitu:

- 1) *Cost Based Pricing*

Metode penentuan harga suatu produk didasarkan atas besarnya kos produk ditambah dengan keuntungan yang diinginkan.

2) *Value Based Pricing*

Metode ini merupakan metode penentuan harga dengan menggunakan satu persepsi nilai dari pembeli

3) *Competition Based Pricing*

Penentuan harga dengan menggunakan metode ini didasarkan pada pertimbangan harga yang ditetapkan.

c) *Promotion* (Promosi)

Suliyanto (2010, p.30) Promosi adalah semua kegiatan yang dijalankan perusahaan untuk mengomunikasikan dan mempromosikan produk pada target pasar. Untuk hal ini membutuhkan strategi bauran promosi (*Promotion mix*) sebagai berikut:

1) *Advertising* (Periklanan)

Komunikasi nonindividu menggunakan berbagai media seperti brosur, iklan melalui media elektronik seperti televisi, radio, dan media sosial.

2) *Personal Selling*

Suatu aktivitas penjualan dengan tenaga penjual (wiraniaga) yang memperkenalkan produk agar masyarakat atau calon konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut

3) *Public Relation*

Aktivitas periklanan yang tidak dilakukan oleh pihak perusahaan secara langsung melainkan oleh pihak lain.

4) *Sales Promotion*

Aktivitas periklanan yang dilakukan dengan melalui pameran, demonstrasi, dan lain-lain.

d) *Place* (Tempat atau Distribusi)

Distribusi adalah semua kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan bertujuan membuat produk dapat dengan mudah diperoleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat, sedangkan saluran distribusi adalah saluran untuk menyalurkan produk agar sampai ke tangan konsumen akhir Sulyanto (2010, p.91).

Sulyanto (2010) mengatakan bahwa terdapat tiga tahapan dalam strategi pemasaran sebagai berikut :

- 1) Segmentasi pasar (*Segmenting*)
- 2) Penetapan pasar sasaran (*Targeting*)
- 3) Penetapan posisi pasar (*Positioning*)

4) Aspek manajemen dan Sumber daya manusia

a) Definisi Manajemen

Mengatakan Fauzi & Irviani (2018) bahwa definisi manajemen dari berbagai literature dapat dilihat dari tiga pengertian yaitu :

- 1) Manajemen sebagai suatu proses

Manajemen adalah suatu cara pencapaian tujuan yang telah ditentukan terlebih dahulu melalui kegiatan orang lain.

2) Manajemen sebagai suatu kolektivitas manusia

Manajemen sebagai suatu kolektivitas merupakan suatu kumpulan orang yang bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama. Kumpulan orang-orang yang menunjukkan adanya tingkat kepemimpinan.

3) Manajemen sebagai ilmu dan seni

Scientific method adalah suatu pendekatan yang tepat terhadap suatu objek ilmu dan tujuan utamanya ialah untuk menambah pengetahuan yang sudah ada.

b) Fungsi-Fungsi Manajemen

1) Perencanaan (*Planning*)

Fauzi & Irviani (2018,p.15) Pada dasarnya kegiatan perencanaan melalui tahapan berikut:

- a) Menentukan tujuan atau serangkaian tujuan.
- b) Merumuskan keadaan saat ini.
- c) Mengidentifikasi segala kemudahan dan hambatan.
- d) Mengembangkan rencana atau serangkaian kegiatan untuk pencapaian tujuan.

2) Pengorganisasian (*Organizing*)

Fauzi & Irviani (2018) Mengatakan bahwa pengorganisasian adalah fungsi manajemen dan merupakan suatu proses yang dinamis sementara organisasi merupakan

alat atau wadah yang statis. Fungsi ini berkaitan erat dengan fungsi perencanaan karena pengorganisasian pun perlu adanya perencanaan .

3) Penggerakan (*Actuating*)

Actuating adalah hubungan antara aspek-aspek individual yang ditimbulkan oleh adanya pengaturan terhadap bawahan-bawahan untuk dapat dipahami dan pembagian pekerjaan yang efektif untuk tujuan perusahaan yang nyata.

(Fauzi & Irviani, 2018)

4) Pengendalian atau Pengawasan (*Controlling*)

Fauzi & Irviani (2018) mengatakan bahwa pengendalian merupakan suatu proses pengaturan aktivitas-aktivitas organisasi secara sistematis agar konsisten dengan ekspektasi yang terdapat dalam rencana, target, dan standar kinerja.

