BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Kasmir dan Jakfar (2013), studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. Sedangkan menurut Sunyoto (2014), studi kelayakan bisnis tidak hanya menganalisa kelayakan bisnisnya saja, akan tetapi juga membahas capaian keuntungan pada saat bisnis dioperasionalkan dalam waktu yang tidak ditentukan. Studi kelayakan bisnis dapat diartikan sebagai analisis mengenai pendirian atau pengembangan suatu proyek untuk menentukan apakah proyek tersebut dapat dilaksanakan atau memberikan keuntungan. (Adillah and Isdiana Suprapti 2021)

Kelayakan artinya penelitian yang dilakukan secara mendalam tersebut dilakukan untuk menentukan apakah usaha yang dijalankan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Pengertian bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya untuk memperoleh keuntungan finansial. Namun, dalam praktiknya perusahaan non profit pun perlu melakukan studi kelayakan bisnis karena keuntungan yang diperoleh bukan hanya bentuk finansial, tetapi juga non finansial. Dengan melakukan studi kelayakan bisnis dapat memberikan gambaran apakah usaha atau bisnis yang diteliti layak atau tidak untuk dijalankan. (Adnyana 2020)

2. Tujuan dari Studi Kelayakan Bisnis

a. Menghindari risiko kerugian (Adnyana 2020)

Studi kelayakan diperlukan untuk mengatasi risiko kerugiannya kelak jika dimasa depan akan ada semacam kondisi ketidakpastian. Fungsi kelayakan adalah meminimalisirkan risiko yang tidak diinginkan, baik risiko yang dapat dikendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.

b. Memudahkan perencanaan

Ketika telah dapat meramalkan apa yang akan terjadi, maka dengan mudah untuk melakukan perencanaan dan hal-hal yang perlu direncanakan. Perencanaan tersebut meliputi jumlah dana yang dibutuhkan, kapan usaha dapat dijalankan, dimana lokasi usaha, siapa saja yang akan melaksanakannya, bagaimana cara menjalankannya, seberapa besar keuntungan yang didapat serta bagaimana mengatasi jika terjadi penyimpangan.

c. Permudah pelaksanaan pekerjaan

Menjalankan bisnis menjadi lebih simple dengan menyederhanakan berbagai rencana yang disusun. Para pekerja di perusahaan memiliki pedoman yang harus diikuti. Olehnya itu, kegiatan usaha dapat dilakukan dengan lebih teratur, terarah, dan sesuai dengan perencanaan. Selama menjalankan setiap tahap yang telah dirancang, rencana tersebut dijadikan sebagai acuan.

d. Memudahkan pengawasan

Melakukan proyek bisnis yang sesuai dengan rencana akan mempermudah perusahaan dalam mengawasi jalannya usaha. Pengawasan ini diperlukan agar pelaksanaan usaha tidak melenceng dari rencana yang telah disusun.

e. Memudahkan pengendalian

Tujuan dari pengendalian ini adalah untuk mengoreksi pelaksanaan pekerjaan yang menyimpang agar Kembali ke jalur yang benar, sehingga pada akhirnya tujuan perusahaan dapat tercapai.

3. Pihak Yang Membutuhkan Analisa Kelayakan Bisnis

Terdapat beberapa pihak yang memerlukan analisa kelayakan bisnis adalah:

a. Investor: Jika hasil studi kelayakan dinyatakan layak untuk dijalankan, sumber pendanaan dapat dicari, misalnya mencari investor. Seorang calon inventor akan memperhatikan hasil laporan studi kelayakan bisnis yang dibuat karena calon investor mempunyai kepentingan yang diperoleh serta jaminan keselamatan atas modal yang ditanamkan.

b. Kreditor: Bank dapat menjadi salah satu sumber pendanaan bagi usaha atau bisnis. Sebelum memberikan kredit, bank akan melakukan evaluasi ulang terhadap studi kelayakan bisnis yang telah disusun. Selain itu, bank juga mempertimbangkan faktor-faktor lain, seperti tingkat kepercayaan perusahaan yang mencakup aspek kejujuran dan kemampuan dalam mengelola keuangan, serta ketersediaan jaminan yang dimiliki. Semua pertimbangan ini dilakukan untuk memastikan bahwa perusahaan layak mendapatkan kredit atau tidak.

c. Pihak manajemen perusahaan: Studi kelayakan bisnis dapat disusun baik oleh pihak internal perusahaan maupun pihak eksternal yang ditunjuk. Terlepas dari siapa yang menyusunnya, manajemen memahami bahwa pembuatan proposal ini bertujuan untuk merealisasikan ide proyek yang pada akhirnya berkontribusi pada pengembangan usaha dan peningkatan keuntungan perusahaan. Sebagai pemimpin proyek, seseorang perlu memahami studi kelayakan tersebut, terutama dalam aspek pendanaan,

termasuk jumlah modal yang dialokasikan dari dana internal, serta rencana pendanaan dari investor dan kreditor.

d. Pemerintah dan masyarakat: Penyusunan studi kelayakan bisnis, penting untuk memperhatikan kebijakan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Hal ini dikarenakan, baik secara langsung maupun tidak langsung, kebijakan pemerintah dapat berdampak pada keputusan dan arah strategi perusahaan. Oleh karena itu, penyesuaian dengan regulasi yang berlaku menjadi faktor krusial dalam memastikan kelangsungan dan keberlanjutan bisnis.

4. Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Penyusunan dan penilaian studi kelayakan harus dilakukan secara menyeluruh serta sesuai dengan tahapan yang telah ditetapkan. Tiap tahap mencakup beragam aspek yang perlu diteliti, diukur, dan dievaluasi berdasarkan ketentuan yang telah ditentukan. Terdapat berbagai aspek yang harus dianalisis untuk menilai kelayakan suatu usaha, di mana setiap aspek saling terhubung dan tidak berdiri secara terpisah. Ketika salah satu aspek belum terpenuhi, maka diperlukan penyesuaian atau perbaikan agar keseluruhan rencana usaha tetap dapat dinyatakan layak dijalankan. Menurut Kasmir dan Jakfar (2013), prioritas aspek-aspek yang diperlukan dalam studi kelayakan sebagai berikut.

a. Aspek pasar dan pemasaran

Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Secara lebih luas, pasar adalah himpunan pembeli nyata dan pembeli potensial atas suatu produk. Pembeli nyata yang dimaksud adalah himpunan konsumen yang memiliki minat, pendapatan, dan akses pada suatu produk atau jasa tertentu. Aspek

pasar ini, konsumen akan melakukan transaksi dikarenakan adanya minat atau keinginan untuk membeli serta memiliki pendapatan dan akses. Jika masih merupakan keinginan dan suatu saat apabila telah memiliki pendapatan dan akses, mereka akan membeli, kelompok inilah dinamakan konsumen potensial. (Adnyana 2020). Terdapat 3 faktor utama terjadinya pasar, yaitu orang dengan segala keinginannya, daya beli, dan tingkah laku dalam pembelian. (Sugiyanto et al. 2020). Sedangkan pemasaran adalah kegiatan yang bertujuan untuk menjual barang atau jasa yang diproduksi perusahaan ke pasar.

Aspek pasar dan pemasaran dapat dinyatakan layak jika hasil analisis menunjukkan potensi pasar yang memadai, strategi pemasaran yang tepat, dan daya serap pasar yang realistis. Sedangkan dinyatakan tidak layak ketika tidak ada pasar yang cukup untuk produk/jasa dan strategi pemasaran tidak efektif atau terlalu mhal dibandingkan hasilnya.(Sugiyanto et al. 2020). Analisis kelayakan dari aspek pemasaran, yaitu:

1) Penentuan segmentasi, target, dan posisi produk pada pasarnya.
2) Kajian untuk mengetahui konsumen potensial, seperti perihal sikap, perilaku, serta kepuasan mereka atas produk.
3) Menentukan strategi, kebijakan, dan program pemasaran yang dilakukan.

Aspek ini membahas tentang potensi pasar, proyeksi pertumbuhan permintaan di masa mendatang, prediksi tantangan yang mungkin terjadi serta strategi pemasaran yang dapat diterapkan. (Susanti et al. 2020). Dalam aspek pemasaran, dikembangkan dengan menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dapat mempengaruhi permintaan konsumen terhadap barang atau jasa (Ermawati and Hidayanti 2022).

Terdapat bauran pemasaran terhadap produk barang yang akan membantu menganalisis 4P. Namun, cakupan bauran pemasaran untuk jasa jauh lebih luas dengan menambah 3P. Berikut adalah bauran pemasaran 7P, yaitu:

1) *Product* (Produk)

   Produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan berupa barang atau jasa. (Kurniati et al. 2015)

2) *Price* (Harga)

   Harga adalah sebuah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya diterapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. (Sugiyanto et al. 2020)

3) *Place* (Tempat)

   Sebagian besar produsen menggunakan perantara pemasaran dalam proses pengenalan/ pemasaran produk dengan membangun saluran distribusi. Distribusi adalah semua kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan membuat produk dapat dengan mudah diperoleh oleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat, sedangkan saluran distribusi adalah jalur atau saluran untuk menyalurkan produk agar sampai ke tangan konsumen akhir. (Kurniati et al. 2015)

4) *Promotion* (Promosi)

   Strategi promosi dianggap penting dikarenakan agar pelanggan dapat mengenal produk yang dijual. Oleh karena itu ada pula macam-

macam promosi seperti periklanan/*advertising*, promosi penjualan/*sales promotion*, publisitas/*publicity*, dan penjualan pribadi/*personal selling*. (Putri 2024)

5) *People (Orang)*

Seluruh individu yang terlibat secara lansung dalam penyampaian layanan selama proses produksi dan konsumsi, sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Ini meliputi karyawan, konsumen dan konsumen lainnya. (Ermawati and Hidayanti 2022)

6) *Process* (Proses)

Merupakan bagian bauran pemasaran yang bertujuan menjaga konsistensi kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen. Dengan demikian, penyusunan proses layanan harus melibatkan elemen-elemen pemasaran yang memastikan mutu tetap terjaga. (Ermawati and Hidayanti 2022)

7) *Physical evidence* (Bukti fisik)

Fasilitas dan lingkungan fisik yang disediakan sebagai sarana komunikasi antara perusahaan dan konsumen, dimana setiap elemen berperan dalam mendukung penyampaian layanan. (Ermawati and Hidayanti 2022)

b. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Aspek manajemen berisi penjelasan tentang kegiatan manajemen dari perusahaan yang akan mengelola bisnis tersebut. Suatu dokumen rencana bisnis mesti digambarkan secara detail siapa yang akan mengelola bisnis. Perlu adanya sistem organisasi dan manajemen yang

baik sehingga usaha dapat dikatakan *feasible* untuk untuk dilaksanakan. (Syahputra et al. 2023). Manajemen adalah proses pencapaian tujuan organisasi secara efektif dan efisien melalui pelaksanaan fungsi perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, pengendalian, dan pengawasan terhadap sumber daya yang dimiliki organisasi.

