BAB II
LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

A. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan (Yanuar, 2016). Paling tidak ada lima tujuan mengapa sebelum usaha atau proyek dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan, yaitu:

1. Menghindari risiko kerugian
2. Memudahkan Perencanaan
3. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan
4. Memudahkan Pengawasan
5. Memudahkan pengendalian

B. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis pada dasarnya membahas konsep dasar yang berkaitan dengan proses pemilihan dan keputusan yang akan diambil dalam menentukan bisnis kegiatan usaha yang akan dijalankan, agar yang dipilih benar-benar memberikan manfaat ekonomis dan sosial dalam jangka waktu yang panjang.

Hasil studi kelayakan bisnis ini bermanfaat untuk merintis usaha baru, dan meningkatkan usaha yang sudah ada, Dalam memilih bisnis usaha yang bisa menghasilkan dan menguntungkan untuk investasi, dan memastikan pilihan yang tepat

C. Aspek – Aspek Studi Kelayakan Bisnis

a. Aspek Finansial

1. Pengertian Aspek Finansial

Penelitian dalam aspek ini dilakukan untuk membiayai apa saja yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biaya yang akan dikeluarkan. Dari berbagai aspek penilaian dalam kelayakan bisnis, aspek keuangan sangat berpengaruh besar karena keputusan keuangan sangat pasti dan tidak bisa dilakukan dengan sembarangan dan keuangan dapat berdampak jangka pendek maupnun jangka panjang.

Dalam menentukan estimasi pendapatan yang akan diperoleh di masa yang akan datang perlu dilakukannya perhitungan secara teliti yaitu dengan membandingkan data dan informasi

yang ada. Semua harus menggunakan asumsi-asumsi tertentu yang dibuat dalam aliran kas (cash flow) perusahaan selama periode usaha. Membuat aliran kas perusahaan, kemudian menilai kelayakan pada investasi tersebut melalui kriteria kelayakan investasi. Tujuannya untuk menilai investasi tersebut layak atau tidak layaknya usaha tersebut dijalankan dilihat dari aspek keuangan. Ntuk menentukan kelayakan suatu usaha menggunakan pendekatan Payback Period (PP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), dan Profitability Index (PI).

2. Sumber – Sumber Dana

Nugroho (2010) menyatakan sumber pendanaan adalah dari mana sumber dana yang dapat digunakan untuk melakukan kegiatan investasi berasal. Sumber pendanaan ini digolongkan menjadi modal sendiri dan sumber dana pinjaman.

1. Modal sendiri adalah sumber dana yang berasal dari pemilik perusahaan.
2. Sumber dana pinjaman adalah sumber dana yang berasal dari luar kegiatan operasional perusahaan seperti hutang kepada kreditur.

3. Arus Kas (*Cash Flow*)

Cash Flow merupakan arus kas yang ada diperusahaan dalam suatu periode tertentu. Cash flow digunakan untuk melihat berapa uang yang masuk ke perusahaan dan jenis - jenis pemasukan apa saja yang masuk ke perusahaan. Cash flow juga bisa digunakan untuk melihat berapa uang yang keluar dan jenis – jenis biaya yang dikeluarkan (Kasmir dan Jakfar 2012).

4. Metode Penilaian Investasi.

Dalam menganalisis aspek finansial diperlukan metode investasi yaitu untuk memberi penilaian layak diberikan dengan nilai standar kepada usaha yang sejenis dengan melakukan perbandingan nilai rata – rata industri atau target yang telah ditentukan. Adapun kriteria yang digunakan dalam menentukan kelayakan suatu usaha atau investasi, antara lain :

a. *Payback Period*

Metode payback period (PP) yaitu teknik penilaian dalam jangka waktu (periode) pengambilan investasi suatu proyek atau usaha. Perhitungannya dilihat dari hasil perhitungan kas bersih yang diperoleh setiap tahunnya. Apabila kas bersih setiap tahun sama maka model perhitungannya sebagai berikut:

$$\text{PP} = \frac{Investasi}{Kas\ Bersih/Tahun}\ x\ 1\ Tahun$$

Kelemahan metode payback period ini ialah mengabaikan time value of maney dan tidak mempertimbangkan arus kas yang terjadi setelah masa pengembalian.

b. *Net Present Value* (NPV)

Net Present Value (NPV) yaitu perbandingan antara PV kas bersih dan PV investasi selama umur investasi. Rumus yang digunakan untuk menghitung NPV sebagai berikut:

$$\text{NPV} = \frac{Kas\ Bersi}{(1+r)} + \frac{Kas\ Ber\quad 2}{(1+r)^2} + \cdots + \frac{Kas\ Bersih}{(1+r)^n} - Investasi$$

c. *Internal Rate of Return* (IRR)

Internal Rate of Return (IRR) adalah alat yang digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern. Rumus yang digunakan untuk menghitung IRR sebagai berikut:

$$\text{IRR} = \text{i1} + \frac{NPV1}{NPV1-NPV2} \times (\text{i2} - \text{i1})$$

d. *Profitability Index* (PI)

Profitability Index (PI) adalah rasio aktivitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi. Rumus yang digunakan untuk menghitung PI sebagai berikut:

$$\text{PI} = \frac{\sum PV\ Kas\ Ber}{\sum PV\ Investasi}\ x\ 100\ \%$$

b. Aspek Teknis

1. Pengertian Aspek Teknis

Aspek teknis menjadi bagian penting dalam studi kelayakan bisnis. Analisis teknis diperlukan untuk memastikan gagasan atau ide yang sudah dipilih tersebut layak dijalankan. Hal ini dilihat dari adanya ketersediaan lokasi, bahan, alat, teknologi (metode), keterampilan sumber daya manusia, serta dana yang diperlukan guna mendukung kelancaran proses produksi, sehingga nantinya dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Aspek teknis adalah analisis yang digunakan untuk berhubungan dengan input (penyediaan) dan output (produksi) berupa barang dan jasa. Aspek teknis ini berkaitan antara proses pembangunan proyek secara teknis dan pengoperasiannya sesudah proyek tersebut selesai dibangun. (Raihan Fachrezi Yunus 1, Nanang Suryana 2, 2020)

2. Tujuan Aspek Teknis

Ada beberapa hal yang dapat diperoleh dalam penilaian aspek teknis, yaitu:

a. Dapat menentukan lokasi yang mudah dan tepat.
b. Dapat menentukan layout sesuai dengan proses produksi, sehingga bisa menjadi lebih efisiensi.
c. Mampu menentukan teknologi yang tepat untuk menjalankan produksinya.
d. Mampu menentukan metode persediaan yang baik untuk dijalankan sesuai dengan bidang usahanya.

e. Mampu menentukan kualitas tenaga kerja yang sangat dibutuhkan mulai dari sekarang dan di masa yang akan datang.

c. Aspek Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Aspek pasar yang diteliti meliputi bauran pemasaran.pengertian bauran pemasaran adalah kombinasi dari variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi (Aydra et al., 2020)

a. Produk

Produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Pasar sasaran memandang produk yang baik dari bagaimana produk memberikan solusi bagi kebutuhan dan keinginan para konsumen (Aydra et al., 2020).

b. Harga

Harga merupakan sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Penentuan harga sangat penting untuk diperhatikan, karena harga merupakan salah satu penyebab laku atau tidaknya produk yang ditawarkan.

Langkah – langkah yang tepat dalam menetapkan harga suatu produk, sebagai berikut :

1. Menentukan tujuan penetapan harga.
2. Memperkirakan permintaan, biaya dan laba.
3. Memilih strategi harga untuk menentukan harga dasar.
4. Menyesuaikan harga dasar dengan taktik penetapan harga.

Tujuan penentuan harga secara umum, sebagai berikut :

1. Untuk bertahan hidup, dengan harga yang terjangkau namun tidak mengecewakan konsumen dan mendaapat kualitas yang tetap bagus.
2. Untuk memaksimalkan laba, dengan meningkatkan penjualan maka dapat juga meningkatkan laba.
3. Untuk memperluas pasar, dengan harga yang lebih murah maka pelanggan semakin meningkat dan dapat beralih memilih produk yang telah ditawarkan.
4. Kualitas produk, dengan memberikan informasi kepada para konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan ini memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari pada kualitas para pesaing lainnnya.
5. Karena pesaing, penentuan harga dengan melihat harga pasar atau pesaing.

c. Distribusi

Distribusi atau saluran pemasaran dapat dilihat sebagai sekumpulan organisasi yang saling ketergantungan satu sama lainnya yang terlibat dalam proses penyediaan sebuah produk atau pelayanan untuk digunakan atau dikonsumsi. Distribusi usaha dilakukan perusahaan untuk menjamin ketersediaan produk bagi pasar sasaran pada saat dibutuhkan. Perusahaan perlu menjamin bahwa produk yang ditawarkan akan tersedia pada saat konsumen membutuhkan dimanapun, kapanpun dan berapapun.

d. Promosi

Promosi adalah aktivitas komunikasi pemasaran mengenai produk, dan mengusai pasar sasaran untuk membelinya. Aktivitas promosi banyak menyangkut bagaimana mengkomunikasikan dan mengusai pelanggan. Hal yang terpenting dari kegiatan ini adalah bagaimana perusahaan bisa berkomunikasi dengan pasar sasaran. Tanpa promosi pelanggan tidak dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Oleh sebab itu, promosi merupakan cara yang paling tepat untuk menarik para konsumen.

Tujuan promosi ini untuk memberi informasi kepada konsumen tentang segala jenis produk yang akan ditawarkan dan berusaha menarik calon pembeli yang baru. Terdapat empat macam cara yang dapat digunakan untuk menarik para konsumen ialah: periklanan (advertising), promosi penjualan (sales promotion), publisitas (publicity) dan penjualan pribadi (personal selling). Iklan merupakan suatu sarana promosi yang digunakan oleh pengusaha untuk menginformasikan, menarik, dan mepengaruhi calon konsumennya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Bagi peneliti, penelitian yang relevan adalah referensi yang mencakup penelitian orang lain dan dapat digunakan sebagai sumber atau bahan untuk melakukan penelitian. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang dapat menjadi dasar atau gambaran untuk penelitian yang sedang dilakukan saat ini:

1) **Analisis Kelayakan Usaha Budidaya Udang Dan Bandeng: Studi Kasus Di Kecamatan Pasekan Kabupaten Indramayu.** Tujuan penelitian ini adalah menganalisis kelayakan usaha budidaya polikultur udang windu dengan ikan bandeng. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan mix method research (kuantitatif dan kualitatif). Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dengan responden. Sampel responden ditentukan secara simple random sampling. Analisis data yang digunakan adalah analisis kelayakan usaha dan analisis deskriptif untuk faktor pendukung dan penghambat usaha budidaya. Hasil penelitian menyatakan bahwa

kelayakan usaha budidaya polikultur udang windu dengan ikan bandeng ini layak untuk dijalankan. Namun, usaha ini masih memiliki hambatan usaha berupa benih yang kurang berkualitas, kondisi saluran irigasi yang buruk, konstruksi kolam yang belum memenuhi Cara Budidaya Ikan yang Baik (CBIB), harga pakan yang mahal, adanya penyakit pada udang dan terbatasnya pengetahuan pembudidaya tentang teknologi budidaya udang dan bandeng. Untuk meningkatkan kualitas dari hasil budidaya udang dan bandeng di Indramayu diperlukan penguatan sistem dan manajemen CBIB penetapan standarisasi harga bahan baku dan kualitas pakan, penguatan sistem dan manajemen standarisasi dan modernisasi sarana perikanan budidaya dan penguatan manajemen sumber daya manusia dan kelembagaan non-bisnis dan bisnis pembudidaya. (Triyanti & Hikmah, 2015)

2) **Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu dan Tempe Karya Mandiri Ditinjau dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan bisnis dari Usaha Tahu dan Tempe Karya Mandiri, untuk mengetahui kelayakan dari aspek non keuangan dan kelayakan aspek keuangan. Analisis kelayakan menggunakan analisis aspek non keuangan yaitu aspek produksi dan aspek pemasaran. Sedangkan alat analisis yang digunakan untuk aspek keuangan menggunakan analisis Payback Period (PP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Profitability Index (PI), untuk mengetahui suatu usaha layak atau tidaknya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Usaha Tahu dan Tempe Karya Mandiri dari aspek produksi usaha di dinyatakan layak, karena lokasi usaha yang strategi dan mudah di jangkau oleh para konsumen, teknologi yang digunakan sudah modern, proses produksi yang mudah. Aspek pemasaran yang layak, dengan produk yang berkualitas tinggi, karena bahan baku yang di impor, harga yang terjangkau, sehingga seluruh kalangan masyarakat bisa membelinya, distribusi yang sudah cukup luas, dan promosi yang pemilik berikan cukup membuat para konsumen mengetahui produk yang dijualnya. Dan hasil analisis dari aspek keuangan menunjukkan Usaha Tahu dan Tempe ini dikatakan layak dijalankan dengan umur proyek selama 10 tahun pada tingkat discount rate sebesar 10%. Analisis kriteria kelayakan menghasilkan Payback Period (PP) selama 8 bulan 7 minggu, nilai Net Present Value (NPV) sebesar Rp 137.689.184, nilai Profitability Index (PI) sebesar 1,14 % dan Internal Rate of Return (IRR) sebesar 32 %, (Yuniar et al., 2022).

3) **Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan Pada UMKM Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang.** Studi ini

menganalisis aspek pasar, pemasaran, dan keuangan perusahaan usaha kecil industri makanan ringan tradisional. Analisis pada aspek-aspek ini diperlukan untuk mengetahui kelayakan pengembangan usaha kecil industri makanan ringan tradisional Bangka. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dan kualitatif untuk menganalisis aspek pasar, pemasaran dan keuangan. Untuk aspek pasar, terdapat analisis permintaan, penawaran dan bentuk pasar. Untuk aspek pemasaran, terdapat analisis pasar segmentasi, target pasar, posisi pasar, analisis SWOT, pesaing dan bauran pemasaran, sedangkan untuk aspek keuangan terdapat analisis Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Payback Period, Profitabilty Index (PI), (Yanuar, 2016)

4) **Studi Kelayakan Usaha dan Strategi Pengembangan Budidaya Ikan Lele di Kota Denpasar (STUDI KASUS PETANI IKAN LELE DI UBUNG KAJA).** Objek penelitian di Kota Denpasar pada UMKM yang bergerak dibidang perikanan dengan membudidayakan ikan lele. Penelitian ini menggunakan metode studi kelayakan bisnis yang bertujuan untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam dari kelayakan suatu bisnis dari aspek Studi Kelayakan Bisnis dengan cara analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Menggunakan analisis SWOT meliputi NPV, IRR, PP, dengan cara wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukan bahwa nilai (NPV) yaitu Rp. 10.829.000,00, Rp. 56.246.244,00, Rp. 100.504.980,00, nilai (IRR) sebesar 79,55 % lebih besar dari tingkat suku bunga yang ditetapkan, nilai (PP) yang diperoleh menunjukan bahwa hanya memerlukan waktu 1 tahun 6, 62 bulan untuk mengembalikan investasi. Dari hasil analisis yang dilakukan, usaha budidaya ikan lele ini bernilai positif dan bisa untuk ditingkatkan lagi dalam pengembangan usahanya. Usaha budidaya ikan lele layak untuk dijalankan terlebih dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat, (Astari et al., 2021)

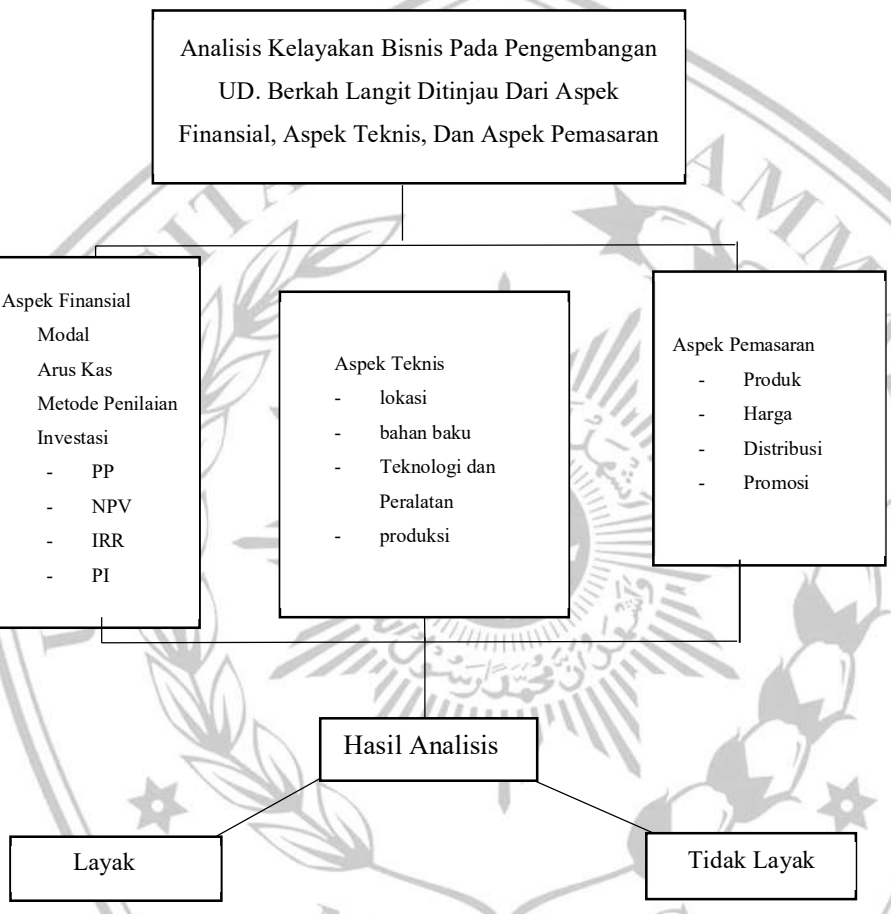
5) **Studi Kelayakan Pengembangan Usaha Tambak Ikan Mujair Di Wilayah Soak Palembang.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis layak tidaknya pengembangan usaha tambak ikan mujair milik Bapak Amir di Wilayah Soak Palembang ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis dan aspek keuangan. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menguraikan dan menjelaskan suatu fenomena yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti. Obyek penelitian adalah Usaha Tambak Ikan Milik Bapak Amir di Wilayah Sako Palembang. Alat analisis data adalah metode penilaian investasi yaitu net present value, profitability index dan payback period. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ditinjau dari aspek pasar dan aspek teknis, rencana pengembangan usaha ternak ikan mujair

Bapak Amir, layak dilaksanakan. Selain itu ditinjau dari aspek keuangan, pengembangan tambak ikan mujair milik Bapak Amir, layak untuk dilaksanakan yang dapat dilihat dari nilai Net Present Value (NPV) sebesar Rp 143.073.922 dan positif, Profitability index (PI) nya sebesar 3,33 maka PI dikatakan menguntungkan karena PI > 1 dan Payback Period (PP) menunjukkan bahwa tingkat pengembalian investasi hanya memerlukan waktu 1 tahun 2 bulan dan layak dilaksanakan.(Salmah & Valianti, 2012)

6) **Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Pengembangan UMKM Usaha Tempe Pak Iwan Bandung ditinjau dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan.** Bisnis kuliner menjadi pilihan bisnis yang paling besar karena demand-nya besar, semua orang butuh makan dan minum, sehingga dalam sektor ini terus mengalami perkembangan yang semakin pesat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan bisnis dari Usaha Tempe Pak Iwan Bandung, dari aspek produksi, aspek pemasaran dan aspek keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan dari aspek produksi, aspek pemasaran dan terutama pada aspek keuangan menunjukkan Usaha Tempe ini dikatakan layak dijalankan dengan umur proyek selama 5 tahun pada tingkat discount rate sebesar 20%. Analisis kriteria kelayakan menghasilkan Payback Period (PP) selama 1 tahun 8 bulan, nilai Net Present Value (NPV) sebesar Rp 1.077.541.937 nilai Profitability Index (PI) sebesar 2,6 dan Internal Rate of Return (IRR) sebesar 66 %. (Eka Purwanda & Raden Willa Permatasari, 2022).

2.3 Kerangaka Konseptual

Berdasarkan landasan teori diatas, dapat digambarkan suatu kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual