

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Bisnis**

Menurut Umar (2015:4) bisnis diartikan sebagai seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung di dalam bidang perniagaan produsen pedagang konsumen dan industri di mana perusahaan berada dalam rangka memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka.

Menurut Nathaniel (2020:9-10) bisnis adalah kegiatan atau aktivitas terorganisir yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan orang atau masyarakat/organisasi dengan menciptakan barang atau jasa dan menjualnya dalam upaya mendapatkan keuntungan serta meningkatkan kualitas hidup pemilik dan masyarakat pada umumnya.

##### **2.1.2 Studi Kelayakan Bisnis**

Pengertian studi kelayakan bisnis atau kelayakan proyek apabila ditinjau dari susunan katanya dapat berarti:

1. Studi

Merupakan penelitian, sehingga mempunyai unsur-unsur data, etika, metode dan analisis, serta adanya hasil dan pelaporan.

2. Kelayakan

Mempunyai arti kata menguntungkan atau manfaat lebih besar dari biaya.

3. Bisnis atau usaha

Merupakan kegiatan atau usaha untuk menghasilkan barang/jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen, yang dapat meningkatkan kualitas hidup dan motivasi utamanya adalah profit.(Hidayat,2021:1)

Melihat pengertian dari masing-masing suku kata di atas maka pengertian studi kelayakan bisnis dapat diartikan secara sederhana sebagai penelitian terhadap rencana bisnis apakah rencana bisnis layak dijalankan secara menguntungkan dan terus-menerus.

Menurut Umar (2015:8) studi kelayakan bisnis adalah penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya suatu bisnis dibangun, serta juga

saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan.

Sedangkan studi kelayakan bisnis menurut Kasmir dan Jakfar (2012:7) adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.

### **2.1.2.1 Tujuan Studi Kelayakan Bisnis**

Menurut Kasmir dan Jakfar (2015:12-13) studi kelayakan bisnis dilakukan agar apabila usaha atau proyek ini dijalankan tidak akan sia-sia atau dengan kata lain tidak membuang uang, tenaga, atau pikiran secara percuma serta tidak akan menimbulkan masalah yang tidak perlu di masa yang akan datang. Bahkan dengan adanya usaha atau proyek akan dapat memberikan berbagai keuntungan serta manfaat kepada beberapa pihak. Paling tidak ada lima tujuan mengapa sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan, yaitu:

1. Menghindari resiko kerugian

Untuk mengatasi resiko kerugian di masa yang akan datang, karena masa yang akan datang ada semacam kondisi ketidakpastian.

2. Memudahkan perencanaan

Dalam perencanaan sudah terdapat jadwal pelaksanaan usaha, mulai dari usaha dijalankan sampai waktu tertentu.

3. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan

Rencana yang sudah disusun dijadikan acuan dalam mengerjakan setiap tahap yang sudah direncanakan.

4. Memudahkan pengawasan

Sehingga pelaksanaan pekerjaan tidak terhambat oleh hal-hal yang tidak perlu.

5. Memudahkan pengendalian

Untuk mengembalikan pelaksanaan pekerjaan yang melenceng dari jalannya, sehingga pada akhirnya tujuan perusahaan akan tercapai.

### **2.1.2.2 Pihak yang Memerlukan Studi Kelayakan Bisnis**

Menurut Umar (2015:19-20) Seperti diketahui, hasil dari suatu studi kelayakan bisnis adalah laporan tertulis. Isi laporan studi kelayakan bisnis menyatakan bahwa suatu rencana bisnis layak direalisasikan. Namun bisa saja terjadi ada pihak-pihak tertentu yang memerlukan laporan tadi sebagai bahan masukan utama dalam rangka mengkaji ulang untuk turut serta menyetujui atau sebaliknya menolak kelayakan laporan tadi sesuai dengan kepentingannya. Mungkin saja terjadi bahwa hasil studi kelayakan yang dinyatakan layak ternyata pada akhirnya tidak dilaksanakan. Hal ini, misalnya, dapat disebabkan oleh pengambil keputusan akhir yang menolak karena adanya intervensi pihak lain yang merasa kepentingannya tidak terpenuhi. Terlepas dari persoalan diatas, pihak-pihak yang membutuhkan laporan studi kelayakan bisnis itu dapat dijelaskan dibawah ini:

#### **1. Pihak investor**

Jika hasil studi kelayakan yang telah dibuat ternyata layak direalisasikan pemenuhan kebutuhan akan pendanaan dapat mulai dicari. Misalnya dengan mencari investor atau pemilik modal yang mau turut serta menanamkan modalnya pada proyek yang akan dikerjakan itu. Sudah tentu calon investor ini akan mempelajari laporan studi kelayakan bisnis yang telah dibuat karena calon investor mempunyai kepentingan langsung tentang keuntungan yang akan diperoleh serta jaminan keselamatan atas modal yang ditanamkan.