Menurut Feriyanto dan Triana (2015) mengatakan bahwa manajemen adalah inti dari administrasi tersebut hal tersebut dikarenakan manajemen merupakan alat pelaksana administrasi dan berperan sebagai alat untuk mencapai hasil melalui proses yang dilakukan oleh anggota organisasi. (Sudirman et al. 2022). Dinyatakan kelayakan pada aspek ini, ketika memiliki struktur organisasi yang jelas dan fungsional, manajemen mampu merencanakan, mengorganisasi, menggerakkan dan mengendalikan bisnis, serta memiliki tim manajemen solid dan kompetensi yang dibutuhkan. Sedangkan dapat dinyatakan tidak layak Ketika tidak ada perencanaan manajerial yang matang, tim menejemen yang tidak kompeten, dan pengendalian internal lemah dan rawan penyimpangan. (Sugiyanto et al. 2020):

Pencapaian sasaran atau tujuan suatu bisnis tentunya melalui suatu proses dan pelaksanaan fungsi manajemen yang baik. Menurut Amirullah (2015:8) fungsi manajemen pada umumnya dibagi menjadi empat fungsi yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dengan tujuan mencapai hasil yang diinginkan.(Sudirman et al. 2022)

1) Perencanaan

a) Pengertian

Secara umum, perencanaan adalah suatu proses menentukan hal-hal yang ingin dicapai (tujuan) di masa depan serta menentukan berbagai tahapan yang diperlukan untuk mencapai

tujuan tersebut.(Sudirman et al. 2022). Perencanaan berfungsi untuk membantu proses pengambilan keputusan terbaik yang sesuai dengan tujuan organisasi. Upaya mengidentifikasi berbagai hambatan dan melakukan koreksi terhadap penyimpangan secara cepat memungkinkan organisasi untuk tetap terkontrol dengan baik.

b) Tujuan perencanaan

Menurut Arifin (2007) bahwa beberapa tujuan perencanaan organisasi atau perusahaan secara umum adalah sebagai berikut.

(1) Mengurangi risiko dan perubahan yang mungkin terjadi pada masa yang akan datang;
(2) Memfokuskan kegiatan pada sasaran yang telah ditetapkan;
(3) Menjamin proses pencapaian tujuan dapat terlaksana secara efektif dan efisien; dan
(4) Memudahkan pengawasan.

c) Jenis-jenis perencanaan

Perencanaan dibedakan menjadi 3, yaitu berdasarkan ruang lingkupnya, tingkatannya, dan jangka waktunya. Berikut adalah penjelasan jenis-jenis perencanaan:

(1) Perencanaan berdasarkan lingkungan meliputi perencanaan strategis yang bersifat jangka panjang dan waktu pelaksanaan yang lama, rencana taktis yang bersifat jangka pendek dan mudah disesuaikan aktivitasnya, dan rencana integrasi yang dalamnya terdapat penjelasan secara menyeluruh dan bersifat terpadu.
(2) Perencanaan berdasarkan tingkatan meliputi rencana induks yang didalamnya terdapat tujuan jangka panjang dan ruang lingkupnya luas, rencana operasional yang berfokus kepada pedoman

pelaksanaan program organisasi, dan rencana rutin yang terdapat aktivitas harian yang bersifat rutin.

(3) Perencanaan berdasarkan jangka waktu meliputi rencana jangka panjang untuk jangka waktu 10-25 tahun, rencana jangka menengah untuk berlaku jangka waktu 5-7 tahun, dan rencana jangka pendek untuk berlaku selama kurang lebih 1 tahun.

2) Pengorganisasian

Pengorganisasian adalah pengaturan setelah adanya *plan* (rencana). Dalam melaksanakan *organizing* (pengorganisasian), ada dua kegiatan yang harus dilakukan:

a) Menentukan bentuk/struktur organisasi perusahaan yang sesuai dengan kegiatan dijalankan.
b) Menentukan wewenang, tugas, dan tanggung jawab setiap orang yang bekerja di perusahaan, terutama para manajer.

Pengorganisasian secara efektif dapat menghasilkan keuntungan/manfaat sebagai berikut.

a) Kejelasan tentang ekspektasi kinerja individu dan tugas-tugas yang terspesialisasi.
b) Pembagian kerja untuk menghindari timbulnya duplikasi, konflik dan penyalahgunaan sumber daya.
c) Terbentuknya arus aktivitas kerja yang logical, sehingga dapat dilaksanakan dengan baik oleh individu atau kelompok.
d) Saluran komunikasi yang dapat membantu pengambilan keputusan dan pengawasan.
e) Mekanisme yang terkoordinasi memungkinkan tercapainya harmoni antara para anggota, yang terlibat dalam berbagai macam kegiatan.

3) Pengarahan

Secara umum, pengarahan diartikan sebagai menggerakkan orang lain. Penggerakan pada hakikatnya merupakan suatu usaha dan dapat bekerja untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien. Tujuan dari penggerakan adalah usaha atau tindakan dari pemimpin dalam rangka menumbuhkan kemauan dan membuat bawahan tahu pekerjaannya, sehingga secara sadar menjalankan tugasnya sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Fungsi pokok penggerak dalam manajemen adalah (Sudirman et al. 2022):

a) Mempengaruhi seseorang agar bersedia menjadi pengikut
b) Menaklukan daya tolak seseorang
c) Membuat seseorang suka mengerjakan tugas dengan baik
d) Mendapatkan, memelihara dan memupuk kesetiaan pada pimpinan, tugas dan organisasi tempat mereka bekerja
e) Menanamkan, memelihara, dan memupuk rasa tanggung jawab seorang terhadap Tuhannya, Negara dan masyarakat.

4) Pengawasan dan Pengendalian

Menurut Arifin dan Giana (2007) dalam Sudirman et al., (2022) pengawasan adalah:

> fungsi manajemen dimana peran dari personal yang sudah memiliki tugas, wewenang, dan menjalankan pelaksanaannya perlu dilakukan pengawasan agar berjalan sesuai dengan tujuan, visi dan misi perusahaan

Tujuan dari pengawasan adalah untuk mengetahui dan memahami kenyataan yang sebenarnya tentang pelaksanaan kegiatan atau pekerjaan. Apakah pekerjaan yang dilakukan efektif dan efisien. Handoko dalam Paputangan & Tampongangoy (2019)

mengemukakan bahwa proses pengawasan memiliki lima tahapan, yaitu(Sudirman et al. 2022):

a) Penetapan standar pelaksanaan
b) Penentuan pengukuran pelaksanaan kegiatan
c) Pengukuran pelaksanaan kegiatan nyata
d) Perbandingan pelaksanaan kegiatan dengan standar dan pengendalian penyimpangan
e) Pengambilan Tindakan koreksi, bila diperlukan.

Sumber daya manusia merupakan kekuatan terbesar dalam pengelolaan seluruh *resource* yang ada. Sumber daya manusia adalah suatu potensi yang dimiliki oleh setiap orang untuk mewujudkan sesuatu sebagai makhluk sosial. Sumber daya manusia (SDM) adalah keseluruhan penentuan dan pelaksanaan aktivitas dan program yang bertujuan untuk mendapatkan tenaga kerja, pengembangan, dan pemeliharaan dalam usaha meningkatkan dukungannya terhadap peningkatan efektivitas organisasi dengan cara yang etis dan sosial (Sudirman et al. 2022).

1) Tujuan pengelolaan sumber daya manusia

   Tujuan umum dari pengeloaan sumber daya manusia adalah mengoptimalkan kegunaan (produktivitas) semua pekerja dalam sebuah organisasi. Produktivitas yang dimaksud ialah sebagai nisbah keluaran (*output*) sebuah perusahaan (barang atau jasa) terhadap masuknya (manusia, modal, bahan-bahan, energi). Tujuan khusus sumber daya manusia adalah membantu para manajer lini, atau manajer fungsional yang lain agar dapat mengelola pekerja lebih efektif. (Sudirman et al. 2022)

2) Komponen pengelolaan sumber daya manusia dalam usaha
   a) Pengusaha adalah setiap orang yang menginvestasikan modalnya untuk memperoleh pendapatan dan besarnya pendapatan itu tidak menentu tergantung pada laba yang dicapai perusahaan tersebut.
   b) Manajer adalah seseorang yang mengarahkan orang lain serta bertanggung jawab atas pekerjaan tersebut dalam mencapai suatu tujuan.
   c) Karyawan merupakan kekayaan utama suatu perusahaan, karena karyawan yang akan menjalankan aktivitas perusahaan.
3) Proses pengelolaan sumber daya manusia dalam usaha

   Proses di setiap usaha itu berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan. Namun pada umumnya sebagai berikut.

   a) Perencanaan sumber daya manusia.
   b) Penyediaan sumber daya manusia yang sesuai dengan kriteria tertentu guna memenuhi kebutuhan usaha.
   c) Pengembangan tenaga kerja baru diakomodasi melalui orientasi usaha. Untuk tenaga kerja lama dilakukan pembinaan.
   d) Pemeliharaan dimana tenaga kerja yang baik akan diberikan kompensasi dan benefit dari perusahaan.
   e) Pemanfaatan untuk tenaga kerja yang selalu sejalan dengan rencana perusahaan dan memberikan promosi jabatan.

c. Aspek Hukum

Merujuk pada analisis dan evaluasi semua aspek hukum yang terkait dengan pendirian dan operasional suatu usaha. Aspek ini terdapat

perizinan dan registrasi, kepatuhan hukum, dan kontrak perjanjian untuk kepentingan bersama. (Adillah dan Isdiana Suprapti 2021). Aspek ini juga bertujuan untuk menganalisis kemampuan pelaku bisnis dalam memenuhi ketentuan hukum dan perizinan yang dibutuhkan untuk membangun bisnis di wilayah tertentu. (Faradiba 2020). Oleh karena itu, dalam mendirikan suatu usaha, aspek hukum dan legalitas menjadi hal yang sangat penting. Dinyatakan layak dalam aspek hukum ketika rencana bisnis sesuai dengan peraturan yang berlaku, serta adanya dokumen perizinan yang lengkap dan sah. Apabila menimbulkan pelanggaran hukum atau tidak mendapat izin akan dinyatakan tidak layak dalam aspek hukum. (Sugiyanto et al. 2020)

1) Legalitas perusahaan dalam kegiatan bisnis

   Legalitas perusahaan merupakan jati diri yang dipakai perusahaan untuk menjalankan usahanya. Pembuatan identitas perusahaan meliputi beberapa hal, seperti nama pribadi pengusaha, jenis usaha yang dijalankan dan tujuan pendirian usaha. Setiap nama perusahaan harus disahkan. Pengesahan dapat dikatakan mulai sejak dibuatnya akta pendirian di depan notaris dan didaftarkan dalam daftar perusahaan. (Adnyana 2020).

2) Surat izin usaha perdagangan

   Surat izin usaha perdagangan adalah jati diri yang dipakai oleh perusahaan atau badan usaha untuk menjalankan usahanya secara sah. Surat izin usaha perdagangan memiliki beberapa jenis perusahaan jika dari segi besar modalnya, yaitu:

a) Perusahaan kecil yang mempunyai modal atau kekayaan bersih < Rp 25 juta. Terdapat juga ketentuan mengkategorikan suatu perusahaan kecil, yaitu:
   (1) Tidak berbadan hukum dan umumnya dilakukan oleh perorangan.
   (2) Diurus dan dijalankan oleh pemiliknya.
   (3) Keuntungan semata-mata untuk menambah biaya hidup.

   Perusahaan kecil tidak diharuskan untuk memiliki SIUP tersebut. Terdapat beberapa badan usaha yang dibebaskan SIUP, diantaranya:
   (1) Cabang atau perwakilan badan usaha, yang dalam menjalankan bisnisnya menggunakan SIUP kantor pusat.
   (2) Badan usaha yang telah mendapatkan izin dari departemen teknis terkait dengan badan usahanya, berdasarkan peraturan perundang-undangan lain yang berlaku dan tidak melakukan perdagangan.
   (3) Perusahaan/badan usaha yang berkaitan dengan penanaman modal dalam negeri.
   (4) Badan Usaha Milik Negara, yaitu Perusahaan Perseroan (Persero) dan Perusahaan Umum (Perum).
b) Perusahaan menengah, yakni perusahaan yang mempunyai modal atau kekayaan bersih berkisar antara Rp 25 juta - Rp100 juta. Perusahaan menengah diharuskan memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dengan harus mengajukan permohonan ke Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten. Jangka waktu SIUP untuk perusahaan menengah adalah tidak terbatas. Artinya,

SIUP dapat berlaku sampai masa berdirinya perusahaan menengah tersebut.

c) Perusahaan besar, yakni perusahaan yang mempunyai modal atau kekayaan bersih > Rp100 juta. Perusahaan besar diharuskan memiliki SIUP yang harus dimohonkan ke Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi. Jangka waktu SIUP untuk perusahaan jenis ini adalah 5 tahun dan dapat diperpanjang. (Adnyana 2020)

Hasil kelayakan bisnis dalam aspek hukum, memberikan informasi mengenai(Sugiyanto et al. 2020):

1) Bentuk perusahaan, identitas bisnis, jenis bisnis yang dijalankan, waktu pelaksanaan, dan tempat proyek bisnis dijalankan secara mendalam agar dapat menentukan kelayakan rencana bisnis tersebut.
2) Evaluasi hukum terhadap rencana bisnis harus mengacu pada peraturan yang berlaku, termasuk undang-undang dan regulasi turunannya.

d. Aspek Teknis dan Teknologi

Aspek teknis dalam studi kelayakan bisnis merupakan hal-hal yang berkaitan dengan proses pembangunan perusahaan atau bisnis secara teknis dan pengoperasiannya setelah perusahan di bangun. Analisis teknik dilakukan agar dapat mengetahui perancangan awal penaksiran biaya investasi dan termasuk biaya eksploitasinya. (Syahputra et al. 2023). Aspek ini membahas mengenai lokasi perusahaan, baik itu gudang, kantor pusat, maupun cabang, menjadi aspek yang diperhitungkan. Selain itu, perlu ditentukan tata letak bangunan, mesin, peralatan, serta ruang yang disediakan untuk ekspansi di masa depan. Penelitian lokasi mencakup beberapa faktor, seperti pendekatan pasar,

ketersediaan bahan baku, tenaga kerja, kebijakan pemerintah, akses ke lembaga keuangan, serta infrastruktur lainnya. (Sugiyanto et al. 2020)

1) Tujuan (Syahputra et al. 2023)
   a) Menganalisis kelayakan lokasi pabrik atau bisnis
   b) Menganalisis besarnya skala produksi untuk mencapai tingkatan skala ekonomis
   c) Menganalisis kriteria pemilihan mesin dan peralatan untuk menjalankan proses produksi
   d) Menganalisis *layout* pabrik, bangunan dan fasilitas lainnya untuk memudahkan dalam proses produksi
   e) Menganalisis teknologi yang digunakan
2) Penentuan lokasi bisnis atau usaha

   Lokasi bisnis adalah lokasi dimana bisnis atau usaha akan dijalankan, baik untuk lokasi lahan pabrik maupun lokasi perkantoran, tetapi Suliyanto lebih menekankan pada pembahasan lokasi untuk lahan pabrik karena pemilihan lahan pabrik jauh lebih kompleks dibandingkan dengan pemilihan lokasi untuk perkantoran (Administrasi). (Suliyanto,134:2010) dalam Syahputra et al., (2023). Untuk menentukan lokasi usaha, perlu mempertimbangkan beberapa hal, diantaranya(Syahputra et al. 2023):

   a) Jenis usaha yang dijalankan
   b) Apakah dekat dengan pasar atau konsumen
   c) Apakah dekat dengan bahan baku
   d) Apakah tersedia tenaga kerja
   e) Apakah tersedia sarana dan prasarana (Transportasi, listrik dan air)
   f) Apakah dekat dengan pusat pemerintahan
   g) Apakah dekat dengan lembaga keuangan

h) Apakah berada di kawasan industri

i) Apakah Kemudahan dalam melakukan ekspansi atau perluasan

j) Kondisi adat istiadat, Budaya dan sikap masyarakat setempat

k) Hukum yang berlaku di wilayah setempat

3) Penentuan skala produksi

Luas Produksi adalah jumlah atau volume hasil produksi yang seharusnya diproduksi oleh perusahaan dalam satu periode tertentu. Luas produksi harus direncanakan secara matang agar dapat memperoleh keuntungan optimal sesuai yang diinginkan perusahaan. Luas perusahaan tidak hanya diukur dari pendekatan luas produksi saja karena luas produksi berbeda dengan luas perusahaan, akan tetapi luas perusahaan bisa diukur dengan beberapa indikator berikut(Syahputra et al. 2023):

a) Bahan dasar yang digunakan

b) Barang yang dihasilkan

c) Peralatan mesin yang digunakan

d) Jumlah pegawai yang digunakan

e) Pemilihan mesin peralatan dan teknologi

Berikut ini beberapa hal yang perlu dipertimbangkan pada pemilihan mesin dan peralatan(Syahputra et al. 2023):

a) Kesesuian dengan teknologi

Mesin dan peralatan harus sesuai dengan teknologi yang berlaku sekarang. Teknologi yang tidak sesuai dengan kondisi lingkungan akan menyebabkan prosesnya tertinggal dan kehilangan daya saing dengan pesaing lainnya.

b) Harga perolehan

Harga perolehan mesin, peralatan, dan teknologi harus sesuai dengan besarnya biaya investasi yang dianggarkan agar tidak membebani keuangan perusahaan dalam jangka panjang.

c) Kemampuan

Kemampuan mesin peralatan yang akan digunakan harus sesuai dengan luas produksi yang direncanakan. Hal ini untuk menghindari idle capacity yang akan menimbulkan pemborosan atau over capacity sehingga mengakibatkan kerusakan.

d) Tersedianya pemasok

Ketersediaan pemasok harus dipertimbangkan sehingga pada saat kegiatan pembangunan dimulai tidak ada kendala dalam hal pengadaan.

e) Tersedianya suku cadang

Ketersediaan suku cadang harus dianalisis secara cermat agar proses pemeliharaan dan perbaikan karena suatu kerusakan pada mesin dan peralatan dapat dilakukan dengan mudah.

f) Kualitas

Kualitas mesin menentukan keawetan dan kualitas produk yang akan dihasilkan. Oleh karena itu, kualitas mesin dan peralatan perlu dipertimbangkan, disesuaikan dengan kemampuan keuangan yang ada.

g) Umur ekonomis

Taksiran umur ekonomis harus sesuai dengan keberadaan bisnis yang akan dijalankan, jangan sampai umur ekonomi mesin terlalu pendek sehingga “habis” sebelum bisnis mencapai tingkat pengembalian investasi.

4) Penentuan layout pabrik dan bangunan

Layout pabrik merupakan keseluruhan bentuk dan penempatan fasilitas-fasilitas yang diperlukan dalam proses produksi. Penentuan *layout* harus didesain untuk memungkinkan perpindahan yang ekonomis dari orang-orang dan bahan-bahan dalam berbagai proses dan operasi perusahaan. Kriteria yang dapat digunakan untuk menilai *layout* pabrik menurut Suad Husnan dan Suwarsono (2000) adalah(Syahputra et al. 2023):

> adanya konsistensi dengan teknologi produksi, adanya arus produk dalam proses yang lancar dari proses satu ke proses yang lain, penggunaan ruangan yang optimal, terdapat kemungkinan untuk dengan mudah melakukan penyesuaian maupun ekspansi, dan meminimasi biaya produksi dan memberikan jaminan yang cukup untuk keselamatan tenaga kerja.

Secara umum, terdapat tiga macam *layout*, yaitu: (Syahputra et al. 2023)

a) *Layout* proses atau fungsional

Layout proses mesin-mesin dan peralatan yang mempunyai fungsi yang sama dikelompokkan dan ditempatkan dalam satu tempat atau ruang tertentu. *Layout* ini cocok bagi perusahaan yang berproduksi untuk pesanan dimana banyak pesanan yang berbeda, baik dalam bentuk, kualitas, maupun jumlahnya.

b) Layout produk dan garis

Layout produk mesin-mesin dan peralatan disusun berdasarkan urutan operasi yang diperlukan untuk produk yang akan dibuat. *Layout* ini cocok digunakan bagi perusahaan yang berproduksi secara terus –menerus dalam jumlah yang besar.

c) *Layout* kelompok

Layout kelompok mesin-mesin dan peralatan yang memuat serangkaian komponen yang sama dikelompokkan pada suatu tempat. *Layout* ini merupakan kombinasi antara *layout* produk dan *layout* proses.

Sebuah Jurnal Penelitian Ardianto Tanaka dan Evi Marlina ,751: 2017 mengatakan bahwa analisis aspek teknik dianggap layak apabila perusahaan memiliki lokasi yang tepat untuk menjangkau pasar, perusahaan menentukan layout yang sesuai dengan proses produksi yang di pilih sehingga proses produksi memberikan efisiensi, perusahaan dapat menentukan teknologi yang tepat untuk proses produksi. (Syahputra et al. 2023). Dinyatakan tidak layak jika teknolofi sulit diterapkan atau tidak tersedia, lokasi dan layout usaha menghambat efisien produksi, dan operasional tidak dapat memenuhi permintaan pasar. (Sugiyanto et al. 2020)

e. Aspek Finansial

Suatu usaha dapat dikatakan sehat jika dapat menghasilkan keuntungan yang memadai dan mampu memenuhi kewajiban finansialnya. Analisis keuangan dilakukan untuk diperkirakan kebutuhan pendanaan serta aliran kas dari suatu proyek bisnis, sehingga dinilai apakah rencana bisnis tersebut layak untuk dijalankan atau tidak. Terdapat beberapa metode yang digunakan kriteria kelayakan investasi, diantaranya, yaitu *Net Present Value, Internal Rate of Return, Payback Period, Profitability Index* dan *average of Return* (Sugiyanto et al. 2020)

1) *Payback Period* (PP) adalah jangka waktu yang diperlukan untuk mengembalikan investasi awal melalui aliran kas yang dihasilkan. *Payback period* merupakan perbandingan antara investasi awal dengan arus kas masuk, yang hasilnya menunjukkan waktu yang dibutuhkan. Selanjutnya, nilai rasio akan dibandingkan dengan *payback period* maksimum yang dapat diterima. Rumus *payback period* adalah: (Syahputra et al. 2023)

   Payback period = $\frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Kas Masuk Bersih}}$ × 1 tahun

   Kriteria seleksi:

   a) Payback Period (PP) < Payback minimun maka layak
   b) Payback Period (PP) ≥ Payback minimum maka tidak layak

2) *Internal Rate of Return* digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan dimasa mendatang, atau penerimaan kas, dengan mengeluarkan investasi awal. Salah satu cara untuk memperkirakan besarnya IRR adalah berpatokan kepada besarnya *cost of capital.* (Adnyana 2020). Rumus yang digunakan adalah:

   $I_0 = \sum_{t=1}^{n} \frac{CFt}{(1+IRR)}$

   Keterangan:

   t = tahun ke-

   n = jumlah tahun

   I_0 = nilai investasi awal

   CF = arus kas bersih

   IRR = tingkat bunga yang dicari harganya

   Kriteria penilaian untuk menerima dan menolak usulan investasi didasarkan pada:

a) Menerima usulan investasi apabila IRR > opportunity cost of capital karena hal ini menunjukkan bahwa usulan investasi yang bersangkutan bersifat layak.
b) Menolak usulan investasi apabila IRR < opprtunity cost of capital karena hal ini menunjukkan bahwa usulan investasi yang bersangkutan bersifat tidak layak.

3) *Net Present Value* yaitu selisih antara *Present Value* dengan nilai sekarang dari penerimaan-penerimaan kas bersih (aliran kas operasional maupun aliran kas terminal) dimasa yang akan datang. Untuk menghitung nilai sekarang perlu ditentukan tingkat bunga yang relevan dengan rumus: (Adnyana 2020)

$$\text{NPV} = \sum_{t=1}^{n} \frac{CFt}{(1+K)^t} - \text{I}_0$$

Keterangan:

CFt = aliran kas pertahun pada periode t

I_0 = investasi awal tahun pada tahun 0

K = suku bunga (*discount rate*)

Berdasarkan perhitungan di atas, kelayakan investasi dapat ditentukan dengan kriteria sebagai berikut.

a) Nilai NPV > 0, maka proyek dapat dinyatakan layak untuk dijalankan dan menguntungkan.
b) Nilai NPV < 0, maka proyek dinyatakan tidak layak untuk dijalankan dan merugikan
c) Nilai NPV = 0, maka proyek mampu mengembalikan sebesar modal sosial opportunity cost dari faktor produksi normal. Oleh karena itu, lebih baik modal atau dana dibank karena menguntungkan.

4) Profitability index dapat dihitung dengan cara membandingkan antara nilai sekarang (*present value*) dari penerimaan kas bersih yang diperkirakan di masa mendatang dengan nilai sekarang (*Present Value*) dari investasi yang telah dilaksanakan. Perhitungan proyek dengan *profitability index* menghasilkan perhitungan selama umur ekonomis proyek. Jadi, *profitability index* dapat dihitung dengan membandingkan antara PV kas masuk dengan PV kas keluar. Rumus:

$$\text{PI} = \frac{\text{PV Kas Masuk}}{\text{PV Kas Keluar}}$$

Berikut ini merupakan kriteria kelayakan investasi berdasarkan metode *profitability index*. (Adnyana 2020)

a) Nilai PI ≥ 1, maka investasi layak untuk dilaksanakan karena memperoleh benefit yang lebih besar.
b) Nilai PI < 1, investasi tidak layak dilaksanakan karena arus benefit yang lebih kecil.

5) *Avarege Rate of Return* (ARR)

Avarege Rate of Return adalah salah satu metode penilaian investasi dalam studi kelayakan bisnis yang mengukur tingkat pengembalian rata-rata dari investasi berdasarkan laporan akuntansi, khususnya laba bersih. ARR adalah rumus yang digunakan untuk membuat keputusan penganggaran modal. Rumus ini digunakan dalam situasi ketika perusahaan memutuskan apakah akan berinvastasi dalam suatu asset (proyek, akuisisi) atau tidak berdasarkan laba bersih masa depan yang diharapkan dibandingkan dengan biaya modal. (Tim Vipond 2024)

$$\text{ARR} = \frac{Rata{-}rata\ Laba\ Bersih}{Rata{-}rata\ Investasi} \times 100\%$$

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Kesimpulan
1	Nilam Sari Anggraini (2020)	Analisis Studi Kelayakan Pengembangan Usaha Nyateyuk di Pekanbaru	*Payback period, Profit Sharing, metode Net Present Value, metode Profitability Index, Internal Rate of Return, Gold Value Method, Gold Index, dan Investible Surplus.*	Dari hasil perhitungan analisis kelayakan non-finansial dan finansial diketahui bahwa usaha Nyateyuk layak untuk dikembangkan.
2	Iis hasrina Pasamangi (2020)	Studi Kelayakan Bisnis (BonBon Factory)	Aspek non-finansial (aspek pasar dan pemasaran, hukum, manajemen & operasi, dan ekonomi sosial) dan aspek finansial (biaya operasional, estimasi penjualan, harga pokok penjualan, dan profit kotor)	BonBon Factory telah melaksanakan studi kelayakan bisnis dengan 5 aspek, kemudian dinyatakan layak berdasarkan dari Aspek Pasar dan Pemasaran sudah sangat jelas target pasar yang akan BonBon targetkan dan mengenai rencana perluasan yang sudah terealisasi karena BonBon *Factory* sekarang telah menjadi bisnis *franchise*
3	Besse Faradiba (2020)	Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Waralaba Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian “Alpokatkocok_ Duobig” Di Makassar	*Payback period (PP),* metode B/C ratio, *metode Net Present Value (NPV),* dan *Internal Rate of Return (IRR)*	Analisis aspek non-finansial pada usaha waralaba Alpokatkocok_ duobig telah memenuhi syarat dan layak untuk dijalankan, sedangkan hasil analisis kelayakan investasi menyatakan bahwa studi kelayakan bisnis dan citra merek yang

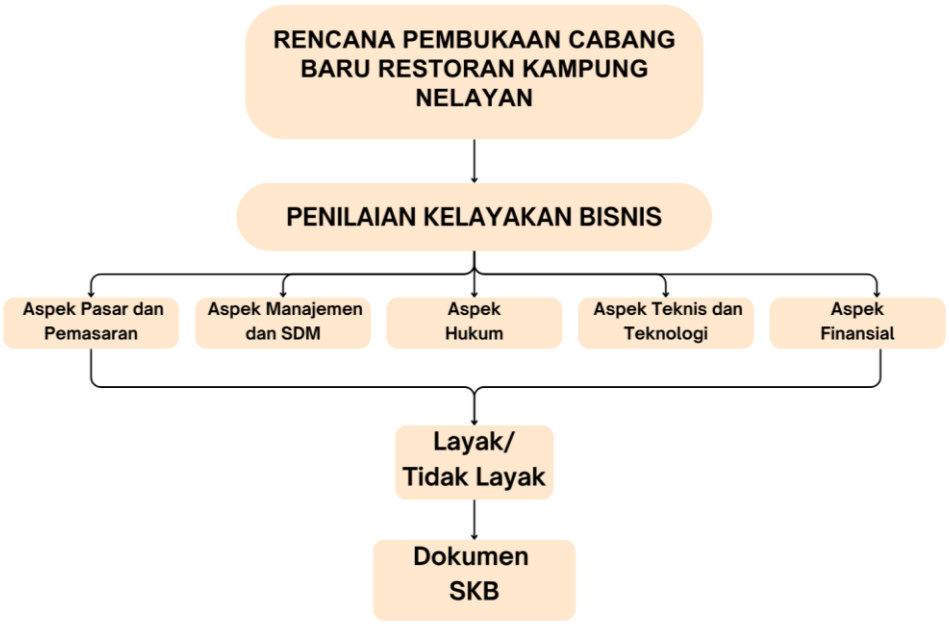
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Kesimpulan
				berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
4	Opan Arifuddin, Yayan Sofyan, dan Rahman Tanjung (2020)	Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik	Rasio aktivitas, rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio profitabilitas, *Payback Period (PP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Profitability Index (PI)*	Permintaan pasar telur asin fluktuatif, dengan peluang peningkatan produksi dan distribusi. Lokasi strategis mendukung efisiensi, sementara ekspansi cabang meningkatkan penjualan. Perusahaan menjaga lingkungan, memperbaiki manajemen, dan mendapat dukungan perizinan, meningkatkan kepercayaan serta akses pendanaan.
5	Chairunnisa Rahmawati Putri (2024)	Studi Kelayakan Usaha Kuliner Studi Kasus Pada Usaha *Room Coffee and Eatery* di Kabupaten Bogor	*Discount Payback Period (DPP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Profitability Index (PI)*	Hasil dari analisis studi kelayakan bisnis berdasarkan aspek pemasaran, Teknik dan produksi, aspek sdm, aspek sosial, dan aspek dampak lingkungan dinyatakan layak dan memenuhi kategori aspek, sedangkan hasil analisis berdasarkan aspek keuangan dinyatakan bahwa usaha *Room Coffee and Eatery* layak untuk dijalankan.
6	Adrian Hartanto Ismail dan Rahmat (2023)	Studi kelayakan bisnis untuk Pengembangan usaha pada PT. Talenta *International tourism*	Aspek non-finansial (aspek umum dan manajemen, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik) dan aspek finansial (*Payback*	Pada aspek keuangan, *Net Present Value* menghasilkan PV kumulatif sebesar Rp637.308.982, *Avarage Rate of Return* Rp608.482.728 > 397.701.130

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Kesimpulan
			period, Profit Sharing, metode Net Present Value, metode Profitability Index, Internal Rate of Return)	(investasi awal), *Payback Periode* dalam waktu 2,5 tahun, nilai *Profitablity Index* menghasilkan 1,6 > 1, dan *Internat Rate of Return* mencapai 30%. Hasil studi kelayakan usaha dari setiap aspek yang ditinjau dapat dikatakan layak.

C. Kerangka Pikir

Menurut (Kasmir dan Jakfar 2013) dalam bukunya yang berjudul Studi Kelayakan Bisnis, aspek-aspek studi kelayakan bisnis merupakan komponen penting yang saling terkait dalam menilai apakah suatu rencana bisnis layak untuk dijalankan. Aspek-aspek tersebut meliputi aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen, aspek sumber daya manusia, aspek hukum, aspek lingkungan, aspek sosial dan ekonomi, serta aspek keuangan. Kerangka pikir yang digambarkan, masing-masing aspek tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan terintegrasi secara sistematis dalam proses analisis kelayakan bisnis. Tujuan dari analisis ini adalah untuk memberikan gambaran menyeluruh terhadap potensi, risiko, serta keuntungan dari suatu usaha, sehingga keputusan investasi dapat diambil secara lebih objektif dan akurat. Berikut ini merupakan gambaran dari kerangka berpikir dalam aspek-aspek yang akan dinilai studi kelayakan bisnis.

Gambar 5
Kerangka Pikir



Sumber: (Kasmir dan Jakfar 2013)