BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Pengertian Studi kelayakan bisnis

Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan atau usaha yang akan dijalankan. Untuk menentukan layak atau tidaknya suatu bisnis dijalankan menurut kasmir dan jakfar (2012). Menurut Umar (2005) studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya layaknya bisnis dibangun, tetapi juga saat operasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak di tentukan. Misalnya rencana peluncuran produk baru. Sulyono (2010) menyatakan beberapa perbedaan studi kelayakan bisnis dengan rencana bisnis (*businessplan)* berdasarkan sumber data penelitian, penyusun penelitian, tujuan dari studi kelayakan dan rencana bisnis, waktu penelitian, dan biaya yang dibutuhkan oleh masing-masing.

Analisis untuk menilai kelayakan suatu ide bisnis, apakah dapat dilanjutkan atau tidak. Tujuan dari analisis ini adalah memberikan pemahaman kepada pelaku usaha mengenai kemungkinan sebuah ide tidak berjalan sesuai harapan. Dengan demikian, hal ini dapat membantu mencegah pemborosan uang, waktu, dan sumber daya (Komala Syachputri et al., 2022). Studi kelayakan bisnis merupakan proses yang sistematis dan komprehensif untuk mengevaluasi kelayakan proyek bisnis baru atau yang sudah ada. Proses ini melibatkan analisis mendalam terhadap berbagai faktor, seperti pasar, persaingan, keuangan, operasional, dan risiko. (*Www.Kompasiana.Com*, n.d.)

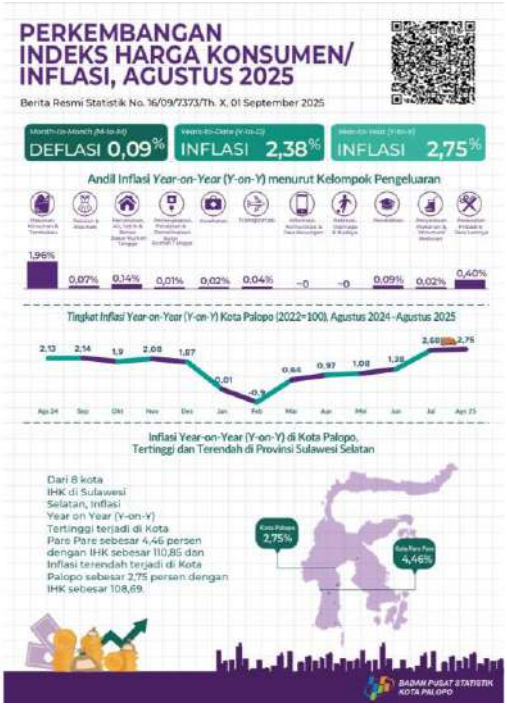
Menurut Kasmir (2018), studi kelayakan bisnis merupakan proses evaluasi yang mendalam terhadap suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan guna menentukan apakah usaha tersebut layak untuk dijalankan atau tidak layak untuk dijalankan. Evaluasi secara mendalam berarti, melakukan kajian yang serius berdasarkan informasi yang tersedia, yang kemudian diukur, dihitung, dan dianalisis. Dengan demikian, studi kelayakan menjadi aspek penting dalam suatu perusahaan, karena melalui analisis ini dapat diketahui apakah suatu proyek memberikan manfaat yang sepadan dengan investasi yang telah ditanamkan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kegiatan usaha atau bisnis perlu melakukan kajian menyeluruh sebelum dijalankan.

Studi kelayakan bisnis sering kali disebut sebagai *feasbility study*. Studi kelayakan bisnis merupakan upaya untuk memahami secara mendalam terkait usaha yang akan dijalankan, dengan tujuan untuk dikaji agar dapat mengetahui apakah gagasan atau usulan proyek tersebut layak atau tidak untuk dijalankan. Studi kelayakan bisnis perlu dilakukan agar perusahaan dapat terhindar dari segala macam bentuk risiko yang dapat terjadi di masa yang akan datang, mengapa hal ini penting karena masa depan penuh dengan ketidakpastian. Ketidakpastian tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti ketidakpastian ekonomi, politik, kemajuan teknologi, sosial, dan perubahan pola perilaku konsumen (Agung Anggoro Seto, 2022).

2. Aspek Studi Kelayakan Bisnis

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

Gambar 1. 5 Gambaran perekonomian di Palopo



Sumber : Data Badan Pusat Statistik

Dalam sebuah studi Kelayakan bisnis aspek pasar dan pemasaran merupakan salah satu aspek pasar dan pemasaran menentukan hidup atau tidaknya sebuah perusahaan di dalam industri. Menurut thamrin dan tantri (2012) pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada konsumen saat ini maupun konsumen. Analisis pasar adalah langkah penting yang harus dilakukan sebelum mulai menjual produk. Sebagai langkah krusial, kita bisa mengetahui berapa banyak produksi, ke mana harus mendistribusikan produk dan seperti apa persaingan bisnis di industri . Analisis pasar adalah proses yang dilakukan guna mengenali pasar. Bukan hanya untuk mengetahui volume produksi

atau rantai distribusi produknya, analisis pasar juga menyediakan *insight* tentang *brand positioning* terkait keberadaan kompetitor.

Menurut (Rofa et al., 2021) Aspek pasar dan pemasaran aspek ini memiliki peran krusial dalam menjaga kelangsungan usaha. Keberlanjutan suatu bisnis bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menjual produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, analisis aspek pasar dan pemasaran bertujuan untuk menilai efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan dalam mencapai target penjualan yang menguntungkan. Aspek pasar dan pemasaran memiliki peran krusial dalam menjaga keberlanjutan suatu perusahaan atau usaha. Hal ini dikarenakan kelangsungan bisnis sangat bergantung keberhasilan penjualan produk atau jasa yang dihasilkan agar mencapai keuntungan yang optimal.

Studi kelayakan bisnis, analisis terhadap aspek pasar dan pemasaran bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana strategi pemasaran yang diterapkan sesuai dan efektif. Menurut Kotler (2009:101), *marketing mix* merupakan sekumpulan alat pemasaran yang dimanfaatkan oleh perusahaan secara berkelanjutan untuk mencapai target pemasarannya di pasar yang dituju. Seberapa besar pengaruh dari variabel *marketing mix (7P)* terhadap minat beli ulang konsumen terhadap perusahaan, dari definisi diatas dapat diambil kesimpulan pengertian dari faktor-faktor yang dikuasai dan dapat digunakan oleh marketing manajer guna mempengaruhi keputusan pembelian konsumennya. Faktor-faktor tersebut antara lain *product, price, place, promotion, people, process dan physical evideance* (Sya'bani, 2023).

1) Produk

Produk menurut Kotler & Armstrong (2001:223), produk merupakan segala hal dapat di tawarkan oleh produsen untuk menarik perhatian, diminati, dicari, dibeli, digunakan, atau di konsumsi oleh pasar sebagai pemenuhan kebutuhan maupun keinginan. Produk dapat berupa barang maupun jasa. Selain itu, menurut

kotler (2005:55), produk juga dapat diukur berdasarkan berbagai aspek tertentu. (Budiawan, n.d.)

a) Variasi produk
b) Kualitas produk
c) Tampilan produk

2) Promosi

Promosi dalam upaya yang dilakukan perusahaan untuk menarik dan meyakinkan calon pembeli (Budiawan, n.d.). Tujuan promosi untuk meningkatkan kesadaran, minat juga keputusan pembelian konsumen terhadap produk atau jasa yang akan ditawarkan. Adanya komunikasi pemasaran agar dapat menyebarkan informasi, mempengaruhi, serta meningkatkan pasar sasaran mengenai perusahaan dan produknya agar para konsumen tertarik, bersedia membeli, dan tetap setia terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Dalam bisnis, berbagai media promosi dapat di gunakan, seperti periklanan, promosi penjualan, publisitas, hubungan masyarakat, serta pemasaran langsung. Pemilihan media promosi yang tepat bergantung pada jenis dan karakteristik produk yang dipasarkan. Secara umum, efektivitas promosi dapat diukur berdasarkan beberapa aspek yang di kemukakan oleh Tjiptono (2005:22), yaitu:

a) seberapa menarik iklan yang dibuat
b) tingkat publisitas yang dimiliki oleh pesaing

3) Price

Menurut Tjiptono (2008:31), harga memainkan peran penting dalam keputusan pembelian konsumen. Penetapan harga bukan hanya berdasarkan kebijakan perusahaan semata, tetapi juga mempertimbangkan berbagai faktor, persepsi terhadap harga- apakah dianggap mahal, murah, atau wajar berbeda harga-beda bagi setiap individu. Hal ini dipengaruhi oleh latar belakang, lingkungan tempat tinggal, serta kondisi pribadi masing-masing konsumen.

(Budiawan, n.d.). Menurut Chandra (2002), harga dapat dievaluasi berdasarkan aspek, antara lain:

a) Harga yang ditetapkan oleh pesaing.
b) Pemberian diskon atau potongan harga.
c) Keberagaman dalam sistem pembayaran yang ditawarkan

4) Place

Suatu usaha/upaya agar suatu produk dapat tersedia di tempat-tempat yang memudahkan konsumen membelinya setiap saat konsumen membutuhkan. Pemilihan lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberpa faktor antara lain (Huriyati, 2008;57).

a) Akses seperti jalan yang mempermudah konsumen untuk mencapai lokasi tersebut.
b) Visibilitas, seperti lokasi yang mudah terlihat jelas dari jalan utama.
c) Tempat parkir, yang menyediakan area parkir sendiri atau menggunakan fasilitas parkir umum.
d) Ekspansi, yaitu adanya ruang yang cukup untuk pengembangan usaha di masa depan.
e) Peraturan pemerintah, seperti izin usaha yang diperlukan.
f) Persaingan, yang melibatkan pertimbangan terkait lokasi pesaing.

5) *People*

People menurut nirwana (2004;48) *people* merupakan orang yang berperan dalam memberikan atau menunjukkan pelayanan kepada konsumen selama proses pembelian barang. Dalam penelitian ini, yang dimaksud selama dengan *people* adalah karyawan dalam perusahaan. Karyawan yang memiliki peran aktif dalam memberikan pelayanan kepada konsumen selama proses pembelian. *People* merujuk pada semua pihak yang terlibat dalam penyampaian jasa atau produk, yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, elemen-

elemen dalan people meliputi pegawai perusahaan, konsumen, serta konsumen lainnya dalam lingkungan jasa. Menurut Ratih (2005:63), elemen *people* terdiri dari dua aspek, yaitu:

a) *service people* memliki peran ganda, yaitu memberikan jasa sekaligus menjual jasa tersebut. Dengan memberikan pelayanan yang baik, cepat ramah, teliti, dan akurat, untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan reputasi perusahaan.
b) *Cutomer* faktor yang mempengaruhi adalah hubungan yang terjalin diantara para pelanggan.

6) Proses

Menurut Philip Kotler (2006), di sini mencakup cara perusahaan dalam memenuhi permintaan setiap konsumennya. Proses dimulai dari saat konsumen melakukan pemesanan (order) hingga mereka menerima apa yang di inginkan. Beberapa perusahaan memiliki metode atau acara khusus dalam melayani konsumennya. Dalam pemasaran, yang dimaksud dengan proses adalah keseluruhan sistem yang berlangsung dalam penyelenggaraan layanan, yang menentukan kualitas dan kelancaran penyampaian jasa, serta memastikan kepuasan bagi penggunanya.

7) *Physical Evidence*

Menurut Nirwana (2004:47), fasilitas pendukung merupakan bagian penting dalam pemasaran jasa karena seringkali jasa yang disampaikan kepada pelanggan memerlukan fasilitas pendukung dalm proses penyampaiannya. Keberadaan fasilitas fisik ini akan memperkuat eksistensi jasa tersebut, karena dengan adanya fasilitas tersebut, pelanggan dapat lebih mudah memahami jasa yang di tawarkan. Untuk menciptakan layanan berkualitas, pemasar perlu memperhatikan elemen layanan fisiki, seperti prasarana yang berhubungan

dengan layanan pelanggan dalam memlilih produk atau jasa. Menurut Timpe (2004:295), fasilitas fisik juga sangat penting bagi restoran, karena pendukung suasana di dalam restoran yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Indikator-indikator fasilitas fisik dibagi menajdi enam kategori, yaitu:

a) *Colour* (warna dinding, warna peralatan yang di gunakan)
b) *Layout* (tatanan tumbuhan, serat dinding)
c) *Lighting* (cahaya di dalam ruangan maupun dari luar ruangan)
d) *Facilitating goods* (kamar kecil, tempat sampah dan perlengkapan lainnya)
e) *Furnishing* (jumlah tempat duduk dan meja)
f) *Atmosfer* (nuansa yang tercipta, yang bisa di tunjukkan melalui dekorasi atau musik yang ada).