#### **2. Pihak kreditor**

Pendanaan proyek dapat juga dipinjam dari bank. Pihak bank, sebelum memutuskan untuk memberikan kredit atau tidak perlu mengkaji ulang studi kelayakan bisnis yang telah dibuat, termasuk mempertimbangkan sisi-sisi lain, misalnya bonafiditas dan tersedianya agunan yang dimiliki perusahaan.

#### **3. Pihak manajemen perusahaan**

Studi kelayakan bisnis dapat dibuat oleh pihak eksternal perusahaan maupun pihak internal perusahaan (sendiri). terlepas dari siapa yang membuat pembuatan proposal ini merupakan upaya dalam rangka merealisasikan ide proyek yang ujung-ujungnya bermuara pada peningkatan usaha untuk meningkatkan laba perusahaan. Sebagai pihak yang menjadi *project leader*, sudah tentu pihak manajemen perlu mempelajari studi

kelayakan itu, misalnya dalam hal pendanaan berapa yang dialokasikan dari modal sendiri, rencana pendanaan dari investor dan dari kreditor.

#### 4. Pihak pemerintah dan masyarakat

Penyusunan studi kelayakan bisnis perlu memperhatikan kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan oleh pemerintah karena bagaimanapun pemerintah dapat secara langsung maupun tidak langsung, mempengaruhi kebijakan perusahaan. Penghematan devisa negara penggalakan ekspor non migas dan pemakaian tenaga kerja massal merupakan contoh-contoh kebijakan pemerintah di sektor ekonomi. Proyek-proyek bisnis yang membentuk kebijakan pemerintah ini inilah yang diprioritaskan untuk dibantu misalnya dengan subsidi dan keringanan lain.

### **2.1.3 Faktor-faktor yang Menyebabkan Kegagalan Usaha**

Menurut Sugiyanto (2020:7) risiko kerugian yang timbul dimasa mendatang disebabkan karena dimasa mendatang penuh dengan ketidakpastian. Secara umum faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan adalah :

#### 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 atau data yang ada merupakan data palsu.

#### 2. Tidak teliti

Kurang teliti dalam meneliti dokumen yang ada, untuk itu tim studi kelayakan bisnis perlu melatih dan mencari tenaga yang benar-benar ahli dibidangnya.

#### 3. Salah perhitungan

Kesalahan dapat terjadi pada seseorang yang melakukan studi, yaitu kesalahan dalam melakukan perhitungan dalam hal penggunaan rumus atau cara menghitung, sehingga hasil yang diperoleh tidak akurat.

#### 4. Pelaksanaan pekerjaan salah

Apabila para pelaksana dilapangan tidak mengerjakan proyek secara benar atau tidak sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan, maka kemungkinan besar bisnis tersebut akan gagal.

#### 5. Kondisi lingkungan

Kegagalan lainnya adalah unsur-unsur yang terjadi yang memang tidak dapat dikendalikan, artinya pada saat melakukan penelitian dan pengukuran semuanya sudah selesai dengan baik, namun dalam perjalanan akibat terjadinya perubahan lingkungan akhirnya berimbas pada hasil penelitian.

6. Unsur sengaja

Peneliti sengaja membuat kesalahan yang tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya dengan berbagai sebab, sehingga menyebabkan kegagalan suatu proyek atau bisnis.

Dengan melakukan studi secara benar, risiko dapat diminimalkan dan tujuan yang diinginkan akan tercapai.

#### **2.1.4 Aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis**

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:15) dalam melakukan pembuatan dan penilaian studi kelayakan melalui tahap-tahap yang telah ditentukan, hendaknya dilakukan secara benar dan lengkap. Kemudian setiap tahapan memiliki berbagai aspek yang harus diteliti, diukur, dan dinilai sesuai dengan ketentuan yang telah ditentukan. Secara umum, prioritas aspek-aspek yang perlu dilakukan studi kelayakan sebagai berikut:

1. Aspek Nonfinansial seperti :
  - a. Aspek hukum
  - b. Aspek pasar dan pemasaran
  - c. Aspek teknis/operasi
  - d. Aspek manajemen dan organisasi
  - e. Aspek ekonomi sosial
  - f. Aspek dampak lingkungan hidup (AMDAL)
2. Aspek finansial dengan berdasarkan kriteria investasi seperti :
  - a. *Profitability index* (PI)
  - b. *Intern rate of return* (IRR)
  - c. *Net present value* (NPV)
  - d. *Payback period* (PP)

## **1. Aspek Nonfinansial**

### **a. Aspek Hukum**

Tujuan dari aspek hukum adalah untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan, dan keaslian dari dokumen-dokumen yang dimiliki. Penelitian ini sangat penting mengingat sebelum usaha tersebut dijalankan, maka segala prosedur yang berkaitan dengan izin-izin atau berbagai persyaratan harus terlebih dahulu sudah terpenuhi. Bagi penilai studi kelayakan bisnis, dokumen yang perlu diteliti keabsahan, kesempurnaan, dan keasliannya meliputi badan hukum, izin-izin yang dimiliki, sertifikat tanah atau dokumen lainnya yang mendukung kegiatan usaha tersebut. (Kasmir dan Jakfar,2020:24)

Kegagalan dalam penelitian aspek ini akan berakibat tidak sempurnanya hasil penelitian, dengan kata lain apabila ada dokumen yang tidak sah atau tidak sempurna dikhawatirkan akan menimbulkan masalah di kemudian hari. Terdapat banyak sekali usaha yang telah berjalan namun pada akhirnya di kemudian hari menimbulkan masalah.

Kasmir dan Jakfar (2020:33) menjelaskan bahwa terdapat banyaknya izin dan jenis-jenis izin yang dibutuhkan tergantung dari jenis usaha yang dijalankan. Adapun izin yang dimaksud adalah :

1. Tanda daftar perusahaan (TDP)
2. Nomor pokok wajib pajak (NPWP)
3. Izin-izin usaha
4. Sertifikat tanah surat-surat berharga yang dimiliki

Izin-izin lainnya yang harus dimiliki bagi pemilik usaha sesuai dengan jenis bidang usaha yang digeluti, antara lain :

1. Surat izin usaha perdagangan (SIUP)
2. Surat izin usaha industri (SIUI)
3. Izin usaha tambang
4. Izin usaha perhotelan dan pariwisata
5. Izin usaha farmasi dan rumah sakit
6. Izin usaha peternakan dan perikanan
7. Izin domisili, dimana lokasi perusahaan/proyek berada
8. Izin gangguan
9. Izin mendirikan bangunan (IMB)

10. Izin tenaga kerja asing jika perusahaan menggunakannya

Disamping keabsahan dokumen diatas, terdapat dokumen lain yang perlu diteliti, yaitu :

1. Bukti diri (KTP atau SIM)
2. Sertifikat tanah
3. Bukti kepemilikan kendaraan bermotor (BPKB)
4. Serta surat-surat atau sertifikat lainnya yang dianggap perlu.

#### **b. Aspek Pasar dan Pemasaran**

Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau bertemunya antara kedua permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Yang dimaksud dengan permintaan adalah jumlah barang dan jasa yang diminta oleh konsumen pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu. Sedangkan pengertian penawaran adalah jumlah barang dan jasa yang ditawarkan produsen pada beberapa tingkat harga pada suatu waktu tertentu. Sedangkan pemasaran dapat diartikan sebagai upaya untuk menciptakan dan menjual produk kepada berbagai pihak dengan maksud tertentu. Pemasaran berusaha menciptakan dan mempertukarkan produk baik barang maupun jasa kepada konsumen di pasar. Yang dibutuhkan dalam aspek pasar dan pemasaran adalah pasar mana yang akan dimasuki perusahaan, seberapa besar pasar yang ingin dimasuki atau yang tersedia di masa yang akan datang. Untuk memenuhi itu perlu dilakukan pengukuran terhadap permintaan yang diukur berdasarkan permintaan sekarang dan di masa yang akan datang. Untuk memasarkan sebuah produk, pemasar perlu merencanakan aktivitas-aktivitas pemasaran dan membentuk program pemasaran yang terintegrasi penuh untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menghantarkan nilai kepada pelanggan.

#### **1. Jenis - jenis Pasar menurut Bentuk Kegiatan**

1. Pasar Nyata Pasar nyata

Merupakan sebuah pasar dimana terdapat berbagai jenis barang yang diperjualbelikan serta dapat dibeli oleh pembeli. Contoh dari pasar nyata ialah pasar swalayan dan pasar tradisional.

2. Pasar Abstrak

Merupakan sebuah pasar dimana terdapat para pedagang yang tidak menawarkan berbagai jenis barang yang dijual serta tidak membeli secara langsung, namun

hanya menggunakan surat dagangan saja. Contoh dari pasar abstrak adalah pasar online, pasar modal, pasar valuta asing, dan pasar saham.

## **2. Jenis - jenis Pasar menurut Transaksi**

### **1. Pasar Tradisional**

Ialah pasar yang sifatnya tradisional dimana para pembeli dan penjual dapat saling tawar menawar secara langsung. Berbagai jenis barang yang diperjualbelikan merupakan barang yang berupa barang kebutuhan pokok sehari-hari.

### **2. Pasar Modern**

Merupakan suatu pasar yang sifatnya modern dimana terdapat berbagai macam barang diperjualbelikan dengan harga yang sudah pas dan dengan layanan sendiri. Tempat berlangsungnya pasar modern adalah di plaza, mall dan tempat-tempat yang lainnya.

## **3. Jenis - jenis Pasar Menurut Jenis Barang**

1. Pasar Barang Konsumsi merupakan suatu pasar yang memperjualbelikan berbagai jenis barang yang dapat dikonsumsi guna memenuhi kebutuhan hidup manusia.

2. Pasar Sumber Daya Produksi merupakan suatu pasar yang memperjualbelikan tentang faktor-faktor produksi, contohnya: tenaga kerja, mesin-mesin, tanah dan tenaga ahli.

