

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang sering disingkat UMKM adalah salah satu bagian penting dari perekonomian negara maupun daerah. UMKM ialah kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan kerja dan berperan penting dalam proses pemerataan serta peningkatan pendapatan masyarakat, meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan mewujudkan stabilitas ekonomi nasional. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah kegiatan perekonomian rakyat yang berskala kecil, dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan dan kepemilikan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang (Asmin, et al, 2021:34).

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Secara umum tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri serta mempunyai daya saing tinggi dan berperan besar dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta bahan baku. modal untuk menghadapi persaingan bebas. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, ketentuan umum Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak

perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria bisnis kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang ini.

3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.

Definisi UMKM menurut Kementrian Koperasi dan UMKM dalam Aufer (2014:8) mengatakan bahwa Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMI) adalah entitas usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200.000.000 sampai dengan Rp. 10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan.

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut.

1. *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
2. *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).

2.1.2. Studi Kelayakan Bisnis

Bisnis adalah kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan tujuan dan target yang diinginkan dalam berbagai bidang, baik jumlah maupun waktunya. Keuntungan merupakan tujuan utama dalam dunia usaha khususnya bagi pemilik usaha, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Bentuk keuntungan yang diharapkan lebih banyak dalam bentuk finansial. Bidang usaha yang digeluti dapat beragam, mulai dari perdagangan, industri, pariwisata, agrobisnis atau jasa-jasa lainnya. Umar dalam buku Studi Kelayakan Bisnis oleh Aldy, et al (2020:7) menjelaskan mengenai studi kelayakan bisnis sebagai suatu kegiatan identifikasi dan merencanakan serta memperdalam seluruh aktivitas dan usaha untuk mencari keuntungan maupun sosial dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian, dengan output berupa keputusan penentuan layak atau tidaknya suatu usaha tersebut dijalankan. Menurut Andriana dan Wirahadikusuma (2017:123), perusahaan saat ini dituntut agar memanfaatkan setiap peluang yang ada untuk bisa terus bersaing dengan usaha yang lain.

Studi kelayakan bisnis menurut Kasmir dan Jakfar (2020:07) adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidaknya usaha dijalankan. Mempelajari secara mendalam artinya menelaah secara sungguh-sungguh data dan informasi yang ada, kemudian mengukur, menghitung, dan menganalisis hasil penelitian itu dengan menggunakan metode-metode tertentu. Penelitian yang dilakukan terhadap usaha yang akan dijalankan dengan ukuran tertentu, sehingga diperoleh hasil maksimal dari penelitian tersebut. Studi kelayakan usaha atau bisnis adalah penelitian yang menyangkut berbagai aspek baik itu dari aspek hukum, sosial, ekonomi dan budaya, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi sampai dengan aspek manajemen dan keuangannya, dimana itu semua digunakan untuk mengambil keputusan apakah suatu proyek atau bisnis dapat dikerjakan atau ditunda dan bahkan tidak dijalankan (Sulastri, 2016:7). Sedangkan Fahmi (2014:1) studi kelayakan bisnis adalah suatu kajian ilmu yang menilai pengerjaan suatu bisnis untuk dilihat layak atau tidak layak (*feasible or infeasible*) dilaksanakan dengan menempatkan ukuran-ukuran baik secara kualitatif dan kuantitatif yang akhirnya terangkum dalam sebuah rekomendasi.

Mengingat kondisi masa depan yang penuh dengan ketidakpastian, maka diperlukan pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam memulai suatu usaha, dimana dasar pertimbangan tersebut dapat diperoleh melalui kajian terhadap berbagai aspek mengenai kelayakan suatu usaha yang dijalankan, sehingga hasil kajian tersebut dapat diperoleh. digunakan untuk memutuskan apakah suatu proyek atau bisnis layak dilaksanakan atau harus ditunda atau bahkan dibatalkan. Hal di atas menunjukkan bahwa studi kelayakan akan melibatkan banyak tim dari berbagai ahli di bidang atau aspeknya masing-masing seperti ekonom, pengacara, psikolog, akuntan, insinyur teknologi dan lain-lain. Jadi tujuan diadakannya studi kelayakan bisnis adalah menghindari keterlanjutan modal terlalu tinggi untuk suatu kegiatan usaha yang ternyata tidak menguntungkan.

2.1.3. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Terdapat lima tujuan mengapa sebelum usaha dijalankan perlu melakukan studi kelayakan bisnis, adapun tujuan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menghindari resiko kerugian

Rugi merupakan risiko yang mungkin terjadi dalam suatu bisnis. Risiko kerugian dimasa depan adalah kondisi ketidakpastian. Kerugian terkadang bisa diprediksi terjadi, namun ada juga yang datang secara alami dan tidak bisa diprediksi. Jadi analisis kelayakan ini berfungsi untuk mengurangi risiko-risiko yang tidak terduga, yang bisa atau tidak bisa dikendalikan.