5) Aspek keuangan

Aspek keuangan, menilai biaya-biaya apa saja yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biaya-biaya yang akan dikeluarkan. Kemudian meneliti seberapa besar pendapatan yang akan diterima, seberapa lama investasi yang ditanamkan akan kembali, sumber pembiayaan bisnis, dan tingkat bunga yang berlaku. (Kasmir & Jakfar, 2010).

Suliyanto (2010) aspek keuangan memiliki tujuan yang spesifik yaitu:

- a) Menganalisis suatu sumber dana untuk menjalankan sebuah usaha
- b) Menganalisis besarnya kebutuhan biaya investasi yang diperlukan
- c) Memproyeksikan rugi laba, arus kas dan neraca dari usaha yang akan dijalankan
- d) Menganalisis sumber pendanaan untuk menjalankan usaha
- e) Menganalisis tingkat pengembalian investasi yang ditanamkan berdasarkan analisis kelayakan investasi seperti *Discounted Payback Period (DPP)*, *Net Present Value (NPV)*, *Profitabilitas Indeks (PI)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, *Rate on Investment (ROI)*, *Break Even Point (BEP)* dan *Cost of Capital (COC)*.

6. Jenis-Jenis Biaya Usaha

1) Investasi

Investasi merupakan penanaman suatu modal untuk satu atau lebih aktiva yang dimiliki, biasanya hal ini membutuhkan waktu lama dengan harapan untuk mendapatkan suatu keuntungan dimasa yang akan datang (Suliyanto, 2010).

Tujuan investasi untuk mencapai suatu efektifitas dan efisiensi dalam keputusan yang memiliki tujuan sebagai berikut

- a) Terciptanya keberlanjutan (continuity) dalam investasi tersebut.
 - b) Terciptanya profit yang maksimal atau keuntungan yang diharapkan.
 - c) Terciptanya kemakmuran bagi para pemegang saham.
 - d) Turut memberikan andil bagi pembangunan bangsa
- 2) Biaya operasional

Biaya operasional merupakan keseluruhan biaya yang harus dikeluarkan agar kegiatan bisnis bisa berjalan secara normal. Yang terdapat dalam biaya operasional:

- a) Biaya bahan baku dan biaya bahan penolong
- b) Biaya bahan bakar dan Biaya personal serta biaya lain-lain

7. Jenis – Jenis Modal

Modal yang digunakan untuk menjalankan suatu usaha dapat berasal dari dua sumber, yaitu :

1) Modal Asing

Suliyanto (2010) mengatakan bahwa modal asing ini berasal dari luar perusahaan yang sifatnya sementara bekerja dalam suatu perusahaan. Modal asing ini sama halnya dengan hutang yang harus dibayar berdasarkan jangka waktu tertentu.

2) Modal Sendiri

Kasmir & Jakfar (2010) mengatakan bahwa modal sendiri yaitu berasal dari suatu perusahaan itu sendiri, yang tertanam untuk jangka waktu yang tidak tertentu. Modal sendiri dapat dibagi dalam bentuk modal saham, cadangan dan laba ditahan.

3) COC (*Cost Of Capital*)

Cost Of Capital (COC) adalah biaya yang secara riil (nyata) akan dikeluarkan oleh perusahaan guna mendapatkan dana yang akan diperlukan dalam kegiatan investasi. Biaya modal yang dimaksud berasal dari modal sendiri maupun hutang.

8. **Peternakan**

Menurut dinas peternakan 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, medis reproduksi, medis konservasi, obat hewan dan peralatan kesehatan hewan.

- 3) Hewan adalah binatang atau satwa yang seluruh atau sebagian dari siklus hidupnya berada didarat,air, dan/atau udara, baik yang dipelihara maupun yang dihabitatnya.
- 4) Hewan peliharaan adalah hewan yang kehidupannya untuk sebagian atau seluruhnya bergantung pada manusia untuk maksud tertentu.
- 5) Ternak adalah hewan peiharaan yang produknya diperuntukkan sebagai penghasilan pangan, bahan baku industry, jasa dan/atau hasil ikutannya yang terkait dengan pertanian. (D. Peternakan, 2009)

9. Madu dan Daun Katuk

Dibawah ini adalah pembahasan mengenai madu dan daun katuk :

1) Madu

Madu adalah semacam cairan yang sama halnya menyerupai sirup madu ini dihasilkan dari lebah madu. Madu memiliki rasa yang khas yaitu manis karena manis madu tidak menyerupai gula ataupun pemanis lainnya melainkan dari cairan manis (*nectar*) yang terdapat pada bunga.