## **4. Jenis - jenis Pasar Menurut Waktu**

1. Pasar Harian ialah tempat pasar di mana merupakan pertemuan antara pembeli serta penjual yang dapat dilakukan setiap harinya. Pasar harian pada umumnya menjual berbagai jenis barang kebutuhan konsumsi, kebutuhan jasa, kebutuhan bahan-bahan mentah, dan kebutuhan produksi.

2. Pasar Mingguan ialah pasar yang dilakukan setiap seminggu sekali. Biasanya pasar mingguan terdapat di daerah yang penduduknya masih, seperti di pedesaan.

3. Pasar Bulanan ialah pasar yang dilakukan sebulan sekali, dan terdapat di daerah-daerah tertentu. Biasanya terdapat para pembeli di pasar tersebut yang

membeli barang-barang tertentu dan kemudian dijual kembali, contoh pasar bulanan adalah pasar hewan.

4. Pasar Tahunan ialah pasar yang diselenggarakan setiap satu tahun sekali. Pasar tahunan pada umumnya bersifat nasional serta diperuntukkan untuk promosi terhadap suatu produk baru. Contoh pasar tahunan : Pameran Pembangunan, Pekan Raya Jakarta dan lain sebagainya.
5. Pasar Temporer ialah pasar yang diselenggarakan pada waktu tertentu serta pasar temporer dapat terjadi secara tidak rutin. Pada umumnya, pasar temporer dibuka guna merayakan peristiwa tertentu. Contoh dari pasar temporer adalah Bazar.

#### **5. Jenis - jenis Pasar Menurut Keleluasaan Distribusi**

- a. Pasar Daerah ialah suatu pasar yang membeli dan menjual produk di dalam 1 daerah produk tersebut dihasilkan. Dapat juga dikatakan bahwa pasar daerah melayani permintaan serta penawaran hanya dalam 1 daerah.
- b. Pasar Lokal merupakan suatu pasar yang membeli dan menjual produk di dalam 1 kota tempat produk tersebut dihasilkan. Dapat juga dikatakan pasar lokal melayani permintaan serta penawaran hanya dalam 1 kota.
- c. Pasar Nasional merupakan suatu pasar yang membeli dan menjual produk di dalam 1 negara tempat produk tersebut dihasilkan. Dapat juga dikatakan pasar nasional melayani permintaan serta penjualan dari dalam negeri.
- d. Pasar Internasional merupakan suatu pasar yang membeli dan menjual produk dari berbagai negara. Dapat juga dikatakan luas jangkauan dari pasar tersebut adalah di seluruh dunia. Contoh : Pasar kopi di Santos, Brazil

#### **6. Jenis - jenis Pasar Menurut Jenis Dagangan**

1. Pasar umum merupakan pasar yang memperjual belikan barang-barang yang beraneka ragam. Adapun golongan jenis-jenis barang dagangan yang diperjualbelikan pada pasar umum adalah :
  - a. Golongan A yaitu batu mulia, logam mulia, permata dan tekstil.
  - b. Golongan B yaitu batik, konveksi, pakaian tradisional, kerajinan, barang kelontong, barang pecah belah, plastik, obat-

obatan, bahan-bahan kimia, bumbu-bumbu, bahanbahan bangunan, daging dan ikan.

- c. Golongan C yaitu beras, tepung terigu, ketan, jagung, gula pasir, teh, kopi, buah-buahan, minyak goreng, jahe, warung makan dan jajan pasar.
- d. Golongan D yaitu kembang, anyam-anyaman, gerabah, barangbarang bekas (seperti sepatu, sandal, pakaian), barang-barang belas (seperti alat-alat elektronik) dan barang-barang bekas (bahan bangunan).

2. Pasar khusus merupakan pasar yang memperjualbelikan satu jenis barang dagangan saja, misalnya: pasar hewan, pasar rombongan, pasar bunga, pasar sepeda dan sebagainya. Adapun penggolongan jenis barang dagangan pada pasar khusus adalah :

- a. Golongan A yaitu memperjualbelikan kendaraan bermotor, ternak, sepeda.
- b. Golongan B yaitu tanaman (bunga hias), bahan bangunan, hasil bumi dan furniture.

## **7. Jenis - jenis Pasar Menurut Bentuk serta Struktur**

### **1. Pasar Persaingan Sempurna**

Jenis pasar persaingan sempurna dapat disebut juga pasar persaingan murni yaitu merupakan pasar di mana terdapat banyak pembeli dan penjual serta mereka sudah mengetahui keadaan pasar.

### **2. Pasar Persaingan Tidak Sempurna**

Pasar jenis ini merupakan kebalikan dari pasar persaingan sempurna. Untuk pasar persaingan tidak sempurna merupakan pasar yang terdiri dari sedikit penjual serta banyak pembeli. Pada pasar ini para penjual dapat untuk menentukan harga barang. Barang-barang yang diperjualbelikan tersebut memiliki jenis yang berbeda beda atau terdapat berbagai jenis barang. Jenis-jenis pasar persaingan tidak sempurna mempunyai bentuk-bentuk pasar, antara lain :

- a) Pasar Monopoli. Pasar monopoli merupakan suatu pasar yang terjadi ketika seluruh penawaran terhadap sebuah barang pada pasar yang telah dikuasai oleh salah seorang penjual atau sejumlah penjual tertentu. Contoh pasar monopoli : PT Pertamina (persero), dan lain sebagainya.
- b) Pasar Persaingan Monopolistik. Pasar. jenis ini merupakan suatu dengan banyak penjual yang menjual barang yang berbeda corak. Pasar jenis ini banyak dijumpai di sektor perdagangan eceran dan jasa. Misalnya jasa salon, toko kelontong, angkutan, dan toko obat.
- c) Pasar Oligopoli. Pasar jenis ini merupakan pasar yang terdiri dari beberapa penjual yang menjual suatu barang tertentu, sehingga penjual yang satu dengan yang lainnya dapat memengaruhi harga. Seperti : perusahaan rokok, perusahaan menjual mobil dan sepeda motor, perusahaan semen, dan industri telekomunikasi.

Umar (2015:70) bagi pemasaran produk barang terdapat 4 kebijakan pemasaran yang biasa disebut dengan bauran pemasaran (*marketing-mix*) atau 4P dalam pemasaran yang terdiri atas :

1. Produk (*product*) berupa barang yang dapat dibeda-bedakan atau diklarifikasikan menurut macamnya.
2. Harga (*price*) adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.
3. Distribusi (*place*) yaitu sekelompok organisasi yang terlibat dalam proses yang memungkinkan tersedianya produk bagi pengguna atau konsumen.
4. Promosi (*promotion*) adalah proses mengkomunikasikan produk kepada masyarakat agar produk tersebut terkenal dan pada akhirnya dibeli/dikonsumsi.

### **c. Aspek Teknis/Operasi**

Menurut Sugiyanto (2020:65) penilaian terhadap aspek ini sangat penting dilakukan sebelum perusahaan dijalankan. Penentuan kelayakan ini menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan teknis/operasi perusahaan, sehingga apabila tidak dianalisa dengan

baik, maka akan berakibat fatal bagi perusahaan dikemudian hari. Adapun yang perlu diperhatikan dalam aspek ini yaitu masalah manajemen operasional, masalah proses produksi masalah penentuan lokasi, luas produksi, tata letak dan hal-hal yang berhubungan dengan operasional.

Ada beberapa hal yang ingin dicapai dalam aspek ini yaitu :

1. Agar perusahaan dapat menentukan lokasi yang tepat untuk pabrik, gudang, kantor cabang maupun pusat.
2. Agar perusahaan dapat menentukan *layout* yang sesuai dengan proses produksi yang dipilih.
3. Agar perusahaan dapat menentukan teknologi yang paling tepat untuk menjalankan produksinya.
4. Agar perusahaan dapat menentukan metode persediaan untuk kelancaran proses produksinya.

#### **d. Aspek Manajemen dan Organisasi**

Aspek manajemen dan organisasi merupakan aspek yang cukup penting dianalisis untuk kelayakan suatu usaha, baik menyangkut SDM maupun menyangkut rencana perusahaan secara keseluruhan yang harus disusun sesuai dengan tujuan perusahaan. Tujuan perusahaan akan lebih mudah tercapai jika memenuhi kaidah-kaidah atau tahapan dalam proses manajemen. Proses manajemen atau kaidah tersebut akan tergambar dari masing-masing fungsi yang ada dalam manajemen. Masing-masing fungsi tidak dapat berjalan sendiri melainkan harus dilaksanakan secara berkesinambungan, karena kaitan antara satu fungsi dan fungsi lainnya sangat erat.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2015:168-169) beberapa fungsi manajemen dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Perencanaan (*planning*)

Proses menentukan arah yang akan ditempuh dan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam proses ini, ditentukan tentang apa yang harus dilakukan, kapan dan bagaimana melakukannya serta dengan cara apa hal tersebut akan dilaksanakan.

## 2. Pengorganisasian (*organizing*)

Proses mengelompokkan kegiatan-kegiatan atau pekerjaan-pekerjaan dalam unit-unit. Tujuannya adalah supaya tertera dengan jelas antara tugas, wewenang, dan tanggung jawab serta hubungan kerja dengan sebaik mungkin dalam bidangnya masing-masing.

## 3. Pelaksanaan (*actuating*)

Proses untuk menjalankan kegiatan atau pekerjaan dalam organisasi. Dalam menjalankan organisasi, para pemimpin/manajer harus menggerakkan bawahannya (para karyawan) untuk mengerjakan pekerjaan yang telah ditentukan dengan cara memimpin, memberi perintah, memberi petunjuk, dan memberi motivasi

## 4. Pengawasan (*controlling*)

Proses untuk mengukur dan menilai pelaksanaan tugas apakah telah sesuai dengan rencana. Jika dalam proses tersebut terjadi penyimpangan, maka akan segera dikendalikan.

Selanjutnya PDCA, Sesuai dengan namanya siklus PDCA adalah suatu siklus yang harus berulang-ulang. Model manajemen ini bisa digunakan untuk membantu industri atau perusahaan agar keluar dari stagnasi. Selain itu siklus ini digunakan untuk mewujudkan sistem yang selalu berkembang agar menjadi lebih baik sesuai namanya siklus PDCA terbagi menjadi 4 fase yang masing-masing fasenya saling berkaitan. Keempat fase tersebut adalah *plan*, *do*, *check*, dan *Act*.

### 1. *Plan* (perencanaan)

Adalah suatu tahapan perencanaan yang dimulai dengan identifikasi masalah dengan memanfaatkan teknik 5W, yaitu *what* (apa), *who* (siapa), *when* (kapan), *where* (di mana), dan *why* (mengapa) yang selanjutnya dilengkapi dengan teknik *root course analysis* di dalam tahapan ini bisa membuat hipotesis masalah dan tujuan yang ingin diraih agar hasilnya bisa diwujudkan.

### 2. *Do* (pengerjaan)

Dalam siklus PDCA yang kedua ini, perusahaan harus bisa mulai mengerjakan berbagai hal yang sebelumnya sudah direncanakan. Pengerjaan itu bisa berupa hal kecil untuk mengatur hasil dari solusi yang sebelumnya sudah

dirancang pada tahapan yang pertama. Selain itu pada fase ini juga kemungkinan ada banyak masalah yang tidak diperkirakan terjadi. Untuk itu disarankan bagi perusahaan untuk melakukan rencana dalam skala lebih kecil terlebih dahulu dalam lingkungan yang sudah terkendali.

### 3. *Check* (pengecekan)

Sesuai dengan namanya tahapan *check* dilakukan dengan mengaudit eksekusi dan memantau apakah rencana tersebut sudah sesuai dengan rancangan awalnya. Berbagai permasalahan yang mungkin timbul dalam fase *do* akan bisa dievaluasi di dalam tahapan ini dan selanjutnya harus bisa dieliminasi. Tahapan *do* dan *check* ini bisa dilakukan berkali-kali sampai hasilnya sempurna.

### 4. *Act* (tindak lanjut)

Pada tahapan ini seluruh tahapan yang sudah diperbaiki harus berdasarkan evaluasi dari fase *do* dan *check* yang didalamnya terdapat upaya dalam mengidentifikasi masalah dalam implementasi rencana yang ada. Jadi fase *act* adalah fase yang terakhir yang ada pada siklus PDCA namun seluruh tahapannya akan terus berulang. Setelah tahapan ini berhasil dilalui maka model PDCA yang telah dikembangkan bisa dijadikan sebagai suatu standar baru di dalam perusahaan.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012:172) menjelaskan bahwa manajemen sumber daya manusia merupakan suatu konsep yang berkaitan dengan kebijaksanaan prosedur dan praktik bagaimana mengelola atau mengatur orang dalam perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Manajemen sumber daya dapat dijabarkan dalam fungsi manajerial yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan. Serta fungsi operatif yang meliputi pengadaan, kompensasi, pengembangan, integrasi, pemeliharaan, dan pemutusan hubungan kerja.

#### **d. Aspek Ekonomi Sosial**

Setiap usaha yang dijalankan, tentunya akan memberikan dampak positif dan negatif. Dampak positif dan negatif ini akan dapat dirasakan oleh berbagai pihak, baik bagi perusahaan itu sendiri, pemerintah, ataupun masyarakat luas. Dalam aspek ekonomi

dan sosial, dampak positif yang dapat diberikan dengan adanya investasi yang lebih ditekankan kepada masyarakat khususnya dan pemerintah umumnya. Bagi masyarakat, adanya investasi ditinjau dari aspek ekonomi adalah akan memberikan peluang untuk meningkatkan pendapatannya. Sementara bagi pemerintah, dampak positif yang diperoleh adalah dari aspek ekonomi memberikan pemasukan berupa pendapatan baik bagi pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Sebagai titik tolak untuk melakukan analisis, diperlukan informasi lingkungan luar perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh lingkungan luar tersebut memberikan peluang sekaligus ancaman bagi rencana bisnis, selain juga untuk mengetahui apa saja yang dapat disumbangkan oleh proyek bisnis bagi lingkungan luar jika bisnis telah direalisasikan.

#### **e. Aspek Dampak Lingkungan Hidup (AMDAL)**

Umar (2015:302) menjelaskan bahwa studi pada aspek lingkungan hidup bertujuan untuk menentukan apakah secara lingkungan hidup, misalnya dari sisi udara, dan air, rencana bisnis diperkirakan dapat dilaksanakan secara layak atau sebaliknya.

Lingkungan hidup merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk dipelajari sebelum suatu investasi atau usaha dijalankan. Jika suatu investasi/usaha jadi dijalankan, akan terjadi berbagai dampak, baik dampak positif maupun dampak negatif. Dampak yang timbul ada yang langsung memengaruhi pada saat kegiatan usaha/proyek dilakukan sekarang atau baru terlihat beberapa waktu kemudian di masa yang akan datang. Dampak lingkungan hidup yang terjadi adalah berubahnya suatu lingkungan dari bentuk aslinya seperti perubahan fisik kimia, biologi atau sosial. (Kasmir dan Jakfar,2020:212)

## **2. Aspek Finansial**

Penelitian dalam aspek ini dilakukan untuk menilai biaya-biaya apa saja yang dikeluarkan. Lalu juga meneliti seberapa besar biaya-biaya yang akan dikeluarkan. Kemudian juga meneliti seberapa besar pendapatan yang akan diterima jika proyek/usaha dijalankan. Menurut Sugiyanto (2020:139) studi kelayakan terhadap aspek keuangan perlu menganalisis bagaimana prakiraan aliran arus kas akan terjadi. Pada umumnya ada empat metode yang biasa dipertimbangkan untuk dipakai dalam penilaian aliran arus kas

dari suatu investasi yaitu metode *payback period*, *net present value*, *internal rate of return*, dan *profitability index*, serta *break event point*.

**a. *Payback period* (PP)**

*Payback period* adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi (*initial cash investment*) dengan menggunakan aliran kas, dengan kata lain, *payback period* merupakan rasio antara *initial cash investment* dengan *cash inflow*-nya yang hasilnya merupakan satuan waktu. Selanjutnya rasio ini dibandingkan dengan *maximum payback period* yang dapat diterima.

**b. *Internal rate of return* (IRR)**

Metode ini digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan di masa mendatang atau penerimaan kas, dengan menggunakan investasi awal.

**c. *Net present value* (NPV)**

*Net present value* yaitu selisih antara present value dari investasi dengan nilai sekarang dari penerimaan-penerimaan kas bersih (aliran kas operasional maupun aliran kas terminal) di masa yang akan datang.

**d. *Profitability index* (PI)**

Pemakaian metode *profitability index* (PI) ini caranya adalah dengan menghitung melalui perbandingan antara nilai sekarang (*present value*) dari rencana penerimaan penerimaan kas bersih di masa yang akan datang dengan nilai sekarang (*present value*) dari investasi yang telah dilaksanakan.

### **2.1.3 Pemotongan Kayu**

Penggergajian dapat didefinisikan sebagai proses pengolahan kayu log (kayu gelondongan/*raw material*) menjadi kayu yang siap digunakan untuk berbagai tujuan. Secara umum industri penggergajian adalah industri yang mengolah atau mengkonversi kayu dari kayu log (kayu gelondongan) ke bentuk kayu gergajian melalui proses pembelahan dan pemotongan. Secara garis besarnya, prinsip kerja dalam penggergajian adalah pengolahan awal kayu log menjadi kayu gergajian melalui proses pembelahan dan pemotongan. Sehingga penggergajian adalah proses paling awal dalam pengolahan dan

pemanfaatan kayu, dengan cara membelah dan memotong dengan menggunakan alat gergaji. (Dendi, 2019)

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Banyak yang telah melakukan analisis mengenai studi kelayakan bisnis beberapa diantaranya adalah sebagai berikut:

Irawan (2020) melakukan penelitian dengan judul “Studi Kelayakan Bisnis Pengembangan Usaha Toko Bangunan Irvany Transport di Wilayah Cisarua”. Metode analisis kualitatif dilakukan untuk menganalisis kelayakan aspek nonfinansial seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasi, aspek manajemen dan sumberdaya manusia. Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan berdasarkan kriteria investasi. Aspek finansial pada usaha TB Irfany Transport menunjukkan bahwa *payback periode* selama 1 tahun 3 bulan 15 hari, NPV sebesar Rp 159.686.020 IRR sebesar 33,3 persen, *profitability index* 1,32. Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha TB Irfany Transport layak berdasarkan aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasional, aspek manajemen dan sumber daya manusia serta aspek finansial.

Selanjutnya Ruhiyat, Purwanda (2022) melakukan penelitian dengan judul “Analisa Kelayakan Bisnis – Studi Kasus Toko Bahan Bangunan CV Mekar Laksana Jaya Cicalengka” Metodologi yang digunakan dalam penelitian adalah metode penelitian kualitatif yaitu suatu metode penelitian yang bersifat deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Melihat dari data keuangan maka Cv Mekar Laksana Jaya merupakan perusahaan yang menguntungkan. Jangka waktu pengembalian dana yang diinvestasikan (*Payback Periode/PP*) adalah 1 Tahun. Pengeluaran dan pemasukan yang sudah disesuaikan dengan memanfaatkan *social opportunity cost of capital* dicari selisihnya, itu yang dinamakan NPV. *Net present value* dari Cv Mekar Laksana Jaya bernilai positif yaitu Rp2,942,048,090 berarti arus kas masuk lebih besar dari arus kas keluar. IRR =46.00% Kesimpulan: IRR dari investasi pada proyek ini adalah sebesar 61 %. Proyek tersebut dapat diterima karena nilai IRR > suku bunga yaitu 61% > 8.58 %. Sehingga dapat dikatakan bahwa kelayakan investasinya adalah Layak.

Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan Dendi (2019) dengan judul "Analisis Kelayakan Finansial Usaha Penggergajian Kayu" Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui kelayakan usaha penggergajian kayu dilihat dari aspek finansial dan untuk mengetahui waktu yang diperlukan untuk mengembalikan seluruh modal yang diinvestasikan pada usaha penggergajian kayu. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode studi kasus. Pemilihan responden yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa responden tersebut mengelola usaha penggergajian kayu. Teknik penentuan responden dilakukan secara sengaja (*purposive*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan aspek finansialnya usaha penggergajian kayu memperoleh nilai NPV sebesar Rp. 1.196.942.279, Net B/C sebesar 3,12, dan IRR sebesar 57,21 persen. Artinya secara finansial usaha penggergajian kayu layak untuk diusahakan. *Payback periode* atau waktu yang diperlukan untuk mengembalikan seluruh modal yang diinvestasikan untuk usaha penggergajian kayu yaitu selama 2 tahun 3 bulan.

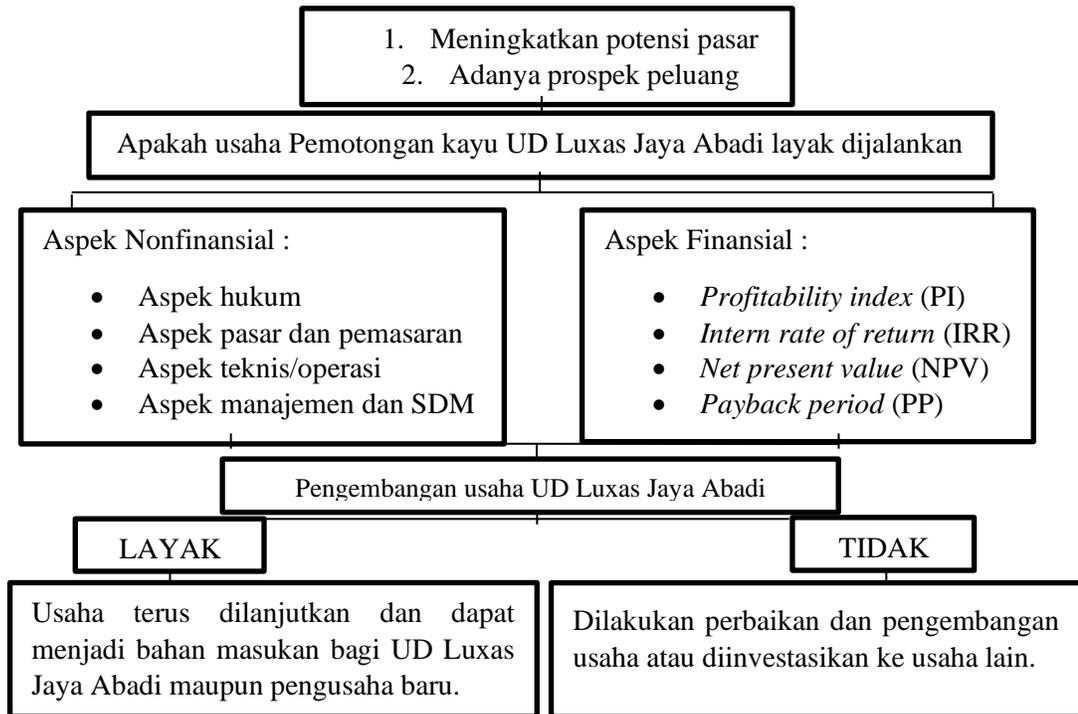
**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

PENULIS	JUDUL	HASIL
Irawan (2020)	Studi Kelayakan Bisnis Pengembangan Usaha Toko Bangunan Irfany Transport di Wilayah Cisarua	NPV sebesar Rp 159.686.020 IRR sebesar 33,3 persen, <i>profitability index</i> 1,32, selama 1 tahun 3 bulan 15 hari
Ruhyat, Purwanda (2022)	Analisa Kelayakan Bisnis – Studi Kasus Toko Bahan Bangunan CV Mekar Laksana Jaya Cicalengka	NVP sebesar Rp2,942,048,090, IRR 46.00% selama 1 Tahun
Dendi (2019)	Analisis Kelayakan Finansial Usaha Penggergajian Kayu	NPV sebesar Rp. 1.196.942.279, Net B/C sebesar 3,12, dan IRR sebesar 57,21 persen, dan <i>payback periode</i> (pp) selama 2 tahun 3 bulan.

Sumber : scholar.google.com dan perpustakaan GICI BUSINESS SCHOOL BOGOR

### 2.3 Kerangka Berfikir

Menurut Sugiyono (2012:89) kerangka berfikir merupakan sintesa tentang hubungan antara variable yang disusun dari berbagai teori yang telah di deskripsikan. Kerangka berfikir yang digunakan dalam penelitian ini terlihat dalam Gambar 2.1



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir