

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Analisis Aspek Usaha

Analisis aspek usaha merupakan suatu kegiatan yang mempelajari sarana mendalam tentang suatu kegiatan atau usaha yang akan dijalankan, untuk menentukan layak atau tidaknya suatu bisnis dijalankan. (Kasmir dan Jakfar, 2003). Dalam penjelasan sederhana, analisa aspek usaha adalah analisis yang dilakukan seseorang untuk menentukan apakah sebuah bisnis itu layak dijalankan atau tidak. Analisis kelayakan usaha dapat dilakukan berdasarkan aspek finansial, aspek non-finansial, maupun keduanya. Analisa yang akan dikaji dalam portofolio ini berupa analisa finansial dan non finansial.

##### a. Analisis Aspek Usaha Non-Finansial

Analisis aspek usaha non-finansial dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana usaha layak jika dilihat dari aspek-aspek non-finansial. Dalam portofolio ini dikaji beberapa aspek non-finansial diantaranya aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen dan organisasi, aspek ekonomi dan sosial dan aspek keuangan.

##### 1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Analisis aspek pasar dan pemasaran sangat penting untuk sebuah usaha karena sumber pendapatan utama perusahaan berasal dari penjualan produk. Aspek pasar berkaitan dengan kondisi pasar atau konsumen yang menjadi sasaran penjualan produk untuk menentukan

apakah terdapat permintaan atau kemungkinan penjualan terhadap produk yang dijual.

Aspek pemasaran berkaitan dengan aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan dan mempertahankan penjualan produk. Aspek pasar dan pemasaran dianalisis untuk mengetahui seberapa besar potensi pasar untuk produk yang ditawarkan dan market share yang dikuasai pesaing (Kasmir dan Jakfar, 2012: 40). Dalam aspek ini juga dirumuskan strategi pemasaran yang akan dijalankan dengan melakukan riset pasar atau mengumpulkan data dari berbagai sumber. Dalam aspek pasar dan pemasaran terdapat bauran pemasaran yang membantu menganalisis 4P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan tempat/distribusi (*place*).

## 2. Aspek Teknis

Aspek teknis berkaitan dengan standar pelaksanaan aktivitas usaha dan hal-hal yang mendukung pelaksanaan aktivitas usaha seperti lokasi usaha, ketersediaan stok barang, tenaga kerja dan kedekatan dengan pasar atau konsumen. Dengan Analisa aspek teknis akan diketahui kesiapan perusahaan menjalankan usaha berdasarkan ketepatan lokasi, aktivitas operasi dan kesiagaan peralatan yang akan digunakan (Kasmir dan Jakfar, 2012: 150).

## 3. Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia

Aspek sumberdaya manusia menekankan pada ketersediaan dan kesiapan tenaga kerja yang meliputi proyeksi kebutuhan tenaga kerja dan rekrutmen karyawan (Suliyanto, 2010: 158).

#### 4. Aspek Ekonomi dan Sosial

Selain mempertimbangkan aspek-aspek yang terkait dengan masalah pasar dan pemasaran, teknis, manajemen, juga perlu ditelaah manfaat usaha tersebut dari aspek ekonomi bagi masyarakat luas termasuk pengaruhnya terhadap perekonomian masyarakat sekitar maupun perekonomian negara.

Diharapkan adanya investasi ditinjau dari aspek ekonomi adalah akan memberikan peluang untuk meningkatkan pendapatannya. Sedangkan bagi pemerintah dampak positif yang diperoleh dari aspek ekonomi memberikan pemasukan berupa pendapatan baik bagi pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.

##### b. Analisis Finansial

Aspek finansial dianalisis untuk mengetahui jumlah biaya yang akan dikeluarkan dan pendapatan yang akan diterima serta menentukan proposi pemenuhan sumber dana, yaitu melalui pinjaman, modal sendiri, atau investor. Tiga kegiatan utama dalam penilaian aspek finansial, yaitu membuat rekap penerimaan, membuat rekap biaya dan menguji aliran kas masuk yang dihasilkan berdasarkan kriteria kelayakan yang ada (Sofyan, 2003: 105). Metode penilaian yang digunakan sebagai berikut :

##### 1. *Net Present Value* (NPV)

Net Present Value (NPV) merupakan metode yang dilakukan dengan membandingkan nilai sekarang aliran kas masuk bersih dengan nilai sekarang investasi. Selisih antara nilai sekarang keduanya tersebut yang disebut *Net Present Value* (NPV) (Kasmir dan Jakfar, 2012: 103).

Kriteria kelayakan penerimaan investasi menggunakan metode NPV adalah suatu investasi dinyatakan layak apabila NPV lebih besar dari nol atau bernilai positif.

## 2. *Internal Rate of Return (IRR)*

*Internal Rate of Return (IRR)* merupakan metode untuk menghitung tingkat bunga yang dapat menyamakan antara *present value* dari semua aliran kas masuk dengan aliran kas keluar dari suatu investasi proyek (Sulistiyo, 2010: 208). Pada dasarnya, IRR harus dicari dengan cara *trial and error*. Kriteria kelayakan penerimaan investasi menggunakan metode IRR adalah suatu investasi dinyatakan layak apabila IRR lebih besar dari tingkat keuntungan yang dikehendaki.

## 2.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis (Rangkuti, 2017).

Keempat faktor itulah yang membentuk singkatan SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*). Unsur-unsur SWOT Untuk menganalisis lebih banyak tentang SWOT, Irham (2013) membagikan unsur-unsur dari SWOT itu sendiri dan dapat dilihat dengan faktor internal maupun eksternal. Unsur-unsur SWOT adalah sebagai berikut:

### a. Faktor Internal

Faktor internal dipengaruhi oleh kekuatan dan juga kelemahan, serta menyangkut suatu kondisi yang ada di dalam perusahaan yang dipengaruhi

oleh pembuatan keputusan. Faktor internal mencakup keuangan, sumber daya, pemasaran, sistem informasi manajemen dan operasional perusahaan.

b. Faktor Eksternal

Faktor yang datang dari luar dapat mempengaruhi peluang serta ancaman perusahaan, juga pembuatan keputusan. Faktor dari luar menyangkut dengan kondisi yang sedang terjadi di luar perusahaan. Faktor dari luar meliputi lingkungan bisnis makro, lingkungan industri, hukum, politik, ekonomi dan sosial media.

Matriks SWOT merupakan suatu alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan, yaitu faktor internal dan eksternal (Rangkuti, 2017). Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman yang dihadapi, agar dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki suatu perusahaan. Dalam pembuatan Matriks SWOT, akan lahir 4 strategi alternatif yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan. Keempat strategi alternatif itu ialah:

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi SO dibuat dengan menggunakan seluruh kekuatan yang dimiliki perusahaan dengan dan untuk memanfaatkan peluang sebaik-baiknya.

2. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Strategi ST dibuat berdasarkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengantisipasi ancaman yang datang dari luar lingkungan perusahaan.

3. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi WO diterapkan dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk meminimalisir kelemahan yang ada di perusahaan.

#### 4. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi WT didasarkan oleh kegiatan yang bersifat defensif atau melindungi perusahaan dengan berusaha meminimalkan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan dan melindungi perusahaan dari ancaman yang ada dari lingkungan luar perusahaan.

