# BAB II

# TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

## A. Penelitian Terdahulu

Pertama, penelitian oleh Winanta, dkk (2014) tentang analisis kelayakan usaha kopi luwak di Bali. Aspek yang digunakan yaitu aspek pasar, aspek teknis, aspek MSDM, aspek legal dan lingkungan, dan aspek finansial. Hasil penelitian aspek pasar menunjukan usaha memiliki peluang pasar positif, aspek teknis menunjukan kapasitas produksi sesuai dengan target penjualan karena memanfaatkan fasilitas penunjang, aspek MSDM menunjukan usaha mempunyai stuktur organisasi dan tenaga kerja yang cukup, aspek legal dan lingkungan menunjukan tersedia izin usaha dan dampak lingkungan dapat menanggulangi, dan aspek keuangan menunjukan *Payback Pariod* selama 3 tahun 5 bulan, *Net Present Value* positif yaitu 363.970.733, dan *Internal Rate of Return* lebih besar dari MARR yaitu 21%. Berdasarkan hasil analisis tersebut disimpulkan usaha kopi luwak di Bali layak didirikan.

Kedua, Abidatul, dkk (2015) menunjukan usaha *home industry* Coklat Cozy layak. Analisis menggunakan aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan produksi, aspek organisasi dan manajemen, dan aspek keungan. Aspek pemasaran menunjukkan prospek usaha cukup baik, serta strategi bauran pemasaran cukup bagus. Aspek teknis dan produksi kondisi tempat dan peralatan bersih dan terjaga kualitasnya, serta dapat memenuhi kapasitas produksi. Aspek manajemen dan organisasi fungsi-fungsi manajemen cukup baik, serta bentuk organisasi garis menunjukkan pemilik berupaya menjalin

hubungan dengan karyawan dengan solidaritas tinggi. Aspek keuangan nilai NPV positif, IRR>7,75%, dan PI>1.

Ketiga, penelitian oleh Iskandar, dkk (2015) tentang analisis kelayakan usaha *steak cafe* di Kota Pekanbaru. Aspek yang digunakan yaitu aspek pasar, aspek teknis, aspek legal dan lingkungan, aspek sumber daya manusia, dan aspek keuangan. Hasil penelitian aspek pasar, teknis, legal dan lingkungan, serta sumber daya manusia dikatakan layak. Selanjutnya analisis keuangan dengan asumsi target pasar sebesar 11% menghasilkan PP selama 4 bulan 3 hari, NPV sebesar Rp 1.775.332.187, dan IRR sebesar 21,67%. Sehingga secara keseluruhan usaha *steak cafe* dinyatakan layak didirikan.

Berdasarkan pemaparan penelitian terdahulu di atas terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaannya yaitu objek yang digunakan berupa usaha kopi dan *cafe*, aspek yang dikaji, serta kasus penelitian tentang pendirian usaha disuatu wilayah. Sedangkan perbedaanya yaitu lokasi penelitian, cara menganalisis kelayakan pada setiap aspek.

Penelitian terdahulu pada aspek teknis dan operasi hanya menganalisis lokasi dan pemilihan teknologi, sedangkan penelitian ini ditambah dengan analisis *layout*. Penelitian terdahulu pada aspek manajemen dan organisasi menganalisis rencana jumlah dan tugas tenaga kerja, sedangkan penelitian ini menyempurnakan dengan analisis fungsi manajemen. Dua penelitian terdahulu tidak menganalisis aspek sosial dan ekonomi, sedangkan penelitian ini menggunakan analisis aspek sosial dan ekonomi. Penelitian terdahulu pada

aspek keuangan tidak mencantumkan analisis biaya modal, sedangkan penelitian ini menggunakan analisis biaya modal. Selain itu perhitungan kriteria investasi pada penelitian terdahulu menggunakan NPV, PP, IRR, Net B/C, dan BEP, sedangkan penelitian ini tidak menggunakan BEP dan NET B/C diganti dengan IRR.

## B. Kajian Teori

1. Investasi

Investasi adalah penanaman modal pada suatu kegiatan dengan jangka waktu relatif panjang pada bidang usaha. Penanaman modal dalam arti sempit yaitu proyek baik bersifat fisik maupun non fisik, seperti proyek pendirian jembatan, pabrik, pembangunan gedung dan penelitian, serta pengembangan (Kasmir dan Jakfar, 2012:5).

Kasmir dan Jakfar (2012:6) juga menjelaskan tujuan kegiatan proyek antara lain:

a. Pembangunan fasilitas baru merupakan kegiatan yang sebelumnya belum ada, sehingga muncul sebuah usaha baru.
b. Perbaikan fasilitas yang sudah ada merupakan kegiatan penambahan usaha, dimana sebelumnya sudah terdapat usaha tersebut, namun perlu diperbaiki.
c. Penelitian dan pengembangan merupakan kegiatan meneliti sebuah fenomena yang muncul dimasyarakat, kemudian dilakukan pengembangan sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Menurut Sucipto (2010:1) investasi pada bidang usaha dibagi menjadi dua yaitu:

a. Investasi nyata (*real investment*)

   Investasi nyata (*real investment*) merupakan investasi pada harta tetap (*fixed asset*), seperti tanah, bangunan, peralatan, dan lain sebagainya.

b. Investasi finansial (*financial investment*)

   Investasi finansial (*financial investment*) merupakan investasi pada sektor keuangan, misalnya saham, obligasi, deposito, surat berharga, dan lain sebagainya.

2. Studi kelayakan bisnis

   Studi kelayakan bisnis yaitu penelitian pada rencana bisnis untuk menentukan layak tidaknya bisnis dibangun, atau penilaian pada bisnis yang telah beroperasi. Tujuan pelaku bisnis mendirikan usaha untuk mendapatkan keuntungan. Jadi bila hasil penelitian menunjukan adanya tambahan kekayaan pemilik, maka bisnis dianggap menguntungkan dan layak dijalankan. Namun bila hasil penelitian menunjukan pengurangan kekayaan pemilik, maka bisnis harus ditinggalkan karena merugikan (Sucipto, 2010:2).

   Pengertian lain mengenai studi kelayakan bisnis diungkapkan oleh Kasmir dan Jakfar (2012:7) yaitu kegiatan yang mempelajari secara mendalam layak tidaknya bisnis dijalankan. Mempelajari secara mendalam berarti meneliti dengan sungguh-sungguh data dan informasi tersedia,

kemudian dilakukan pengukuran, penghitungan, dan dianalisis menggunakan metode tertentu.

Penentuan layak tidaknya suatu bisnis dapat dilihat dari beberapa aspek. Setiap aspek harus mempunyai standar tertentu untuk menentukan kelayakannya. Keputusan penilaian tidak didasarkan pada salah satu aspek saja, melainkan pada seluruh aspek. Ukuran kelayakan setiap aspek tergantung pada jenis usahanya, namun untuk aspek yang digunakan sama. Bila pada penelitian terdapat aspek yang kurang layak, maka peneliti harus memberi saran hingga usaha dinyatakan layak untuk dijalankan. Tetapi bila aspek tersebut tidak memenuhi kriteria maka usaha wajib ditinggalkan (Kasmir dan Jakfar, 2012:7-8).

3. Tujuan studi kelayakan bisnis

Sebuah penelitian dilakukan pasti mempunyai tujuan yang jelas. Tujuan penelitian studi kelayakan bisnis secara umum untuk memberi gambaran mengenai prospek usaha, sehingga bila usaha dilajankan tidak sia-sia dan tidak menimbulkan masalah dimasa depan. Selain itu studi kelayakan bisnis dapat memberi keuntungan dan manfaat bagi pihak yang berkepentingan (Kasmir dan Jakfar, 2012:12).

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012:13-14) terdapat lima tujuan sebelum usaha dijalankan dan perlu dilakukan penelitian studi kalayakan. Adapun tujuan tersebut antara lain:

a. Menghindari risiko kerugian

Masa depan penuh dengan ketidakpastian, sehingga risiko kerugian harus diatasi. Fungsi studi kelayakan bisnis dalam hal ini untuk meminimalisir terjadinya risiko yang tidak diinginkan, baik risiko yang dapat dikendalkan atau tidak dapat dikendalikan.

b. Mepermudah perencanaan

Peramalan kondisi masa depan akan mempermudah perencanaan jumlah dana yang dibutuhkan, waktu pelaksanaan usaha, lokasi pembangunan usaha, proses pelaksanaan usaha, estimasi keuntungan, dan cara pengawasan usaha. Sehingga perencanaan terjadwal dengan rapi mulai dari awal sampai waktu tertentu.

c. Mempermudah pelaksanaan pekerjaan

Rencana usaha yang tersusun rapi akan mempermudah pelaksanaan, karena pelaksana mempunyai pedoman. Sehingga pelaksanaan tepat sasaran dan sesuai dengan rencana.

d. Mempermudah pengawasan

Rencana usaha yang tersusun rapi juga mempermudah pengawasan. Pengawasan dilakukan agar pelaksanaan tidak melenceng dari rencana yang telah disusun. Selain itu pelaksana dapat menjalankan pekerjaan secara sungguh-sungguh dan meninggalkan hal yang tidak perlu dikerjakan.

e. Mempermudah pengendalian

Setelah dilakukan pengawasan akan mempermudah deteksi terhadap penyimpangan dan pengendalian segera dilakukan dengan cepat. Tujuan pengendalian untuk mengembalikan pelaksanaan pekerjaan yang dianggap melenceng dari prosedur yang ada, sehingga tujuan usaha dapat dicapai.

4. Manfaat studi kelayakan bisnis

Menurut Sucipto (2010:4) terdapat beberapa manfaat studi kelayakan bisnis, antara lain:

a. Manfaat finansial

Manfaat secara finansial diperoleh bila bisnis menguntungkan jika dibandingkan dengan risiko yang ada.

b. Manfaat ekonomi nasional

Suatu bisnis dijalankan bukan semata-mata mencari keuntungan, melainkan harus bermanfaat untuk meningkatkan ekonomi negara, misalkan menyerap tenaga kerja, membuka peluang bagi investor, menambah kontribusi pajak, dan lain sebagainya.

c. Manfaat sosial

Usaha dikatakan bermanfaat bagi sosial bila masyarakat sekitar lokasi merasa diuntungkan.

5. Aspek studi kelayakan bisnis

Penilaian studi kelayakan bisnis hendaknya dilakukan sesuai dengan tahap yang telah ditentukan secara benar dan lengkap. Setiap tahap memiliki aspek yang harus diteliti, diukur, dan dinilai. Seluruh aspek dalam teori

harus diaplikasikan pada penilaian, karena terdapat keterikatan. Jika salah satu aspek tidak terpenuhi, maka perlu dilakukan perbaikan. Urutan aspek penilaian tergantung pada kesiapan penilai dan kelengkapan data (Kasmir dan Jakfar, 2012:15).

a. Aspek pasar dan pemasaran

1) Aspek pasar

Peran pemasaran sangat penting bagi suatu perusahaan. Manajemen biasanya menempatkan posisi pemasaran paling utama. Pemasar harus meramalkan permintaan saat ini dan masa depan. (Kasmir dan Jakfar, 2012:40-41). Untuk meramalkan permintaan diperlukan data yang relevan seperti data sekunder dari beberapa sumber (Kasmir dan Jakfar, 2012:76).

Menurut Husnan dan Muhammad (2014:47-48) peramalan permintaan untuk produk yang sudah mapan dapat menggunakan beberapa metode. Produk sudah mapan adalah produk yang telah diproduksi oleh pelaku usaha lainnya, sehingga proyek bisnis yang diusulkan termasuk perluasan usaha dan konsumen sudah mengenal produk. Kondisi tersebut berarti data masa lalu dapat cari dan dikumpulkan. Metode peramalan permintaan yang dapat digunakan antara lain :

a) Metode pendapat

b) Metode test atau eksperimen

c) Metode survei

d) Metode *time series*

e) Metode regresi korelasi

f) Metode *input output*

2) Aspek pemasaran

Pendirian sebuah usaha harus ditunjang dengan analisis strategi pemasaran. Strategi pemasaran meliputi strategi bersaing dan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Menurut Kasmir dan Jakfar (2012:48-51) strategi bersaing meliputi:

a) *Segmentation*

*Segmentation* adalah pembagian pasar mejadi beberapa kempok berbeda, yang memungkinkan produk dan *marketing mix* berbeda. Variabel yang dapat dipilih untuk melakukan *segmentasi* yaitu:

(1) Geografis yang meliputi, negara, provinsi, kabupaken, kecamatan, dan lain sebagainya.

(2) Demografis yang meliputi, jenis kelamin, umur, keluarga, pendapatan, pekerjaan, agama, pendidikan, dan lain sebagainya.

(3) Psikografis yang meliputi, gaya hidup, kelas sosial, dan kepribadian.

(4) Perilaku yang meliputi, sikap, pengetauan, dan ketanggapan terhadap produk.

b) *Targeting*

*Targeting* adalah evaluasi setiap segmen dan memilih segmen yang dilayani. Langkah ini dilakukan setelah *segmentation* dirumuskan. Tahapan untuk melakukan *targeting* antara lain:

(1) Evaluasi *segmentation*

Kegiatan yang dapat dilakukan pada evaluasi yaitu melihat lajur pertumbuhan dengan cara melihat penjualan terakhir dan margin laba dari setiap segmen. Selain itu, melihat kondisi pesaing yang mempunyai segmen yang sama, serta melihat potensi yang dimiliki oleh perusahaan.

(2) Memilih segmen

Pemilihan segmen yaitu menentukan segmen yang mempunyai nilai tinggi bagi perusahaan. perusahaan dapat memili segmen dengan dasar:

(a) Pemasaran serbasama, berarti perusahaan akan melayani tawaran pasar, karena mencari persamaan kebutuha konsumen.

(b) Pemasaran serbaaneka, berarti perusaaan merancang berdasarkan segmen yang dipilih.

(c) Pemasaran terpadu, berarti perusahaan memilih segmen khusus dengan sumber daya terbatas.

c) *Positionig*

*Positioning* adalah penentuan posisi produk yang kompetitif pada sebuah pasar. Tujuannya untuk mengkomunikasikan keunggulan produk kepada konsumen. Cara yang dilakukan untuk mengkomunikasikan produk yaitu mengadakan perbedaan atas produk atau jasa, kemudian mengkomunikasikan posisi usaha.

Strategi bersaing harus didukung dengan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Menurut Kasmir dan Jakfar (2012:51) strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) dibagi menjadi:

a) Strategi produk

Pemilik usaha harus mendefinisikan, memilih, dan mendesain produk sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen.

b) Strategi harga

Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk mendapatkan produk. Langkah yang digunakan untuk menentukan harga yaitu menentukan tujuan, memperkirakan permintaan, biaya, dan laba, memilih strategi harga, dan menyesuaikan harga dasar dengan taktik penetapan harga.

c) Strategi lokasi dan distribusi

Penentuan lokasi diutamakan mudah dijangkau oleh konsumen. Pertimbangan yang dapat digunakan yaitu dekat dengan industri, perkantoran, pasar, pusat pemerintahan, perumahan, jumlah pesaing, serta sarana dan prasarana yang tersedia.

d) Strategi promosi

Promosi merupakan sarana untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Promosi dapat dilakukan melalui iklan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi.

b. Aspek teknis dan produksi

1) Aspek teknis

Tujuan aspek teknis yaitu untuk menilai kesiapan perusahaan dalam menjalankan usahanya. Menurut Kasmir dan Jakfar (2012:150) hal-hal yang dibahas dalam aspek ini antara lain:

a) Lokasi

Penentuan lokasi menjadi prioritas utama. Pertimbangan yang digunakan untuk menentukan lokasi meliputi jenis usaha yang dijalankan, jarak pasar atau bahan baku atau tenaga kerja, sarana prasarana, fleksibelitas perluasan, adat istiadat, serta hukum yang berlaku. Selain pertimbagan tersebut, Kasmir dan Jakfar (2012:152-155) menjelaskan beberapa metode untuk menentukan lokasi usaha antara lain:

(1) Metode penilaian hasil *value*, dengan faktor yang dipertimbangkan meliputi pasar, bahan baku, transportasi, tenaga kerja, dan lain sebagainya.