Strategi STP (Segmentation, Targeting, Positioning) untuk industri BBM (Bahan Bakar Minyak) industri:

a) Segmentasi Pasar (Segmentation)

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar luas menjadi kelompok-kelompok konsumen (atau organisasi) yang memiliki karakteristik dan kebutuhan yang sama, sehingga dapat dijadikan dasar pendekatan pemasaran yang lebih spesifik dan efektif

alam industri BBM, pertimbangan untuk memilih segmen target antara lain:

b) Targeting

Potensi Volume dan Keuntungan:

Misalnya, sektor pembangkit listrik dan pelabuhan cenderung membutuhkan volume besar dan konsisten—ini memberikan potensi profit yang lebih tinggi.

Kemudahan Akses dan Distribusi:

Apakah lokasi industri mudah dijangkau melalui jaringan logistik BBM Seperti lokasi dekat terminal BBM atau jalur distribusi utama.

Kesesuaian Sumber Daya dan Kapabilitas:

Apakah pemasok (misalnya Pertamina) memiliki produk yang sesuai dengan kebutuhan teknis (seperti IDO, HSFO, MGO-5, Pertadex)

Regulasi dan Preferensi Lingkungan:

Industri yang memerlukan BBM rendah sulfur atau biodiesel B30 mungkin lebih diuntungkan jika sudah tersedia produk sesuai regulasi.

c) Positioning

Spesifikasi Teknis : BBM industri yang memenuhi spesifikasi mesin modern dengan emisi rendah dan tinggi efesiensi

Keandalan pasokan : pasokan konsisten dan cepat, cepat ke lokasi industri—tidak terganggu pasokan subsidi”

Layanan dan dukungan Teknis: Layanan distribusi cepat, stok memadai, tim teknis siap memberi dukungan operasional

Regulasi dan Lingkungan : BBM rendah sulfur sesuai MARPOL, opsi biodiesel B30 yang ramah lingkungan

b. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia (SDM)

Studi kelayakan bisnis dalam metode (Iii, 2008) aspek manajemen dan SDM penting dianalisis karena dalam menjalankan sebuah organisasi, manajemen satu dengan yang lainnya memiliki keterkaitan pekerjaan. Suatu organisasi, selalu di ibaratkan dengan sebuah tubuh, apabila akan melakukan perubahan namun sebagian organ tubuh tidak siap untuk menerima perubahan tersebut maka perubahan yang telah direncanakan tidak akan dapat dijalankan.

Kegagalan dalam membangun maupun mengoperasikan proyek bisnis sering kali bukan disebabkan oleh faktor lain, melainkan oleh kelemahan dalam aspek manajemen. Dalam perencanaan proyek bisnis, analisis manajemen mencakup penyusunan rencana kerja, identifikasi pihak- pihak yang terlibat, sementara itu, dalam tahap operasional, aspek manajemen meliputi pemilihan bentuk badan usaha yang tepat, pengaturan jenis pekerjaan, pembentukan struktur organisasi, serta perencanaan pengadaan tenaga kerja secara efektif dan efesien. (Putra & Wahyudin, 2021)

Sumber daya manusia merupakan faktor penting yang perlu dianalisis dalam suatu proyek bisnis (Iii, 2008). Aspek ini terbagi menjadi dua bagian utama, yaitu peran SDM dalam tahap pembangunan proyek dan peran mereka dalam operasional bisnis setelah proyeksi selesai. Dalam operasional bisnis, tenaga kerja yang dibutuhkan akan disesuaikan dengan keahlian masing-masing guna memastikan kelancaran aktivitas perusahaan. Sistem kerja, skema gaji atau upah, serta pola kerja yang diterapkan pada tahap operasional akan berbeda dengan yang berlaku selama proses pembangunan proyek. Mengingat (Edi Saputro, 2021) SDM mulai dari berperan sebagai mitra pengusaha, maka hingga pemutusan hubungan kerja perlu di lakukan dengan cara yang memberikan dampak positif terhadap aspek sosial. Studi kelayakan usaaha dapat dianalisis dalam aspek teknis dan operasional yaitu:

1) Jumlah karyawan
2) Struktur organisasi
3) Jobdesk karyawan

c. Aspek Manajemen keuangan

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu penelitian yang bertujuan mengevaluasi dan menganalisis rencana bisnis tertentu guna menentukan apakah bisnis pada perusahaan tersebut dapat dijalankan dengan layak atau tidak. Aspek ini dapat mencangkup perencanaan operasional bisnis yang berkelanjutan dengan tujuan mengoptimalkan pendapatan dalam jangka waktu yang tidak terbatas (Wenny Permata Sari & Obadja, 2023). Dalam menganalisis aspek keuangan berbagai faktor seperti keuntungan dan kerugian, kriteria investasi, serta analisis biaya dan manfaat akan dievaluasi. Analisis biaya dan manfaat bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai pengeluaran yang terjadi serta keuntungan yang dapat diperoleh selama berlangsungnya operasional perusahaan.

Aspek ini juga meliputi perencanaan operasional bisnis yang dijalankan secara rutin dengan tujuan meningkatkan pendapatan dalam jangka waktu yang tidak terbatas (umar, 2009). Penelitian terhadap profit dan kerugian, kriteria investasi, serta analisis biaya dan manfaat dilakukan berdasarkan tinjauan aspek keuangan. Analisis biaya dan manfaat berfungsi untuk mengidentifikasi berbagai pengeluaran yang timbul serta keuntungan yang dapat di peroleh selama jalannya operasional perusahaan. Berdasarkan faktor keuangan ini, sejumlah pendekatan analisis dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu perusahaan dapat dianggap praktis untuk beroperasi atau tidak.

Analisis kelayakan keuangan dilakukan (Komala Syachputri et al., 2022) dengan menggunakan kriteria kelayakan investasi. Manajemen keuangan dalam studi kelayakan bisnis bertujuan untuk memastikan keberlanjutan dan profitabilitas perusahaan dalam industri solar. Antara lain yakni Payback Periode (PP) Profitability Indeks (PI), Net Present Value (NPV), dan Internal Rate of Return (IRR). Beberapa komponen utama yang dianalisis kelayakan investasi:Menurut gitman (2010), evaluasi aspek finansial dalam sebuah proyek dilakukan dengan

menganalisis perencanaan keuangan yang akan dijalankan. Sementara itu, kasmir dan jakfar (2012:89) menjelaskan bahwa secara menyeluruh. Beberapa kriteria yang dapt diguankan untuk menilai kelayakan suatu usaha atau investasi meliputi Net Present Value (NPV), Payback Period (PP), Internal Rate of Return (IRR), Profitability Indeks (PI), dan Average Rage of Return (ARR).

Perbandingan antara PV investasi dan PV arus kas selama periode investasi di kenal sebagai nilai sekarang bersih (NPV). Istilah “Net Present Value” (NPV) merujuk pada selisih antara kedua nilai PV tersebut. Sebelum menghitung NPV, PV arus kas bersih harus ditentukan terlebih dahulu. Untuk memperoleh NPV arus kas bersih, arus kas perusahaan selama investasi perlu di hitung dan dianalisis.

1) *Net Present Value (NPV)* Menurut rangkuti (2012:166), *Net Present Value (NPV)* adalah perbedaan antara nilai sekarang dari investasi yang dilakukan dengan nilai sekarang dari arus kas bersih yang akan di terima di masa mendatang.

$$NPV = \sum PV_t - A_0$$

2) Menurut Brigham dan Erhardt (2011), *Payback Period (PP)* adalah waktu yang dibutuhkan, dalam hitungan tahun atau periode, untuk mengembalikan dan yang telah di investasikan dalam suatu proyek (Wulandari, 2018). Jika PP lebih kecil dari standar kelayakan investasi maka investasi tersebut di anggap layak.

$$PP = \left(\frac{Investasi\ Awal}{Arus\ Kas}\right) \times 1\ Tahun$$

3) Internal Rate of Return (IRR) adalah metode yang digunakan untuk menentukan tingkat suku bunga yang membuat nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan di masa depan setara dengan investasi awal yang dikeluarkan (Amaly et al., 2015). Jika IRR lebih besar dari tingkat pengembalian yang ditetapkan, maka usaha tersebut dianggap layak.

$$IRR = R1 + + \left(\frac{PV_1 - PV_0}{PV_1 - PV_2}\right) \times (R1 - R2)$$

4) Profitabilitas Indeks (PI), merupakan metode yang digunakan untuk mengukur rasio antara nilai dari penerimaan kas bersih di masa depan dengan nilai sekarang dari investasi yang dilakukan (Pasaribu & saragih, 2020). Jika PI lebih dari 1, maka investasi tersebut dinilai layak. Profitability indeks (PI) Profitability indeks merupakan rasio nilai sekarang dari arus kas bebas masa depan terhadap pengeluaran awal. Walaupun kriteria investasi NPV memberikan suatu ukuran nilai absol dari suatu proyek.

$$\text{PI} = \frac{\sum pv\ Kas\ Bersih}{\sum PV\ Investasi}$$

5) Average Rate of Return (ARR) adalah metode yang digunakan untuk menghitung rata-rata tingkat keuntungan yang diperoleh dari suatu investasi. Perhitungan dilakukan dengan membandingkan rata-rata laba bersih setelah pajak (EAT) dengan jumlah investasi selama masa manfaat, kemudian dikalikan 100% (Hidayat et al., 2022). Jika hasil perbandingan lebih besar dari investasi awal, maka investasi tersebut dianggap layak.

$$\text{Persentase ARR} = \frac{Aspek\ Hukum\ Rata-rata}{Rata-rata\ investasi\ awal}$$

$$\text{Perbandingan} = persentase\ ARR\ x\ Rata - rata\ investasi\ Investasi\ awal$$

d. Aspek Manajemen Teknis dan Teknologi

Rencana bisnis adalah menganalisis aspek teknis dan teknologi. (Agung Anggoro Seto, 2022) Evaluasi aspek teknis ini mempelajari kebutuhan- kebutuhan teknis bisnis, seperti penentuan kapasitas produksi jenis teknologi yang di pakau, pemakaian peralatan dan mesin, lokasi bisnis dan letak perusahaan yang paling menguntungkan. Dapat dibuat rencana jumlah biaya pengadaan harta tetapnya.

Aspek operasional dalam studi kelayakan bisnis merupakan analisis yang mendalam terhadap berbagai elemen teknis dan operasional suatu usaha. menentukan lokasi yang strategis sangat penting untuk memastikan aksebilitas bagi konsumen dan ketersediaan sumber daya yang dibutuhkan. Lokasi yang tepat dapat meminimalkan biaya operasional dan memastikan keuntungan. Tata letak yang efesien dalam fasilitas produksi atau layanan akan mempengaruhi alur kerja, mengurangi waktu proses, dan meningkatkan produktivitas.

Teknologi dan peralatan yang sesuai dengan kebutuhan produksi atau layanan akan menentukan kualitas output dan efesiensi operasional. Pertimbangan meliputi meliputi kapasitas, kompatibilitas, ketersediaan suku cabang, dan kemudahan pemeliharaan. Menetapkan kapasitas produksi yang optimal berdasarkan permintaan pasar, ketersediaan sumber daya, dan target bisnis. Analisis membantu dalam menghindari *overproduction* atau u*nderproductio*n yang dapat mempengaruhi profitabilitas.

Pengelolaan persediaan strategi pengendalian persediaan bahan baku dan produk jadi untuk memastikan yang berlebihan. Pengelolaan persediaan yang efektif. Menurut (Putra & Wahyudin, 2021) Aspek manajemen ini aspek ini Sangat Penting dalam menentukan kelayakan suatu usaha. Dengan perencanaan manajemen dan sumber daya manusia yang baik, perusahaan dapat lebih mudah mencapai tujuannya. Analisis menitikberatkan pada ketersediaan dan kesiapan tenaga kerja, baik dari segi kualitas maupun kuantitas, yang diperlukan untuk menjalankan bisnis secara efektif. (Wenny Permata Sari & Obadja, 2023)

Dunia lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, analisis terhadap aspek teknis dan teknologi berperan penting dalam menilai kelayakan suatu usaha. Aspek teknis mencakup evaluasi terhadap infrastruktur, perangkat yang digunakan, seta proses operasional yang mendukung keberlanjutan bisnis. Sementara itu, aspek teknologi lebih berfokus pada inovasi serta penerapan teknologi terbaru,

seperti perangkat lunak manajemen dan sistem otomatisasi, guna meningkatkan efesiensi operasional. Melalui studi kelayakan bisnis, pelaku usaha dapat merancang strategi investasi yang lebih matang, minimalkan risiko, serta mengoptimalkan peluang keberhasilan. Pemahaman yang komprehensif terhadap elemen teknis dan teknologi sangat di perlukan agar bisnis dapat beralan secara optimal sesuai dengan standar modern. (Rofa et al., 2021)

Dunia bisnis yang tengah mengalami transformasi digital, teknologi memegang peranan yang sangat penting. Penerapan teknologi mutakhir dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan yang meningkatkan produktivitas, menekan biaya operasional, serta mempermudah akses terhadap informasi. Sebaliknya, kurangnya pemahaman mengenai pemanfaatan teknologi dapat mengakibatkan kegagalan dalam operasional bisnis. Oleh karena itu, analisis terhadap kelayakan teknologi menjadi krusial untuk menilai sejauh mana suatu perusahaan dapat mengintegrasikan teknologi dengan strategi bisnisnya. Dalam hal ini, kajian teknis dan teknologi berfungsi sebagai panduan bagi pelaku usaha agar mampu menyesuaikan diri dengan dinamika pasar global yang terus berkembang.

e. Aspek Hukum

Menurut (Suliyanto, 2018) Aspek hukum berkaitan dengan kelengkapan serta keabsahan dokumen perusahaan, mulai dari bentuk badan usaha hingga perizinan yang diperlukan. Keabsahan dokumen sangatlah penting karena berfungsi sebagai dasar hukum yang dapat dijadikan pegangan jika di kemudian hari terjadi permasalahan hukum. Aspek Hukum yang dijelaskan oleh Kasmir & Jakfar 2016:33 Dalam aspek ini, fokus pembahasan terletak pada kelengkapan serata keabsahan dokumen perusahaan, mencakup berbagai aspek mulai dari bentuk badan usaha hingga perizinan yang dimiliki. Kelengkapan dan legalitas dokumen yang memiliki peran yang sangat krusial, sebab dokumen-dokumen

tersebut berfungsi sebagai dasar hukum yang harus dijadikan pegangan jika di kemudian hari muncul permasalahan hukum administratif. Berikut ini kriteria penilaian kelayakan usaha yang akan digunakan dalam aspek Badan Hukum suatu usaha:

1) Izin terkait pelaku usaha (KTP & NPWP)
2) Izin terkait pelaku Usaha (NIB & Sertifikat standar)
3) Izin terkait lokasi usaha (Akta pendirian)
4) Sertifikat dan dokumen legalitas lainnya yang menjadi persyaratan dalam menjalankan usaha.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

NO	Nama Penulis dan Tahun penerbitan	Judul Penelitian	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
1	Kasmir dan Jakfar (2012, 2007)	Studi Kelayakan Bisnis berbagai sektor, seperti waralaba, makanan, dan pertanian.	Beragam, dari usaha waralaba minuman, usaha kuliner bakso, sehingga budidaya jamur tiram.	Analisis Kelayakan Bisnis waralaba Alpukatkocok Doubig di Makassar menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh terhdap keputusan pembelian.
2	Eka Mayang Damaiyanti,Dairah, Siti Paujiah (2023)	Analisis Dampak Pelangsir BBM Solar Subsidi Terhadap Penjualan pada PT.RAJA ENERGI KALIMANTAN di kabupaten banjar	Permasalahan mengenai motif dan modus yang dilakukan para pelaku terhadap penyalahgunaan BBM bersubsidi	Upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan maksimalkan unsur strategi pemasaran agar tetap bisa menghadapi persaingan yang terus berkembang.
3	Wenny Permata Sari & Nathanael Nicholas Obadja (2023)	*Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kue Bangkit kenanga Ditinjau dari Aspek pemasaran dan Manajemen*	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kue Bangkit yang merupakan bisnis rumahan di bandar lampung yang bergerak dibidang kuliner dengan produk utama kue Bangkit.	UMKM Kue Bangkit Kenanaga layak dijalanakan dari aspek pemasaran dan manajemen. Target pasar yang jelas, distribusi melalui toko oleh-oleh, serta manajemen yang masih konveksional.
4	Irma Damayanti Simanjuntak, Mutiah Khaira Sihotang, Mawar Marisa, Aqilah Hafizah, Miftahul Ilmi Marbun, Gadis Aginta (2025)	*Aspek Teknis dan Teknologi dalam Studi Kelayakan Bisnis*	Studi tentang penerapan tekhnologi dalam bisnis dengan fokus pada efesiensi operasional, pengelolaan sumber daya, dan pengambilan keputusan strategis.	Adopsi tekhnologi modern meningkatkan efesiensi operasioanl, produktivitas, dan daya saing bisnis.
5	Aniesatun Nurul Aliefah dan Eka Arilia Nandasari (2022)	Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pemasaran dan Keuangan pada Kedai OLAN'Z FOOD KEBUMEN	Merencanakan ketentuan harga,promosi,dan pendistribusian barang ke pasar	Menggencangkan distribusi dan strategi promosi.Baik secara Offline maupun online
6	Adrian Hartono Ismail	Studi Kelayakan Bisnis Untuk Pengembangan Usaha Pada PT Talenta Internasional tourism	Aspek non-finansial (aspek umum dan manajemen, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik) dan aspek finansial (*Payback period, Profit Sharing,* metode *Net Present Value,* metode *Profitability Indeks, Internal Rate od Return*)	Pada aspek keuangan, *Net Present Value* menghasilkan *PV* kumulatif sebesar Rp637.308.982, *ARR* Rp608.482.728 > 397.701.130 (investasi awal), *Payback Periode* dalam waktu 2,5 tahun, nilai *PI* menghasilkan 1,6 . 1, dan *IRR* mencapai 30%. Hasil studi kelayakan usaha dari setiap aspek yang ditinjau dapat dikatakan layak.
7	Umar Husein (2005)	Studi Kelayakan Bisnis	Metode dan teknik dalam studi kelayakan bisnis	Berbagai metode dan teknik dalam melakukan studi kelayakan bisnis, termmasuk annalisis finansial NPV, IRR, dan BCR
8	Sebastian Adhitama Subagio (2018)	Analisis Kelayakan Bisnis Pendirian SPBU PERTAMINA pasti pas Oleh CV. P DI KOTA SEMARANG	Hal yang perlu dipersiapkan dengan matang baik dari segi perizinan,lokasi,operasional, hingga investasi yang harus mereka keluarkan	Melakukan penetrasi ke pasar agar produk dan jasa yang mereka tawarkan dapat dikenal dan diminati oleh konsumen.

Penelitian terdahulu sering kali digunakan sebagai referensi atau landasan untuk penelitian yang akan dilakukan sehingga penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dapat dimiliki hubungan atau relevansi dengan penelitian sebuah analisis yang bertujuan untuk menilai apakah suatu usaha layak dijalankan atau tidak. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menghindari risiko kerugian baik perusahaan serta untuk mengetahui potensi keberlanjutan suatu usaha dalam beberapa tahun ke depan.

Penelitian sebelumnya, ada beberapa studi yang hanya berfokus pada evaluasi kelayakan usaha dari segi aspek finansial. Aspek finansial ini (Komala Syachputri et al., 2022) yang biasa diuji meliputi laporan arus kas (cashflwo), anggaran (budgeting), laporan laba/rugi, dan periode pengembalian (payback period, PP). Salah satu contoh penelitian yang hanya berfokus pada aspek finansial adalah penelitian yang dilakukan oleh PT Andi Tippe Sinergy penelitian tersebut mengevaluasi kelayakan usaha sekarang dari sudut pandang titik impas (break event point, BEP), nilai bersih sekarang (Net Present Value, NPV), tingkat pengembalian internal (Internal Rate Of Return, IRR), dan periode pengembalian (Payback Period, PP).

Studi kelayakan bisnis terdapat 7 aspek yang perlu ditinjau untuk menganalisis kelayakan sebuah usaha, namun dalam penelitian ini penulis akan fokus meneliti terhadap 5 aspek. Kelima aspek tersebut memiliki urgensi yang sangat penting terhadap pembukaan cabang baru, dimana aspek umum dan manajemen akan melihat perencanaan strategis hingga jumlah SDM yang dibutuhkan dalam pembukaan cabang, aspek pasar bertujuan untuk melihat potensi pasar serta *maket share* di daerah lokasi cabang, aspek teknik untuk melihat kesiapan pemilihan lokasi yang tepat, dan aspek keuangan untuk melihat kesiapan finansial perusahaan dalam pembukaan cabang baru jika dilihat dari laporan keuangan 2 tahun terakhir, aspek hukum untuk melihat kesiapan mulai

dari bentuk badan usaha hingga legalitas perijinan sertifikat tanah atau dokumen dan legalitas lainnya yang menjadi persyaratan dalam menjalankan usaha.

C. Kerangka Pikir

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang dilakukan sebelumnya dan digunakan sebagai referensi, perbandingan, dan landasan teori dalam melakukan penelitian yang akan dilakukan. Studi kelayakan bisnis adalah sebuah proses pengkajian untuk mengetahui suatu usaha layak dijalankan atau tidak, hal tersebut berfungsi untuk menghindari perusahaan dari risiko kerugian serata dapat mengetahui potensi keberlanjutan suatu usaha dalam beberapa tahun yang akan datang. Adapun beberapa penelitian sebelumnya yang menjadi acuan dan refisian terlebih dahulu.(Ismail & Rahmat, 2023)

Gambar 1. 6
Kerangka Pikir