2) Keunggulan Madu

Madupun mempunyai suatu keunggulan yang tidak kalah dari penghasil peternak lainnya menurut Sakri (2015) yaitu :

- a) Pengganti Gula
- b) Mudah Dicerna
- c) Sumber Vitamin dan Mineral
- d) Memenuhi Kebutuhan Protein dan Mengandung Zat Antibiotik

Adapun manfaat atau kasiat dalam madu yaitu :

- a) Madu dapat membantu penderita gangguan pada kesehatan seperti ginjal dan usus yang nantinya berfungsi secara normal
 - b) Apabila dibandingkan dengan jumlah gula, kandungan kalori pada madu 40 persen lebih rendah.
 - c) Memiliki energi yang besar, namun madu tidak membuat gemuk.
 - d) Apabila dicampur dengan air hangat, madu dapat berdifusi kedalam darah dalam waktu tujuh menit.
 - e) Molekul gula bebas membuat otak berfungsi lebih baik.
- 3) Daun katuk

Suwanti & Kuswati (2016) mengatakan Ada beberapa manfaat daun katuk untuk tubuh yaitu :

- a) Tingkatan Produk ASI
- b) Perawatan Kecantikan
- c) Mencegah osteoporosis
- d) Mengobati Influenza
- e) Sumber vitamin A terbaik
- f) Pembunuh bakteri dan virus
- g) Menjaga kekebalan tubuh ibu dan janin
- h) Mengurangi tekanan darah tinggi

10. *Breastfeeding Honey* (Madu Menyusui)

Suatu produk perpaduan dari tanaman herbal dan hasil peternakan lebah *A.mellifera* yaitu madu dan ekstrak daun katuk yang diproduksi dalam bentuk sirup, perpaduan antara keduanya ini sangat bermanfaat untuk ibu menyusui dimana daun katuk memang terkenal untuk memperlancar ASI sedangkan madu terkenal dengan banyak kasiatnya. Produk ini berfungsi untuk memperlancar Air Susu Ibu (ASI) selain itu juga dapat digunakan untuk penyembuhan luka setelah melahirkan, dapat mengurangi keriput dini.



B. Penelitian Terdahulu

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

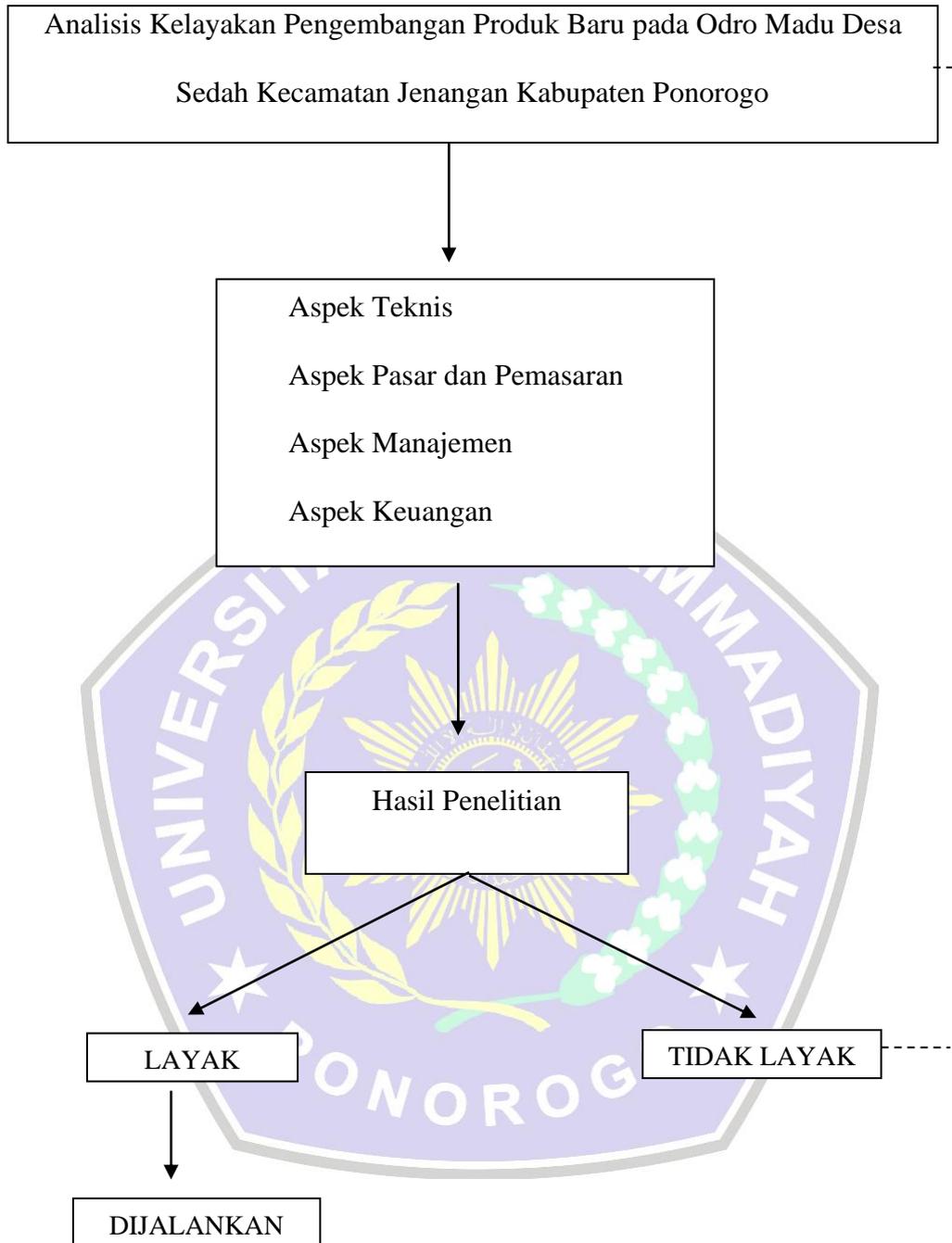
Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Kesimpulan
(Irfani, 2011)	Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Ransel Laptop Di Umkm Yogi Tas Desa Laladonkecamatan Ciomas Kabupaten Bogor	<p>a. Ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran, teknis, manajemen dan hukum, sosial ekonomi dan lingkungan menunjukkan pengembangan usaha yogi tas layak untuk dijalankan.</p> <p>b. Ditinjau dari aspek finansial umur proyeksi selama lima tahun pada tingkat discount rate sebesar 6%.</p> <p>c. Analisis switching value menunjukkan bahwa tingkat kepekaan maksimum usaha terhadap kenaikan inflasi berada pada batas 14,37%.</p>
(Wardoyo et al., 2016)	Analisis Kelayakan Usaha Ternak Lebah Madu Jaya Makmur di Desa Jono OGE Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi	Pendapatan yang diperoleh dalam usaha Ternak Lebah Madu Sebesar Rp. 3.899.51 per periode produksi, Nilai Revenue of Cost Ratio (R/C) sebesar 1,27 menunjukkan bahwasaha ini layak dijalankan
(TITI RAPINI, SE, 2013)	Analisis Kelayakan Usaha Pen Gembangan Produk Pada Industri Tape Singkong Di Desa Bajang	Dari analisis aspek teknis rencana pengembangan layak untuk dijalankan, karena peralatan yang diperlukan tersedia dipasaran. Dari aspek pemasaran produk pada awal dapat dititipkan pada pengrajin dodol yang sudah ada, seperti halnya Teguh Raharja yang juga

Kecamatan Mlarak memasarkan produk dari pengrajin Kabupaten Ponorogo yang lain. Dari aspek finansial, dari Analisa penilaian investasi DPP kurang dari separo umur ekonomis sehingga layak untuk dijalankan. Sedangkan dari Analisa NPV diperoleh positif yang berarti menguntungkan.

(Ulva et al., 2019) Analisis Peningkatan Profitabilitas Petani Jamur Tiram Melalui Pengembangan Usaha Abon Jamur Tiram Dari analisis pasar dan pemasaran, aspek teknis aspek MSDM, aspek teknologi, aspek hukum, dan aspek keuangan, usahan pengembangan abon jamur tiram layak untuk dijalankan. Dari analisis ROI yang semula 15% menjadi 24% maka usaha layak untuk dijalankan karena profitabilitas meningkat.



C. Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka berfikir

Keterangan :

———— = Melakukan penelitian ke tahap selanjutnya

- - - - - = Melakukan penelitian ulang

D. Hipotesa

Hipotesa merupakan hasil sementara yang nantinya akan diuji tingkat kebenarannya. Disini penulis mengambil kesimpulan sementara bahwa :

- 1) Pengembangan produk baru berupa Breasfeeding Honey yang ditinjau dari aspek teknis layak untuk dijalankan.
- 2) Pengembangan produk baru berupa Breasfeeding Honey yang ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran layak untuk dijalankan.
- 3) Pengembangan produk baru berupa Breasfeeding Honey yang ditinjau dari aspek manajemen dan sumber daya manusia layak untuk dijalankan.
- 4) Pengembangan produk baru berupa Breasfeeding Honey yang ditinjau dari aspek keuangan layak untuk dijalankan