2. Memudahkan perencanaan

Ketika kita mampu memprediksi secara akurat yang akan berlangsung kedepannya, maka tentu akan lebih mudah bagi kita untuk merencanakan dan menentukan aspek masa depan apa yang perlu direncanakan. Berikut ini adalah beberapa hal yang perlu direncanakan:

- a. Berapa jumlah dana yang dibutuhkan?
- b. Kapan perusahaan akan mulai beroperasi?
- c. Dimana Anda berencana untuk membangun lokasi perusahaan?
- d. Siapa semua yang akan menjadi bagian dari itu?
- e. Petunjuk tentang cara mengelola perusahaan
- f. Berapa banyak keuntungan yang ingin Anda hasilkan?
- g. Bagaimana cara mengatasi permasalahan

3. Mempermudah pelaksanaan pekerjaan

Merencanakan bisnis secara menyeluruh dan teratur tentu saja akan sangat membantu dalam menerapkan strategi tersebut. Pihak-pihak yang melaksanakan serta melaksanakan usaha tersebut sudah mempunyai pedoman sebagai acuan. Berbagai pedomannya itu sudah disusun sesistematis mungkin hingga usaha yang dilakukan bisa dilaksanakan sesuai seperti yang direncanakan dan seperti telah harapan.

4. Memudahkan dari sisi pengawasan

Akan jauh lebih mudah bagi kita untuk melacak seberapa baik kinerja perusahaan kita jika dikelola sesuai dengan strategi yang dikembangkan sebelum dijalankan. Monitoring ini berfungsi untuk memastikan jalannya bisnis yang kita jalankan sesuai dengan rencana awal yang kita buat, sehingga tidak menyimpang dari apa yang dapat mengakibatkan kerugian bagi bisnis kita.

5. Memudahkan pengendalian

Pengendalian suatu usaha dilakukan setelah adanya pengawasan atau pemantauan. Pengendalian ini merupakan tindak lanjut dari hasil monitoring, dengan mengetahui apa yang terjadi di bisnis yang kita jalankan, kita harus mencari solusi. Pengendalian ini bertujuan untuk mengendalikan jalannya usaha supaya tidak ada penyimpangan, hingga tujuannya yang telah ditetapkan dapat tergapai secara maksimal.

2.1.4. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis

Analisis kelayakan bisnis juga memberikan beberapa manfaat bagi para pihak yang terkait dengan usaha yang dijalankan. Adapun beberapa manfaat analisis kelayakan bisnis menurut Purwana dan Hidayat (2018:12) adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Finansial

Suatu usaha dikatakan layak untuk dijalankan akan memberikan keuntungan, terutama secara finansial bagi pemilik bisnis. Keuntungan ini biasanya diukur dari nilai uang yang akan diperoleh dari hasil usaha yang dijalanannya.

2. Manfaat Ekonomi

a. Penambahan jumlah barang dan jasa. Misalnya pendirian pabrik tertentu yang pada akhirnya akan memproduksi barang atau jasa. Ketersediaan barang dan jasa membuat masyarakat mempunyai banyak pilihan. Hal ini dapat berdampak langsung pada harga yang cenderung turun dan meningkatkan kualitas barang sejenis.

- b. Peningkatan mutu produk Peningkatan barang dari usaha sejenis dapat memacu persaingan bisnis diantara pelaku bisnis. Persaingan ini secara tidak langsung membuat konsumen memiliki banyak pilihan untuk menggunakan produk. Oleh karena itu, pelaku bisnis berusaha untuk meningkatkan kualitas produknya.
 - c. Peningkatan devisa Studi kelayakan bisnis memberikan manfaat bagi negara khususnya pelaku bisnis yang berorientasi pada ekspor yaitu penambahan devisa.
 - d. Menghemat devisa Penghematan devisa ini terkait dengan ketergantungan terhadap impor barang dan jasa. Ini berarti pelaku bisnis yang dapat memproduksi barang di dalam negeri dapat menghambat dan bahkan menghindari barang impor. Hal ini secara tidak langsung tindakan tersebut dapat menghemat biaya.
3. Manfaat sosial
- a. Membuka peluang pekerjaan Usaha yang dilakukan pelaku bisnis jelas akan membuka peluang pekerjaan kepada masyarakat, baik bagi masyarakat yang terlibat langsung dengan usaha atau masyarakat yang tinggal sekitar lokasi usaha. Peluang pekerjaan ini memberikan pendapatan bagi masyarakat yang bekerja pada usaha tersebut.
 - b. Tersedia sarana dan prasarana Bisnis memberikan manfaat bagi masyarakat secara luas. Manfaat yang dirasakan adalah seperti tersedianya sarana dan prasarana seperti jalan, telepon, air, penerangan, pendidikan, rumah sakit, rumah ibadah, sarana olahraga, serta sarana dan prasarana lainnya.
 - c. Membuka isolasi wilayah. Untuk wilayah tertentu pembukaan suatu usaha misalnya perkebunan, jalan atau pelabuhan akan membuka isolasi wilayah. Wilayah yang tadinya tertutup menjadi terbuka, sehingga akses masyarakat akan menjadi lebih baik.
 - d. Meningkatkan persatuan dan membantu pemerataan pembangunan. Ada upaya untuk menyediakan ruang pertemuan bagi pekerja dari berbagai suku dan daerah. Pertemuan tersebut berdampak pada meningkatnya persatuan. Selain itu, upaya ini juga berdampak pada pemerataan pembangunan di seluruh wilayah.

2.1.5. Lembaga-Lembaga Yang Membutuhkan Studi Kelayakan Bisnis

Adapun beberapa lembaga-lembaga yang membutuhkan studi kelayakan bisnis. Menurut Aldy et., al., (2017:9) beberapa pihak yang berkepentingan adalah sebagai berikut:

1. Investor

Apabila hasil Jika sudah dibuat studi kelayakan usaha, apakah layak atau tidak untuk direalisasikan, maka bisa dicari pendanaannya, misalnya dengan mencari investor atau pemilik modal yang bersedia menanamkan modalnya pada proyek yang akan dilaksanakan.

2. Kreditor

Salah satu sumber pendanaan usaha atau usaha juga bisa diperoleh dari perbankan. Bank akan mengkaji studi kelayakan usaha yang telah dibuat, termasuk mempertimbangkan aspek lain, misalnya bonafide dan ketersediaan agunan yang dimiliki perusahaan sebelum memutuskan apakah akan memberikan kredit atau tidak.

3. Pihak Manajemen

Perusahaan Pembuatan suatu studi kelayakan bisnis dapat dilakukan oleh pihak eksternal perusahaan selain dibuat sendiri oleh pihak internal perusahaan. Terlepas dari siapa yang membuat jelas bagi manajemen bahwa pembuatan skripsi ini merupakan suatu upaya dalam rangka merelisasikan ide proyek yang pada akhirnya bermuara pada peningkatan usaha.

4. Pemerintah dan Masyarakat

Studi kelayakan usaha yang disusun perlu memperhatikan kebijakan yang telah ditetapkan pemerintah karena pemerintah dapat mempengaruhi kebijakan perusahaan secara langsung maupun tidak langsung.

2.1.6. Tahapan dalam Studi Kelayakan Bisnis

Tahapan dalam studi kelayakan bisnis ini dilakukan untuk mempermudah pelaksanaannya dan keakuratan dalam penilaiannya. Sebelum suatu studi dijalankan, maka perlu dilakukan beberapa tahapan agar tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai. Adapun beberapa tahapan yang dilakukan dalam studi kelayakan bisnis adalah sebagai berikut.

1. Pengumpulan data dan informasi

Kumpulkan informasi dan data yang diperlukan harus lengkap. Ini termasuk mengumpulkan informasi kualitatif dan kuantitatif dari sumber data primer dan sekunder. Penyusunan statistik dan berbagai info dapat dikumpulkan dari berbagai sumber yang relevan, termasuk sumber resmi seperti Biro Pusat Statistik serta lain-lain.

2. Lakukan pengelolaan data

Tahap berikutnya, setelah informasi dan data yang diperlukan diperoleh, yakni melaksanakan pengelolaan data serta berbagai macam info. Pengelolaan data dilaksanakan dengan cara yang tepat dan akurat menggunakan prosedur dan pengukuran yang sering diperlukan pada suatu usaha. Pengelolaan ini dilaksanakan dengan cermat pada setiap hal, lalu dipastikan perhitungannya yang telah dihasilkan di masa lalu itu dikonfirmasi atau diperiksa ulang.

3. Analisis data

Hal berikutnya yang harus dilakukan adalah analisis data guna mengetahui ciri-ciri kelayakan dari setiap aspeknya. Ciri-ciri yang sudah terpenuhi persyaratannya secara layak akan menjadi dasar untuk menentukan menguntungkan atau tidaknya usaha tersebut. Kriteria kelayakan dinilai dari setiap aspek, dengan mempertimbangkan semua pertimbangan yang telah dibuat.

4. Membuat keputusan

Jika hasil pengukuran berdasarkan kriteria tertentu telah terkumpul, maka harus menarik kesimpulan berdasarkan hasilnya tadi. Hasil perhitungan sebelumnya digunakan sebagai dasar untuk membuat keputusan yang dibuat sesuai dengan yang telah yang ditentukan (seperti terpenuhi ataukah belum) didasarkan hasil kesimpulan dari perhitungan tadi. Apabila belum memenuhi kriterianya lebih baik membatalkannya dengan menjelaskan alasan pembatalannya.

5. Berikan rekomendasi

Tahap yang akhir yakni mempresentasikan berbagai pihak dengan rekomendasi atas laporan penelitian yang sudah dibuat. Saran dan perubahan juga dapat ditambahkan jika dianggap penting.

2.1.7. Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis secara mendalam penting untuk dilaksanakan dalam berbagai bidang kelayakan bisnis agar memperoleh kesimpulan secara kuat apakah ide

perusahaan layak dijalankan atau tidak. Terdapat beberapa aspek kelayakan bisnis, antara lain sebagai berikut:

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Pasar merupakan tempat dimana para pihak bertemu dan bertukar barang, layanan, dan informasi mereka untuk dipertimbangkan. Jual beli suatu barang antar pihak disebut dengan transaksi. Dua pihak yang terlibat dalam suatu pertukaran adalah pembeli dan penjual. Transaksi dapat dilanjutkan baik secara langsung maupun melalui perantara seperti agen atau lembaga. Pasar yang ada saat ini tidak terbatas pada lokasi fisik saja, namun memiliki cakupan yang luas, termasuk pasar media hingga pasar internet (*e-commerce*). Sedangkan Pemasaran adalah suatu proses menyeluruh, terpadu, dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:43), pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling memengaruhi satu sama lainnya. Dengan kata lain, setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar. Salah seorang ahli pemasaran, Stanton mengemukakan pengertian yang lain tentang pasar, yakni merupakan kumpulan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi ada tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar, yaitu orang dengan segala keinginannya, daya belinya serta tingkah laku dalam pembeliannya. Dalam satu pasar saja bisa terdiri dari banyak sekali pembeli dengan berbagai karakteristik pembeli, misalnya keinginan terhadap suatu barang, kemampuan keuangan, lokasi, sikap pembelian, dan praktek-praktek pembeliannya. Dalam aspek pasar dan pemasaran ini akan tinjau apakah perusahaan memiliki peluang pasar yang diinginkan atau tidak. Tentunya ada beberapa tahapan dan cara yang dilakukan peneliti dalam menganalisis aspek pasar dan pemasaran ini. Seperti dalam hal *segmentation*, *targeting*, *positioning* dan juga dalam hal *marketing mix*. Berikut ini adalah penjelasan lebih rincinya:

a. *Segmentation* (segmentasi pasar)

Segmentasi pasar berarti membagi pasar kedalam beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau *marketing mix* yang

berbeda pula. Hal ini perlu dilakukan dikarenakan pasar yang sangat luas menyediakan pembeli yang memiliki keinginan yang berbeda-beda. Perbedaan inilah yang dapat menjadi peluang untuk menjadi pasar tersendiri. Dalam melakukan pengelompokan segmentasi pasar ini, ada beberapa variabel yang harus diperhatikan. Hal ini bertujuan agar segmentasi tepat sasaran. Kesalahan dalam pemilihan variabel dapat menyebabkan gagalnya sasaran yang ingin dituju.

b. *Targetting* (Pasar sasaran)

Apabila segmentasi pasar telah dilakukan, hal selanjutnya adalah menetapkan pasar sasaran untuk mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu atau lebih dari segmen pasar untuk dilayani. Kegiatan penetapan pasar sasaran meliputi:

1) Evaluasi segmen pasar

- a) Ukuran dan pertumbuhan segmen contohnya adalah data tentang penjualan terakhir dan proyeksi laju pertumbuhan.
- b) Struktural segmen yang menarik. Kurang menarik apabila terdapat pesaing yang kuat dan agresif.
- c) Sasaran dan sumber daya perusahaan, hal ini memperhatikan energi yang tersedia pada perusahaan.

2) Memilih segmen, pemilihan satu atau lebih segmen yang memungkinkan dan memiliki nilai tinggi bagi perusahaan.

c. *Positioning* (Posisi pasar)

Penentuan dalam posisi pasar adalah cara untuk menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau pasarnya. Kegiatan ini dapat dilakukan setelah segmentasi telah terpilih. Tujuan penetapan posisi pasar adalah untuk membangun dan mengomunikasikan keunggulan dari produk yang akan kita tawarkan kedalam benak konsumen. Strategi penentuan posisi pasar terdiri dari:

- 1) Atas dasar atribut (besaran harga murah atau mahal).
- 2) Kesempatan penggunaan (kegunaan produk).
- 3) Menurut kelas penggunaan (bagi orang dewasa atau anak-anak).
- 4) Langsung menghadapi pesaing (produk unggulan nomor satu).
- 5) Kelas produk (jenis produk).

d. *Marketing mix* (bauran pemasaran)

Ketika membahas tentang pemasaran, kita tidak dapat lepas dari bauran pemasaran (marketing mix). Bauran pemasaran merupakan kombinasi dari empat

variabel yang merupakan inti dari sistem pemasaran yang dapat dikendalikan oleh perusahaan. Variabel-variabel tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok utama yang dikenal dengan 4P, yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*. Adapun berikut ini penjelasan lebih rincinya:

1) Produk (*Product*)

Produk adalah sesuatu yang bisa dibawa ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan.

2) Harga (*Price*)

Harga adalah sejumlah uang dan atau barang yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi dari barang lain yang disertai dengan pemberian jasa.

3) Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah kombinasi dari periklanan, Personal Selling, dan alat promosi lainnya yang direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.

4) Tempat (*Place*)

Distribusi merupakan semua kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan membuat produk yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen dapat dengan mudah diperoleh pada waktu dan tempat yang tepat. Untuk dapat menentukan berhasil atau tidaknya sebuah teknik pemasaran atau promosi dapat dilihat dari mampu menaikkan penjualan, menstabilkan penjualan, memperkenalkan produk kepada masyarakat, menonjolkan nilai produk dan lain-lain.

2. Aspek Hukum

Menurut Suliyanto dalam Tanaka dan Marlina (2017:747), mengatakan aspek hukum ini menjelaskan tentang aturan dan ketentuan hukum apa saja yang harus dipenuhi sebelum mendirikan sebuah usaha, agar bisnis yang dijalankan sesuai dengan ketentuan hukum dan mampu memenuhi persyaratan perizinan di wilayah usaha yang akan dibangun. Untuk memulai studi kelayakan suatu usaha pada umumnya di mulai pada aspek hukum, walaupun banyak pula yang melakukannya dari aspek lain. Mengenai aspek mana yang harus di mulai tergantung dari kesiapan data dan kesepian dari para penilai. Tujuan dari aspek hukum adalah untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan, dan keaslian dari dokumen-dokumen yang di miliki. Jenis badan

hukum yang di Indonesia sangat beragam mulai dari perusahaan perseorangan firma sampai pada bentuk koperasi. Masing-masing badan hukum memiliki kelebihan dan kelemahan tersendiri. Kelebihan dan kelemahan dapat dilihat dari luasnya bidang usaha yang akan dijalankan, modal yang dimiliki, batas tanggung jawab dan kewajiban masing-masing pemilik, serta pembagian keuntungan masing-masing badan usaha. Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:25) jenis-jenis hukum berdasarkan usaha adalah sebagai berikut:

- a. Perseorangan merupakan perusahaan yang dimiliki oleh perseorangan (hanya seorang). Untuk mendirikan perusahaan perseorangan sangatlah sederhana dan tidak memerlukan persyaratan khusus, sebagaimana bentuk hukum lainnya. Disamping itu, pendirian perusahaan perseorangan tidak memerlukan modal besar. Kelebihan perusahaan jenis ini disamping pendiriannya mudah adalah tidak diperlukan organisasi yang besar, tetapi cukup dengan organisasi dan manajemen yang sederhana. Pimpinan perusahaan perseorangan biasanya pemilik usaha tersebut yang sekaligus menjadi penanggung jawab terhadap segala aktivitas perusahaan, termasuk kewajiban terhadap pihak luar. Artinya, jika terjadi sesuatu terhadap kewajiban kepada pihak lain, misalnya dalam hal utang, maka sepenuhnya tanggung jawab pemilik sampai kepada harta pribadi.
- b. Firma (Fa) adalah perusahaan yang didirikan oleh dua orang atau lebih dan menjalankan perusahaan atas nama perusahaan. Untuk mendirikan firma terdiri dari dua cara. Pertama melalui akta resmi dan yang kedua akta dibawah tangan. Jika melalui akta resmi, maka proses selanjutnya harus sampai di berita negara. Namun jika memilih akta dibawah tangan proses itu tidak perlu, cukup melalui kesepakatan pihak-pihak terlibat. Kepemimpinan firma berada sepenuhnya ditangan pemilik sekaligus bertanggung jawab terhadap segala risiko yang mungkin timbul, seperti masalah utang piutang. Modal firma diperoleh dari mereka yang terlibat dalam firma.
- c. Perseroan Komanditer (*Commanditaire Vennotschap*) atau lebih sering disebut CV, merupakan persekutuan yang didirikan atas dasar kepercayaan. Dalam perseroan komanditer terdapat beberapa sekutu yang secara penuh bertanggung jawab atas sekutu lainnya. Kemudian ada satu atau lebih sekutu yang bertindak sebagai pemberi modal. Tanggung jawab sekutu komanditer hanya terbatas pada sejumlah modal yang ditanamkan dalam perusahaan.

- d. Perseroan Terbatas (PT) adalah badan hukum perusahaan yang paling banyak digunakan dan diminati oleh para pengusaha. Penyebabnya adalah karena badan hukum jenis ini memiliki banyak kelebihan jika dibandingkan dengan badan hukum lainnya. Kelebihannya antara lain luasnya bidang usaha yang dimiliki, kewenangan, dan tanggung jawab yang dimiliki terbatas kepada modal yang disetor.

Dalam praktiknya terdapat bermacam-macam izin. Banyaknya izin dan jenis-jenis izin tersebut tergantung pada jenis usaha apa yang akan dijalankan. Adapun beberapa izin yang dimaksud adalah:

- a. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
- b. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
- c. Izin-izin Usaha, contohnya: Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
- d. Sertifikat Tanah atau surat-surat berharga yang dimiliki.

3. Aspek Teknis dan Teknologi

Aspek teknis akan meneliti mengenai lokasi usaha, perencanaan produksi yang meliputi bahan baku, bahan habis pakai dan alat mesin yang digunakan untuk menunjang keseluruhan proses produksi. Sedangkan teknologi informasi merupakan seperangkat alat yang membantu anda bekerja dengan informasi dan melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi. Aspek teknis menganalisis kesiapan teknis dan ketersediaan teknologi yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis. Analisis aspek teknis dan teknologi menjadi sebuah keharusan untuk menghindari adanya kegagalan bisnis pada masa yang akan datang, sebagai akibat karena adanya masalah teknis. Penelitian mengenai lokasi ini meliputi berbagai pertimbangan, apakah harus dekat dengan bahan baku, tenaga kerja, akses jalan, kemudahan listrik, kebersihan sumber air, atau pertimbangan lainnya. Setelah ditelitinya pertimbangan tersebut, nantinya akan dipilih lokasi terbaik yang dapat mengoptimalkan kinerja dari perusahaan serta memaksimalkan laba yang akan didapat. Adapun beberapa pertimbangan dalam penentuan lokasi usaha, yaitu:

- 1) Jenis usaha yang dijalankan
- 2) Apakah dekat dengan pasar atau konsumen
- 3) Apakah dekat dengan bahan baku
- 4) Apakah tersedia tenaga kerja
- 5) Tersedia sarana dan prasarana (transportasi, air, listrik)

- 6) Apakah dekat dengan pusat pemerintahan
- 7) Apakah dekat dengan lembaga keuangan
- 8) Apakah berada di kawasan industri
- 9) Kondisi adat istiadat/budaya/sikap masyarakat setempat
- 10) Hukum yang berlaku di wilayah setempat

4. Aspek Manajemen dan Organisasi

Hal yang dinilai pada aspek ini adalah para pengelola usaha dan struktur organisasi yang ada. Usaha yang dijalankan akan berhasil apabila ditangani oleh orang-orang yang profesional dalam bidangnya. Hal ini terkait mulai dari merencanakan, melaksanakan sampai dengan mengendalikannya apabila terjadi suatu penyimpangan yang tidak diinginkan. Struktur organisasi juga harus dibuat sesuai dengan tujuan usahanya. Aspek manajemen dan organisasi pengelola usaha serta struktur organisasi yang ada untuk dapat menjalankan setiap aktivitas usaha dengan menyesuaikan kemampuan dalam bidangnya masing-masing. Struktur organisasi serta peranan dari tiap bagiannya untuk dapat merencanakan dan melaksanakan sampai dengan mengendalikannya perusahaan, agar perusahaan dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Adapun beberapa hal yang harus ditentukan dalam aspek manajemen ini ialah sebagai berikut:

- a. Pembagian kerja (tugas) sesuai dengan kemampuan.
Tiap organisasi harus memiliki rincian aktifitas yang jelas, mempunyai tugas yang jelas dan beban tugas hendaknya adil.
- b. Mengkoordinasi setiap tugas masing-masing agar dapat mempertanggung jawabkan hasil yang diperoleh.
Suatu organisasi harus memiliki keselarasan antar aktivitas dan tanggung jawabnya masing-masing agar tidak terjadi kekembaran pekerjaan, kekosongan pekerjaan, dan perebutan sumber atau fasilitas.
- c. Pelimpahan wewenang.
Pelimpahan wewenang merupakan penyerahan sebagian hak untuk mengambil keputusan yang diperlukan agar tugas dan tanggung jawab dapat dilaksanakan dengan baik antara tiap bagiannya

5. Aspek Dampak Lingkungan (AMDAL)

Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) adalah suatu kegiatan dalam penyusunan dokumen tentang analisis dampak lingkungan. Tujuan AMDAL mengidentifikasi komponen kegiatan yang diperkirakan menimbulkan dampak penting dan besar terhadap lingkungan. Aspek ini merupakan aspek yang dibutuhkan pada saat ini dikarenakan tiap usaha akan sangat besar dampaknya terhadap lingkungan, baik terhadap darat, air dan udara. Pada akhirnya akan berdampak pada kehidupan manusia, Binatang dan tumbuhan disekitarnya. Sehingga aspek ini tidak dapat dikesampingkan dikarenakan menjaga kelestarian lingkungan adalah hal yang sangat penting. Adapun hal yang harus diperhatikan agar tidak terjadi kerusakan lingkungan dikarenakan oleh usaha yang kita jalankan, hal tersebut adalah: (Kasmir dan Jakfar 2009)

- A. Terhadap tanah dan kehutanan
- B. Terhadap air
- C. Terhadap udara
- D. Terhadap manusia

Tujuan dan sasaran AMDAL ialah kegiatan atau usaha tersebut layak dari aspek lingkungan hidup atau untuk menjamin suatu kegiatan atau usaha pembangunan dapat berlangsung secara berkelanjutan, tanpa mengorbankan atau merusak lingkungan. Pertumbuhan dan perkembangan Perusahaan berpengaruh terhadap lingkungan sekitar apakah membawa dampak negatif dan positif terhadap Perusahaan. Analisa yang dilakukan terhadap aspek ini bermanfaat untuk mengidentifikasi kelayakan bisnis yang dijalankan sesuai dengan standar lingkungan hidup yang ada.

6. Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan aspek yang digunakan untuk menilai keuangan perusahaan secara keseluruhan (Kasmir dan Jakfar, 2020). Aspek keuangan dilakukan untuk menilai biaya-biaya apa saja yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biayanya. Setelah itu menilai seberapa besar pendapatan yang akan didapatkan disaat usaha jadi dijalankan. Penelitian ini meliputi seberapa lama investasi yang ditanam akan kembali. Kemudian dari mana saja sumber pembiayaan bisnis tersebut dan bagaimana tingkat suku bunga yang berlaku, sehingga apabila dinilai dengan penilaian investasi akan sangat menguntungkan. Metode penilaian yang nantinya akan

digunakan adalah *payback period*, *net present value*, *internal rate of return*, *profitability index*.

a. *Payback Period*

Metode *payback period* merupakan teknik penilaian terhadap periode pengembalian investasi suatu usaha. Perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan kas bersih yang diperoleh setiap tahun. Terdapat dua macam model perhitungan yang dapat digunakan, yaitu apabila kas bersih setiap tahun sama atau apabila kas setiap tahun berbeda. Dikarenakan pada penelitian ini kas setiap tahun berbeda, maka caranya adalah dengan menghitung investasi dikurangi dengan kas bersih tahun pertama, lalu hasilnya dikurangi dengan kas bersih tahun selanjutnya. Hal ini terus dilakukan hingga hasil tidak dapat dikurangi dengan kas bersih tahun selanjutnya.

b. *Net Present Value*

Net present value (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PV kas bersih dengan PV investasi selama jenjang umur investasinya. Tingkat bunga pengembalian pun ditentukan oleh kebijakan perusahaannya.

c. *Internal Rate of Return*

Internal rate of return (IRR) merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern.

Adapun analisis aspek keuangan meliputi komponen-komponen adalah sebagai berikut:

- a. Kebutuhan dana, yaitu kebutuhan dana untuk operasional perusahaan
- b. Sumber dana, yaitu sumber dana internal dan modal eksternal.
- c. Proyeksi neraca, sangat penting untuk mengetahui kekayaan perusahaan.
- d. Proyeksi laba rugi, proyeksi laba rugi dari tahun ke tahun menggambarkan perkiraan laba atau rugi di masa yang akan datang.
- e. Proyeksi arus kas, dari arus kas dapat dilihat kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban-kewajiban keuangannya.

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Kegagalan Usaha

Setiap pelaku usaha yang menjalankan usahanya tidak menjamin 100% bahwa bisnis tersebut dapat berhasil. Ada beberapa hal yang menyebabkan usaha yang dijalani tersebut mengalami kegagalan. Resiko kerugian yang timbul dimasa yang akan datang disebabkan karena dimasa yang akan datang penuh dengan berbagai

ketidakpastian. Yang paling penting di sini untuk diperhatikan adalah memprediksi risiko yang bakal terjadi nantinya. Kegagalan ini dapat dimulai dari kesalahan pelaku usaha dalam melakukan perhitungan sampai ke faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pelaku usaha. Adapaun beberapa faktor yang menyebabkan kegagalan usaha adalah sebagai berikut.

1. Data dan informasi tidak lengkap

Pada saat melakukan penelitian data dan informasi yang disajikan kurang lengkap, sehingga hal-hal yang seharusnya menjadi penilaian tidak ada. Kemudian, dapat pula data yang disediakan tidak dapat dipercaya atau palsu. Karena itu, sebelum melakukan studi sebaiknya kumpulkan data dan informasi selengkap mungkin, melalui berbagai sumber yang ada yang tentunya dapat dipertanggung jawabkan kebenaran datanya.

2. Tidak teliti

Kegagalan dapat pula disebabkan si penstudi (orang yang melakukan studi) kurang teliti dalam meneliti dokumen yang ada. Oleh karena itu, dalam hal ini tim studi kelayakan bisnis perlu melatih atau mencari tenaga yang benar – benar ahli di bidangnya, sehingga faktor ketelitian ini menjadi jaminan. Kecerobohan sekecil apapun akan sangat berpengaruh terhadap hasil penelitian.

3. Salah perhitungan

Kesalahan dapat pula diakibatkan si penstudi salah dalam melakukan perhitungan. Misalnya, dalam hal penggunaan rumus atau cara menghitung, sehingga hasil yang dikeluarkan tidak akurat. Dalam hal ini perlu disikapi untuk menyediakan tenaga ahli yang andal di bidangnya.

4. Pelaksanaan pekerjaan salah

Para pelaksana bisnis sangat memegang peranan penting dalam keberhasilan menjalankan bisnis tersebut. Apabila para pelaksana dilapangan tidak mengerjakan proyek benar dan tidak sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan, maka kemungkinan bisnis tersebut gagal sangat besar.

5. Kondisi lingkungan

Kegagalan lainnya adalah ada unsur-unsur yang terjadi yang tidak dapat kita kendalikan. Artinya pada saat melakukan penelitian dan pengukuran semuanya sudah selesai dengan baik dan tepat, namun dalam perjalanannya perubahan lingkungan pada akhirnya berdampak pada hasil penelitian dalam studi kelayakan

usaha. Perubahan lingkungan seperti perubahan ekonomi, politik, hukum, sosial, dan perubahan perilaku masyarakat, atau akibat bencana alam.

6. Unsur sengaja

Kesalahan yang sangat fatal adalah adanya faktor kesengajaan untuk berbuat kesalahan. Artinya peneliti sengaja membuat kesalahan yang tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya dengan berbagai sebab. Atau para pelaksana dilapangan juga melakukan perbuatan yang tercela, sehingga menyebabkan gagalnya suatu proyek atau usaha.

2.2. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan dan dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini. Meskipun ruang lingkup sama, tetapi objek penelitian dan metode penelitiannya berbeda. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan studi kelayakan bisnis adalah sebagai berikut.

Sumiati (2023) melakukan penelitian dengan judul “Studi Kelayakan Bisnis Kedai Teneneng Snack”. Peneliti tersebut menggunakan analisis untuk menilai aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, aspek manajemen sumber daya manusia, dan aspek keuangan. Hasil penelitiannya menunjukkan *Payback Period* bahwa nilai investasi akan kembali dalam waktu 1 Tahun 3 Bulan 14 Hari, perhitungan *Net Present Value* sebesar Rp. 36.141.377 bernilai positif, *Internal Rate of Return* sebesar 39% dinyatakan layak dan *Profitability Index* sebesar 25,59 dinyatakan layak.

Hidayat (2022) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Meine WLT Coffe di Palangka Raya)”. Peneliti tersebut menggunakan analisis untuk menilai aspek hukum, aspek lingkungan, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen dan sumber daya manusia, dan aspek keuangan. Hasil penelitiannya menunjukkan nilai NPV sebesar Rp 115.505.164, nilai PP selama 3 tahun 3 bulan, nilai PI sebesar 1,78, nilai IRR sebesar 36,60%, dan ARR sebesar sebesar 160%.

Ananda (2022) melakukan dengan judul “Analisis Kelayakan Bisnis *Thrift Shop* Susecond.id di Masa Pandemi Covid 19 Dengan Menggunakan Metode *Cost Benefit Analysis*”. Peneliti tersebut menggunakan metode cost benefit analysis. Hasil penelitian menunjukkan nilai NPV sebesar 3% yaitu Rp. 100.493.122, nilai IRR sebesar Rp. 80.216.276, dan nilai BCR sebesar 1,08.

Isroni (2022) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pengembangan Produk Olahan Pangan Beku Siomay Pada UMKM Indomitra Cipta Pangan”. Peneliti tersebut menggunakan analisis secara non finansial dan non finansial. Hasil penelitiannya menunjukkan nilai payback period initial cash flow adalah 1 tahun 2 bulan 7 hari, nilai NPV sebesar Rp 884.600.301, nilai IRR sebesar 35,8%.

Rahmadani (2019) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu dan Tempe Karya Mandiri Ditinjau dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan”. Peneliti tersebut menggunakan analisis payback period (PP), net present value (NPV), internal rate of return (IRR), profitability index (PI). Hasil penelitiannya menunjukkan nilai payback period sebesar Rp 137.689.184, nilai profitability index (PI) sebesar 1,14% dan internal rate of return (IRR) sebesar 32%.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

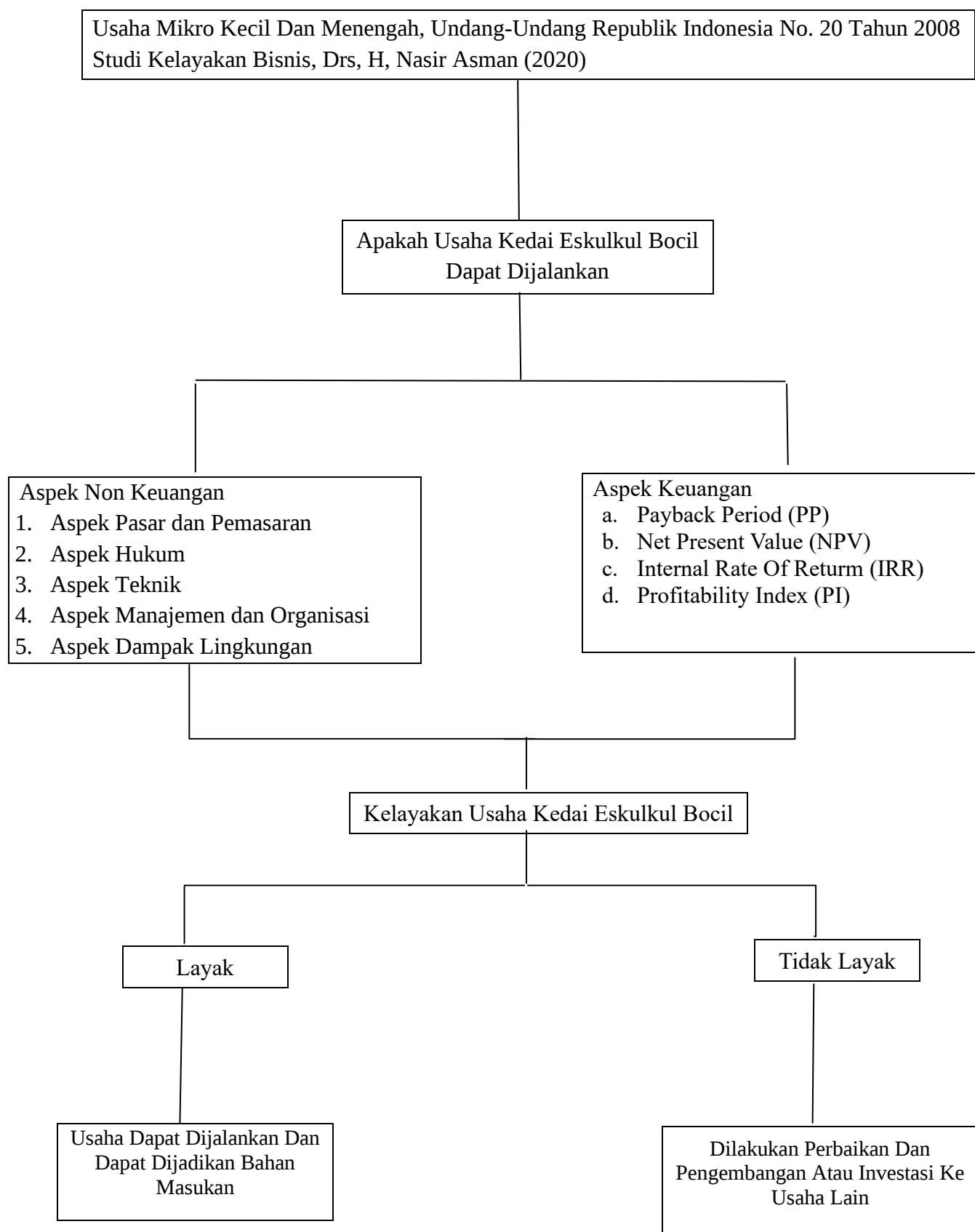
NO	NAMA PENELITI	JUDUL PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
1.	Sumiati (2023)	Studi Kelayakan Bisnis Kedai Teneneng Snack	Hasil penelitiannya menunjukkan PP = 1 Tahun 3 Bulan 14 Hari NPV = Rp. 36.141.377 IRR = 39% PI= 25,59
2.	Hidayat (2022)	Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Meine Wlt Coffe di Palangka Raya	Hasil penelitiannya menunjukan PP = 3 Tahun 3 Bulan NVP =Rp 115.505.164 IIR = 36,60% PI =1,78 ARR = 160%.
3.	Ananda (2022)	Analisis Kelayakan Bisnis Thrift Shop Susecond.Id Di Masa Pandemi Covid 19 Dengan Menggunakan Metode Cost Benefit Analysis”	Hasil penelitian menunjukkan NPV = Rp 100.493.122 IRR = Rp 80.216.276 BCR = 1,08.
4.	Isroni (2022)	Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pengembangan Produk Olahan Pangan Beku Siomay Pada UMKM	Hasil penelitiannya menunjukkan PP = 1 Tahun 2 Bulan 7 Hari NPV = Rp 884.600.301 IRR = 35,8%.

		Indomitra Cipta Pangan	
5.	Rahmadani (2019)	Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu Dan Tempe Karya Mandiri Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran, Dan Aspek Keuangan.	Hasil penelitiannya menunjukkan PP = 6 Bulan 19 Hari NPV = Rp 137.689.184, nilai PI = 1,14% IRR = 32%.

Sumber: Penulis, 2024

2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2019:95), sedangkan Suriasumantri dalam Sugiyono (2017:60), kerangka pemikiran ini merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi objek permasalahan. Berdasarkan pernyataan diatas, sehingga kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1.1. Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber: Penulis, 2024