(2) Metode perbandingan biaya, dengan faktor yang dipertimbangkan meliputi bahan baku, bahan bakar dan listrik, biaya operasi, biaya umum, dan biaya lainnya.

(3) Metode analisis ekonomi, dengan faktor yang dipertimbangkan meliputi biaya sewa, biaya tenaga kerja, biaya pengangkutan, biaya bahan bakar dan listrik, pajak, perumahan, sikap masyarakat, dan lain sebagainya.

b) Luas produksi

Luas produksi berkaitan dengan jumlah produk yang akan dihasilkan dengan pertimbangan kapasitas teknis, peralatan, dan biaya. Luas produksi dapat dilihat dari segi ekonomis atau teknis. Segi ekonomis melihat jumlah produk yang dihasilkan dengan biaya efisien, sedangkan segi teknis melihat jumlah produk yang dihasilkan atas dasar kemampuan mesin dan peralatan (Kasmir dan Jakfar, 2012:157).

Perusahaan yang menghasilkan produk bermacam-macam dan perusahaan yang berpoduksi untuk pasar sangat penting melakukan analisis penentuan luas produksi. Namun bagi perusahan yang produknya telah terbakukan oleh mesin dan teknologi serta perusahaan yang berpoduksi sesuai pesanan, penentuan luas produksi tedak terlalu penting (Husnan dan Muhammad, 2014:114).

c) Tata letak (*layout*)

Tata letak (*layout*) adalah bentuk dan penempatan fasilitas produksi. *Layout* dirancang berdasarkan produk, proses, sumber daya manusia, dan lokasi. Penataan *layout* yang tepat akan

menciptakan efisiensi produksi. Menurut Kasmir dan Jakfar (2012:158-159) terdapat beberapa jenis *layout* antara lain:

(1) *Layout* posisi tetap, dengan karakteristik produk tetap ditempat, sehingga peralatan dan tenaga kerja yang mendatangi.

(2) *Layout* orientasi proses, dengan karakteristik mesin atau peralatan yang sejenis ditempatkan dalam satu kelompok.

(3) *Layout* kantor, dengan karakteristik berdasarkan posisi kerja, peralatan kerja, dan perpindahan informasi.

(4) *Layout* pedagang eceran/pelayanan, dengan karakteristik memajang produk untuk meningkatkan penjualan.

(5) *Layout* gudang, dengan karakteristik memaksimalkan ruangan gudang untuk efisiensi biaya.

(6) *Layout* produk, dengan karakteristik memanfaatkan personal dan mesin yang terbaik dalam melakukan produksi berulang-ulang. *Layout* ini digunakan bila proses produksi sudah terstandarisasi.

d) Pemilihan teknologi dan *equipment*

(1) Pemilihan teknologi

Husnan dan Muhammad (2014:116) menjelaskan patokan umum dalam memilih teknologi adalah seberapa jauh derajat mekanisasi yang diinginkan dan manfaat ekonomi yang diharapkan. Kriteria lainnya meliputi:

(a) Ketapatan teknologi dengan bahan mentah

(b) Keberhasilan penggunaan teknologi ditempat lain

(c) Kemampuan tenaga kerja dan kemungkinan pengembangan

(d) Pertimbangan penggunaan teknologi lanjutan lainnya akibat keusangan

(2) *Equipment*

Pemilihan *equipment* dipengaruhi oleh proses produksi, derajat mekanisasi, dan luas produksi. Hal yang perlu diperhatikan adalah *tipe equipment* yang digunakan, serta harus memperhatikan *tipe equipment* untuk instansi dan operasi dan pembantu (Husnan dan Muhammad, 2014:116-117).

c. Aspek manajemen dan organisasi

1) Aspek manajemen

Aspek manajemen menilai pengelola usaha, karena usaha akan berhasil bila dijalankan oleh tenaga kerja yang profesional dan stuktur organisasi yang dipilih tepat dengan tujuan usaha. Menurut Kasmir dan Jakfar (2012:168-169) tujuan usaha akan tercapai bila terstuktur didasarkan pada kaidah fungsi manajemen yang meliputi:

a) Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan (*Planning*) adalah proses menentukan arah dan kegiatan untuk mencapai suatu tujuan. Pada proses ini penilai harus

menyusun kegiatan yang akan dilakukan, waktu pelaksanaan, dan prosedur pelaksanaanya.

b) Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian (*Organizing*) adalah proses mengelompokkan kegiatan dalam unit tertentu. Proses ini dilakukan supaya tugas, wewenang, dan tanggung jawab tersusun rapi, sehingga tercipta hubungan kerja yang baik.

c) Pelaksanaan (*Actuating*)

Pelaksanaan (*Actuating*) adalah proses menjalankan kegiatan dalam organisasi. Manajer harus menggerakan bawahan untuk mengerjakan pekerjaan, dengan cara memimpin, memerintah, memberi petunjuk, dan memotivasi.

d) Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan (*Controlling*) adalah proses mengukur dan menilai pelaksanaan tugas. Bila selama proses pengawasan terjadi penyimpangan, maka segera dilakukan pengendalian.

2) Aspek organisasi

Aspek organisasi menilai bentuk organisasi yang digunakan, untuk dasar pembentukan sturktur organisasi. Menurut Kasmir dan Jakfar (2016:189-198) bentuk organisasi terdiri dari:

a) Organisasi garis/lini

Organisasi garis/lini adalah organisasi yang mempunyai hubungan wewenang. Bentuk organisasi ini digunakan pada usaha yang berskala kecil dengan jumlah karyawan sedikit dan terspesialisasi.

b) Organisasi lini dan staf

Organisasi lini dan staf mempunyai karakteristik pelimpangan wewenang secara vertikal dari pimpinan kebawahan. Selain itu pada proses pelaksanaan pemimpin dibantu oleh staf.

c) Organisasi fungsional

Organisasi fungsional adalah organisasi yang disusun berdasarkan sifat dan fungsi pelaksanaan. Pemimpin mendelegasikan wewenang kepada manajer untuk diteruskan kepada pelaksana. Bawahan akan mendapat perintah dari atasan mereka masing-masing.

d) Organisasi lini, staf, dan fungsional

Organisasi lini, staf, dan fungsional diterapkan pada organisasi besar yang kompleks. Pada organisasi ini tingkat direksi ditetapkan organisasi lini dan staf, sedangkan tingkat madya ditetapkan organisasi fungsional.

e) Orgnisasi flat

Organisasi flat adalah organisasi dengan tipe lincah dan fleksibel dalam melakukan perkembanganp dan perubahan lingkungan.

d. Aspek sosial ekonomi

1) Aspek sosial ekonomi

a) Aspek sosial

Sucipto (2010:158-159) menjelaskan berdirinya suatu usaha hendaknya memperhatikan keseimbangan kehidupan sosial, karena usaha hidup bersama dengan beberapa komponen dalam tatanan kehidupan pluralis dan kompleks, sehingga suatu usaha mempunyai tanggung jawab sosial. Manfaat sosial yang timbul dimasyarakat meliputi:

(1) Membuka lapangan kerja baru

Suatu usaha hendaknya dapat membuka lapangan kerja baru, baik secara langsung maupun tidak langsung.

(2) Melaksanakan alih teknologi

Masyarakat sekitar proyek hendaknya dapat mempelajari teknologi yang digunakan, sehingga dapat menambah pengetahuan.

(3) Meningkatkan mutu hidup

Keberadaan usaha hendaknya dapat meningkatkan mutu hidup bagi masyarakat sekitar.

(4) Pengaruh fisik dan psikis

Adanya proyek bisns hendaknya memberikan manfaat secara fisik dan psikis.

b) Aspek ekonomi

Sucipto (2010:156) mejelaskan aspek ekonomi tidak sebatas membahas manfaat dan pengorbanan perusahaan, melainkan seluruh pihak dalam perekonomian. Komponen penilaian untuk mengetahui manfaat bisnis meliputi:

(1) Sisi rencana pembangunan nasional

Analisis manfaat pada aspek ini berguna untuk mengetahui apakah suatu usaha dapat memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat, menggunakan sumber daya lokal, menumbuhkan industri lain, menghasilkan dan menghemat devisa, dan menambah pendapatan nasional

(2) Sisi distribusi nilai tambah

Suatu bisnis hendaknya dapat menciptakan nilai tambah. Bila usaha mempunyai nilai tambah hendaknya didistribusikan kepada pihak pemerintah, tenaga kerja, kreditor, dan lain sebagainya.

(3) Sisi nilai per tenaga kerja

Analisis pada sisi ini digunakan untuk mengetahui kemampuan usaha untuk meningkatkan kesempatan kerja.

(4) Hambatan di bidang ekonomi

Suatu usaha pasti mempunyai hambatan, bila ditinjau dari aspek ekonomi hambatan usaha terdiri dari iklim tropis, produktivitas rendah, kapital sedikit, nilai perdagangan luar

negeri rendah, ketimpangan distribusi pendapatan, tekanan pertumbuhan penduduk, produktivitas penggunaan tanah rendah, dan ketidakpastian pasar.

(5) Dukungan pemerintah

Kepentingan pemirintah untuk mewujudkan perdagangan dapat menyumbangkan debisa bagi negara, sehingga pemerintah memberikan proteksi bagi beberapa produk yang dihasilakn perusahaan.

2) Aspek lingkungan hidup

Bagi usaha yang tidak membutuhkan analisis dampak lingkungan (AMDAL) tetap harus menyusun upaya pengelokaan lingkungan (UKL) dan upaya pemantauan lingkungan (UPL). Komponen yang termuat dalam UKL-UPL yaitu identitas pemilik, rencana usaha, dampak lingkungan yang akan terjadi, dan program pengelolaan dan pemantauan lingkungan hidup yang digunakan (Sucipto, 2010:228).

3) Aspek hukum

Aspek hukum membahas masalah kelengkapan dan keabsahan dokumen yang meliputi bentuk badan usaha dan izin usaha. Kelengkapan dan keabsahan dokumen sangat penting untuk bukti dimata hukum bila terjadi masalah dimasa depan. Keabsahan dan kesempurnaan dokumen diperoleh dari pihak yang mengeluarkan dokumen (Kasmir dan Jakfar, 2012:16).

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012:34-37) jumlah dokumen yang diteliti tergantung dari jenis usaha, namun yang terpenting adalah prioritas dokumen, urutan menunjukkan dokumen sangat penting. Adapun dokumen yang diteliti antara lain:

a) Badan hukum usaha

   Badan usaha di Indonesia dibagi menjadi badan usaha perorangan, firma (Fa), perseroan komanditer (CV), perseroan terbatas (PT), perusahaan negara, perusahaan daerah, yayasan, dan koperasi.

b) Bukti diri

   Bukti diri ditunjukkan dengan kepemilikan Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang dikelurkan oleh kelurahan setempat.

c) Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

   Setiap perusahaan yang akan beroperasi harus memiliki surat Tanda Daftar Perusahaan (TDP) sesuai bidang usahanya.

d) Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

   Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) adalah dokumen yang diteliti untuk bukti suatu usaha memberikan kontribusi pajak pada negara.

e) Izin usaha

   Kelengkapan izin usaha disesuaikan denga jenis usaha yang dijalnkan. Dokumen izin usaha meliputi Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Surat Izin Usaha Industri (SIUI), izin usaha tambang, izin usaha perhotelan dan pariwisata, izin usaha farmasi dan rumah sakit, izin usaha peternakan dan pertanian, izin domisili,

izin mendirikan bangunan (IMB), dan izin tenaga kerja asing bila diperlukan.

f) Izin lainnya

Dokumen lainnya yang diteliti meliputi sertifikat tanah, Bukti Kepemilikan Kendaraan Bermotor (BPKB), dan sertifikat lainnya.

e. Aspek keuangan

1) Kebutuhan dan sumber dana.

Kebutuhan dana dibagi menjadi kebutuhan dana untuk investasi dan kebutuhan dana untuk modal kerja. Komponen biaya kebutuhan investasi disesuaikan dengan jenis usaha yang dijalankan. Menurut Kasmir dan Jakfar (2012:92-93) secara garis besar biaya kebutuhan investasi meliputi:

a) Biaya prainvestasi, terdiri dari biaya pembuatan studi kelayakan dan biaya pengurusan izin.

b) Biaya aktiva tetap

(1) Aktiva tetap berwujud, terdiri dari tanah, mesin, bangunan, peralatan, inventaris kantor, dan lainnya.

(2) Aktiva tidak berwujud, terdiri dari *good will*, hak cipta, merek dagang, dan lisensi.

c) Biaya operasi, terdiri dari upah dan gaji, biaya listrik, biaya telepon dan air, biaya pemasaran, biaya pemeliharaan, pajak, premi, dan lainnya.

Untuk memenuhi kebutuahan dana diperlukan sebuah modal yang diperoleh dari beberapa sumber. Menurut Kasmir dan Jakfar (2012:91) modal usaha bila ditinjau dari sumber asalnya dibagi menjadi:

a) Modal asing atau pinjaman

Modal asing atau pinjaman adalah modal yang diperoleh dari pihak luar. Modal pinjaman akan terkena biaya administrasi, provisi, bunga, dan komisi yang relatif besar. Pemerolehan modal pinjaman cukup sulit, karena terdapat syarat dan ketentuan. Sumber modal pinjaman diperoleh dari perbankan, lembaga keuangan seperti asuransi, *leasing*, dan lainnya, serta perusahaan non bank.

b) Modal sendiri

Modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari perusahaan. keuntungan menggunakan modal sendiri adalah tidak terbebani oleh bunga.

2) Biaya modal (CoC)

Sebuah usaha mungkin dibelanjai dari beberapa sumber dana. Setiap sumber dana mempunyai biaya modal, sehingga harus dihitung secara terpisah. Hal tersebut digunakan untuk mengenahui biaya modal keseluruhan dari sebuah usaha. Biaya modal keseluruahan dipakai sebagai tingkat keuntungan yang layak bagi sebuah usaha dan sering disebut dengan *cut off rate* (Husnan dan Muhammad, 2014:240).

Sumber pembelanjaan dibagi menjadi utang dan modal sendiri. Modal sendiri dapat berbentuk saham preferen, saham biasa, serta laba ditahan. Husnan dan Muhammad (2014:240)

a) Biaya utang (*cost of debt*)

Biaya utang (*cost of debt*) adalah biaya yang ditanggung karena menggunakan sumber dana pinjaman. (Husnan dan Muhammad, 2014:240-242).

b) Biaya modal sendiri (*cost of equity*)

Biaya modal sendiri (*cost of equity*) adalah tingkat pengembalian yang diharapkan oleh investor. Menurut Husnan dan Muhammad (2014:249).

Bila investasi dibelanjai dengan modal utang (pinjaman) dan modal sendiri, maka harus dihitung biaya modal rata-rata tertimbang atau sering disebut dengan WACC.

3) Aliran kas bersih (*Net Cash Flow* / NCF)

Kasmir dan Jakfar (2012:95-98) menjelaskan *net cash flow* adalah jumlah uang masuk dan keluar dalam perusahaan mulai dari investasi dilakukan sampai dengan akhir investasi. Hal penting yang harus diketahui adalah jumlah kas bersih yang diterima dari sebuah investasi. *Cash flow* dibagi menjadi:

a) *Initial cash flow* adalah pengeluaran pada awal periode investasi. *Initial cash flow* dihitung menggunakan rumus:

(1) Modal sendiri

Aliran kas masuk bersih = EAT + penyusutan + TCF

(2) Modal pinjaman

Aliran kas masuk bersih = EAT + penyusutan + bunga (1-pajak)

b) *Operasional cash flow* adalah kas yang diterima atau dikeluarkan pada saat operasi.

c) *Terminal cash flow* adalah kas yang diterima setelah usaha berakhir. *Terminal cash flow* dihitung menggunakan rumus:

Aliran kas bersih = harga jual – nilai perolehan setelah pajak

4) Penilaian investasi

Penentuan layak tidaknya investasi pada aspek keuangan diukur dengan beberapa kriteria. Kriteria pengukuran kelayakan tersebut antara lain:

a) Metode *Net Present Value* (NPV)

Metode ini digunakan untuk menghitung selisih nilai investasi saat ini dengan nilai penerimaan kas bersih dimasa depan. Untuk menghitung nilai saat ini harus ditentukan terlebih dahulu *discount factor* (DF) yang relevan. Rumus *net present value* menurut Kasmir dan Jakfar (2012:103-105) adalah:

$$\text{NPV} = \frac{\text{Aliran Kas Bersih}}{(1+r)^1} + \frac{\text{Aliran Kas Bersih}}{(1+r)^2} + \cdots + \frac{\text{Aliran Kas Bersih}}{(1+r)^n} - \text{I}_0$$

Dimana:

r = Biaya modal (CoC)

Kriteria penilaian:

NPV > positif, investasi layak dilaksanakan

NPV < negatif, investasi tidak layak dilaksanakan

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

Metode ini digunakan untuk menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai investasi saat ini dengan nilai penerimaan kas bersih dimasa depan (Husnan dan Muhammad, 2014:210). Rumus *internal rate of raturn* menurut Kamis dan Jakfar (2012:105-108) adalah:

$$\text{IRR} = P_1 + P_2 x \frac{P_2 + P_1}{C_2 + C_1}$$

Dimana:

$P_1$ = tingkat bunga 1

$P_2$ = tingkat bunga 2

$C_1$ = NPV 1

$C_2$ = NPV 2

Kriteria penilaian:

IRR > bunga pinjaman, investasi layak dilaksanakan

IRR < bunga pinjaman, investasi tidak layak dilaksanakan

c) Metode *Payback Period* (PP)

Metode ini digunakan untuk mengukur seberapa cepat investasi dapat kembali. Satuan hasil bukan merupakan persentase,

tetapi satuan waktu (tahun, bulan, dan hari) (Husnan dan Muhammad, 2014:208). Rumus *payback pariod* menurut Kasmir dan Jakfar (2012:101-102) adalah:

$$PP = \frac{\text{Sisa } proceed \text{ tahun 1}}{Proceed \text{ tahun 2}} \text{ x 12 Bulan}$$

Kriteria penilaian:

*Payback Pariod* < dari umur investasi, investasi layak dilaksanakan

*Payback Pariod* > dari umur investasi, investasi tidak layak dilaksanakan

d) *Average Rate of Return* (ARR)

Metode ini digunakan untuk mengukur tingkat keuntungan rata-rata yang diperoleh dari investasi. Hasil yang diperoleh dinyatakan dalam prosestase. Rumus *average rate of return* menurut Kasmir dan Jakfar (2012:102-103) adalah :

$$ARR = \frac{\text{Rata} - \text{rata EAT}}{\text{Rata} - \text{rata investasi}} \text{ x } 100\%$$

Kriteria penilaian:

*Average Rate of Return* > keuntungan minumum, investasi layak dilaksanakan

*Average Rate of Return* < keuntungan minumun, investasi tidak layak dilaksanakan

e) Metode *Profitability Index* (PI)

Metode ini digunakan untuk menghitung perbandingan antara nilai saat ini penerimaan kas dimasa depan dengan nilai saat ini

investasi (Kasmir dan Jakfar, 2012:108-109). Rumus *profitability index* menurut Kasmir dan Jakfar (2012:108-109) adalah:

$$PI = \frac{\sum PV\ Aliran\ kas\ bersih}{\sum PV\ Investasi} \text{ x } 100\%$$

Kriteria penilaian :

PI > dari 1, investasi layak dilaksanakan

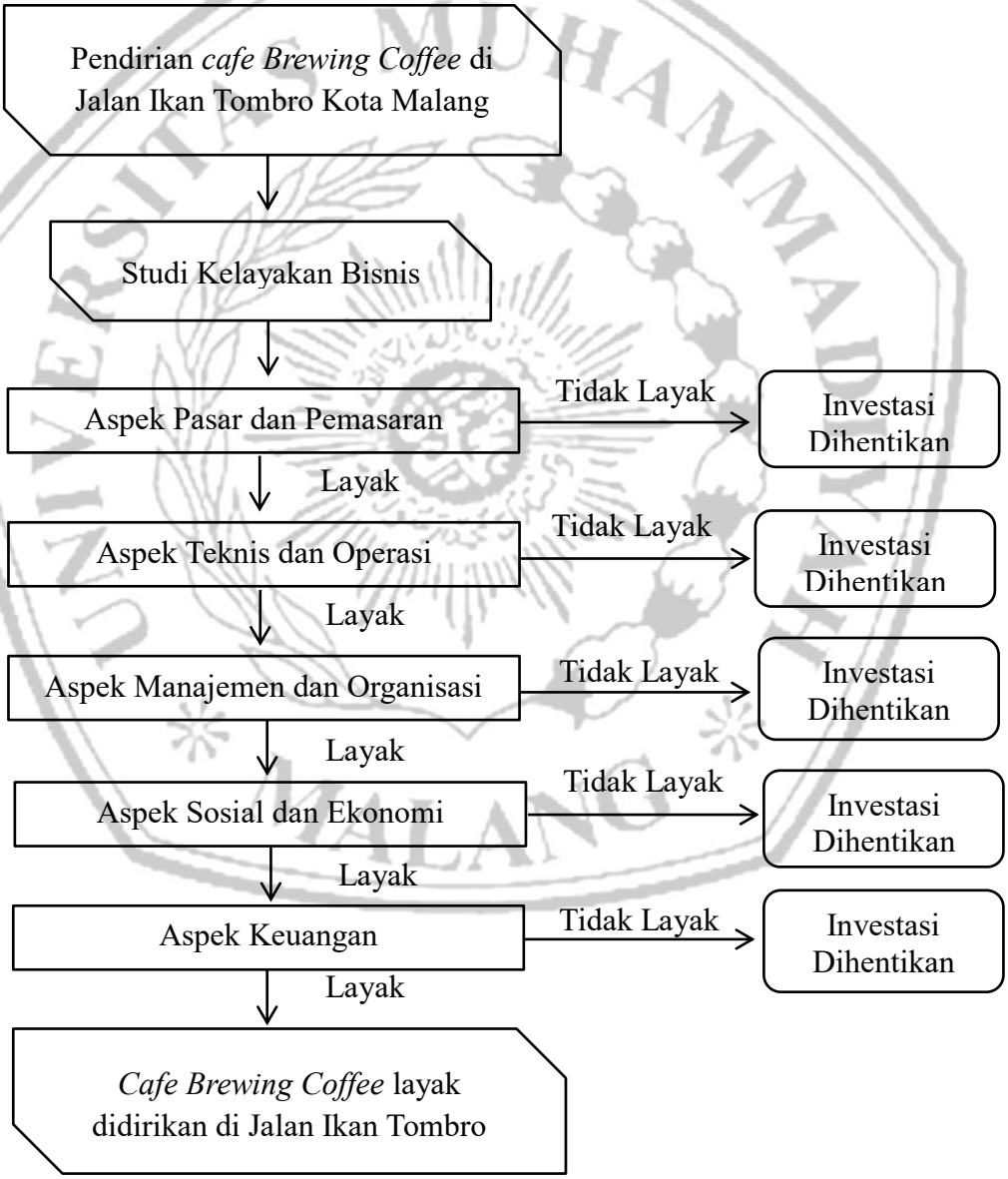
PI < dari 1, investasi tidak layak dilaksanakan

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

## C. Kerangka Pikir

Menurut Uma Sekaran (1992) dalam Sugiyono (2016:60), kerangka pikir merupakan model konseptual yang menggambarkan hubungan teori dengan faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah. Kerangka pikir penelitian ini termuat pada gambar dibawah ini.

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian



Berdasarkan kerangka pikir di atas, untuk mengetahui layak pendirian *cafe Brewing Coffee* di Jalan Ikan Tombro, maka dilakukan penelitian dengan mengaplikasikan teori studi kelayakan bisnis. Analisis menggunakan lima aspek, meliputi aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasi, aspek manajemen dan organisasi, aspek sosial dan ekonomi, serta aspek keuangan. Kelima aspek tersebut terdapat keterikatan dan proses analisis dilakukan secara beruntun.

Pertama dilakukan analisis terhadap aspek pasar dan pemasaran, bila hasil analisis dinyatakan layak, maka dapat dilanjutkan analisis aspek teknis dan operasi, namun bila hasil dinyatakan tidak layak, maka analisis dihentikan. Proses analisis tersebut juga berlaku pada analisis aspek selanjutnya. Setelah analisis aspek keuangan dinyatakan layak, maka dapat disimpulkan *cafe Brewing Coffee* layak didirikan di Jalan Ikan Tombro Kota Malang.

## D. Perumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah yang sudah tersusun (Sugiyono, 2016:64). Penelitian Brusman (2013) tentang analisis studi kelayakan pada waralaba *Excelso* di Bandar Lampung layak dilaksanakan bila ditinjau dari aspek teknis, aspek pasar dan pemasaran, aspek organisasi dan yuridis, aspek manajemen, aspek ekonomis, dan aspek keuangan. Sehingga hipotesis penelitian ini adalah "Usaha *cafe Brewing Coffee* layak didirikan di Jalan Ikan Tombro Kota Malang bila ditinjau dari aspek

pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasi, aspek manajemen dan organisasi, aspek sosial dan ekonomi, serta aspek keuangan“.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG