

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Studi Kelayakan bisnis

2.1.1 Pengertian studi kelayakan bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu kegiatan untuk menilai kelayakan investasi baik pada pada suatu proyek maupun bisnis yang sedang berjalan atau yang akan dilakukan. Studi kelayakan yang dilakukan untuk menilai kelayakan sebuah proyek yang akan dijalankan disebut studi kelayakan proyek, sedangkan studi kelayakan yang dilakukan untuk menilai kelayakan dalam pengembangan sebuah usaha disebut studi kelayakan bisnis. Maksud layak atau tidak layak disini adalah perkiraan bahwa proyek yang direncanakan dapat atau tidak dapat menghasilkan keuntungan yang layak bila telah dioperasionalkan.

Studi kelayakan bisnis, yang juga sering disebut studi kelayakan proyek adalah penelitian tentang dapat atau tidaknya suatu proyek (biasanya proyek investasi) dilaksanakan dengan berhasil. Istilah proyek mempunyai suatu pendirian usaha baru atau pengenalan sesuatu berupa barang maupun jasa yang baru kedalam suatu produk mix yang sudah ada selama ini. Pengertian berhasil bagi pihak yang berorientasi profit semata, biasanya mengartikan keberhasilan suatu proyek dalam artian yang lebih terbatas dibandingkan dengan pihak nonprofit, yaitu diukur dengan keberhasilan proyek tersebut dalam menghasilkan profit, pengertian berhasil bisa berupa seberapa besar penyerapan tenaga kerjanya, pemanfaatan sumber daya yang melimpah di empat tersebut, dan faktor faktor lain yang dipertimbangkan terutama manfaatnya bagi masyarakat luas. Semakin besar proyek yang dijalankan, semakin luas dampak yang terjadi, baik dampak ekonomis maupun dampak sosial, sebaliknya, semakin sederhana proyek yang dijalankan semakin sederhana pula lingkup penelitian yang akan dilaksanakan. Analisis kelayakan finansial berguna untuk melihat usaha yang akan dijalankan. Menjalankan atau mengembangkan dapat memberikan profit keuntungan atau tidak mendapatkan keuntungan serta apakah layak secara ekonomi.

Pengkajian tentang aspek finansial berupa perhitungan berapa besarnya biaya yang dibutuhkan untuk merealisasikan usaha, penentuan jumlah modal yang diperlukan dan penentuan penggunaan modal secara efisien dengan harapan dengan mendapatkan keuntungan yang optimal.

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu metode peninjauan dari suatu gagasan usaha tentang kemungkinan layak atau tidaknya gagasan usaha tersebut dilaksanakan.

Studi kelayakan bisnis merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu Keputusan, apakah menerima atau menolak suatu gagasan usaha atau proyek yang direncanakan.

Menurut Sutrisno (1982:75), studi kelayakan bisnis merupakan studi atau pengkajian apakah suatu usulan proyek / gagasan usaha apabila dilaksanakan dapat berjalan dan berkembang sesuai dengan tujuan atau tidak.

Berdasarkan pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan atau metode yang mempelajari tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan untuk menentukan layak atau tidaknya bisnis tersebut.

2.2 Tujuan studi kelayakan bisnis

Tujuan dilakukan studi kelayakan adalah untuk memastikan bahwa usaha atau proyek yang sedang dijalankan maupun yang akan berjalan tidak membuang uang, tenaga, atau pikiran secara percuma serta tidak akan menimbulkan masalah yang tidak perlu dimasa yang akan datang.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2007:4), ada lima tujuan mengapa sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan yaitu :

a. Menghindari resiko kerugian

Untuk mengatasi risiko kerugian dimasa yang akan datang, karena dimasa yang akan datang ada semacam kondisi ketidakpastian. Kondisi ini ada yang dapat diramalkan akan terjadi atau memang dengan sendirinya tanpa dapat diramalkan. Dalam hal ini fungsi studi kelayakan bisnis adalah untuk

meminimalkan segala risiko kerugian yang tidak diinginkan, baik risiko yang dapat dikendalikan maupun risiko yang tidak dapat dikendalikan.

b. Memudahkan perencanaan

Perencanaan meliputi berapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha yang akan dijalankan, dimana, bagaimana pelaksanaannya, berapa besar keuntungan yang akan diperoleh serta bagaimana mengawasinya jika terjadi penyimpangan.

c. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan

Adanya berbagai rencana yang sudah disusun akan sangat memudahkan pelaksanaan bisnis. Para pelaksana yang mengajarkan bisnis tersebut telah memiliki pedoman yang harus dikerjakan. Kemudian pengerjaan usaha dapat dilakukan secara sistematis, sehingga tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang sudah disusun. Rencana yang sudah disusun dijadikan acuan dalam mengerjakan setiap tahap yang sudah direncanakan.

d. Memudahkan pengawasan

Dilaksanakannya suatu usaha atau proyek sesuai dengan rencana yang sudah disusun maka akan memudahkan perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya suatu usaha. Pengawasan ini perlu dilakukan agar pelaksanaan usaha tidak melenceng dari rencana yang telah disusun. Pelaksana pekerjaan bisa sungguh – sungguh melakukana pekerjaannya karena merasa ada yang mengawasi, sehingga pelaksanaan pekerjaan tidak terhambat oleh hal yang tidak perlu.

e. Memudahkan pengendalian

Apabila dalam pelaksanaan telah dilakukan pengawasan, jika dapat diawasi maka jika terjadi penyimpangan mudah terdeteksi, sehingga mudah untuk mengendalikan penyimpangan tersebut. Sehingga akan dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah untuk mengembalikan pelaksanaan pekerjaan yang melenceng ke jalur yang sesungguhnya, sehingga pada akhirnya tujuan perusahaan akan tercapai.

2.3 Manfaat studi kelayakan bisnis

Terdapat tiga manfaat yang ditimbulkan dari adanya studi kelayakan bisnis, yaitu :

- a. Manfaat financial diperoleh oleh pelaku bisnis jika bisnis tersebut dirasakan menguntungkan dibandingkan dengan resiko yang akan dihadapi.
- b. Manfaat ekonomi nasional, bisnis yang dijalankan tidak hanya menguntungkan secara ekonomis saja tetapi juga bermanfaat bagi peningkatan ekonomi negara. misalnya semakin banyaknya tenaga kerja yang terserap, peningkatan devisa, membuka peluang investasi yang lain, peningkatan GNP dan kontribusi pajak.
- c. Manfaat sosial, memberikan manfaat terutama bagi masyarakat disekitar Lokasi usaha tersebut dibangun.

Berdasarkan paparan diatas dapat dipahami bahwa manfaat studi kelayakan bisnis sangat penting dirasakan oleh berbagai pihak, terutama para pihak yang berkepentingan terhadap proyek atau usaha yang akan dijalankan. Adapun pihak yang berkepentingan yaitu :

- a. Pihak Investor

Jika hasil studi kelayakan bisnis yang telah dibuat ternyata layak direalisasikan, pemenuhan kebutuhan akan pendanaan dapat mulai dicari, misalnya dengan mencari pemilik modal atau investor yang mau turut serta dalam penanaman modalnya. Sudah tentu calon investor ini akan mempelajari laporan studi kelayakan bisnis yang sudah dibuat karena calon investor langsung memunyai tujuan tentang keuntungan yang akan diperoleh serta jaminan modal yang akan ditanamkan pada usaha tersebut.

- b. Pihak Kreditor

Salah satu sumber pembiayaan yang umum digunakan dalam pelaksanaan suatu proyek adalah melalui pendanaan dari lembaga keuangan, seperti bank. Dalam hal ini, pihak pelaksana proyek dapat mengajukan permohonan kredit investasi kepada bank guna memenuhi kebutuhan dana yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan proyek tersebut. Namun, sebelum pihak bank menyetujui permohonan kredit yang diajukan, mereka akan melakukan proses evaluasi

yang ketat. Salah satu langkah penting dalam proses ini adalah peninjauan kembali terhadap studi kelayakan bisnis (business feasibility study) yang telah disusun oleh pemohon kredit. Studi kelayakan bisnis tersebut menjadi dokumen utama yang dijadikan acuan oleh pihak bank untuk menilai sejauh mana proyek yang direncanakan memiliki potensi untuk berhasil dan memberikan pengembalian investasi yang memadai.

c. Pihak Manajemen Perusahaan

Studi kelayakan bisnis dapat dibuat oleh pihak eksternal perusahaan maupun pihak internal perusahaan sendiri. Sebagai pihak yang menjadi projek 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.

d. Pemerintah

Bagi pemerintah studi kelayakan bisnis bertujuan untuk meyakinkan apakah bisnis yang akan dijalankan memberikan manfaat bagi perekonomian secara umum. Kemudian bisnis juga harus dapat memberikan manfaat kepada masyarakat luas, seperti penyediaan lapangan kerja. Pemerintah juga berharap bahwa bisnis yang akan dijalankan tidak merusak lingkungan sekitar.

e. Masyarakat luas

Bagi masyarakat luas dengan hadirnya suatu bisnis, terutama bagi masyarakat sekitar akan memberikan manfaat dengan tersedianya lapangan pekerjaan. Kemudian manfaat lain yang akan dirasakan adalah terbukanya wilayah tersebut dari tertutupan. Dengan adanya bisnis juga akan menyediakan sarana prasarana tersedianya pasilitas umum seperti jalan, jembatan, halte, sekolah, rumah sakit dan fasilitas lainnya.

2.4 Aspek – Aspek Studi Kelayakan Binis

Dalam menyusun dan melakukan penilaian terhadap studi kelayakan bisnis, sangat penting untuk mengikuti tahapan-tahapan yang telah ditetapkan secara sistematis dan menyeluruh. Setiap tahapan yang ada bukan hanya menjadi prosedur formalitas, melainkan merupakan bagian penting yang harus dilaksanakan dengan

penuh ketelitian dan tanggung jawab untuk memastikan bahwa proyek atau usaha yang direncanakan benar-benar layak dijalankan.

Proses penyusunan studi kelayakan bisnis harus dilakukan secara benar, akurat, dan lengkap, agar hasil yang diperoleh dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yang tepat. Setiap tahapan dalam studi kelayakan memiliki aspek-aspek tertentu yang perlu dikaji dan dianalisis secara mendalam, baik dari sisi teknis, pasar, finansial, hukum, lingkungan, maupun manajerial.

Ada beberapa aspek yang perlu dilakukan studi kelayakan bisnis untuk menentukan kelayakan suatu usaha. Masing – masing aspek tidak berdiri sendiri, akan tetapi saling berkaitan. Artinya jika salah satu aspek tidak terpenuhi, maka perlu dilakukan perbaikan atau tambahan yang perlu dilakukan.

Menurut Suliyanto (2010:9), untuk memperoleh kesimpulan yang kuat mengenai dijalankan atau tidaknya sebuah ide bisnis aspek-aspek yang perlu dilakukan studi kelayakan meliputi aspek lingkungan, aspek manajemen, sumber daya manusia, aspek teknis, dan teknologi, aspek pasar dan pemasaran, sumber daya manusia, dan aspek finansial. Kasmir dan Jakfar (2012) menambahkan aspek ekonomi dan sosial dalam penilaian kelayakan bisnis. Berdasarkan penelitian yang dijalankan ada dua aspek yang terbagi yang terkait yaitu:

1. Aspek nonfinansial

Aspek nonfinansial dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana usaha layak jika dilihat dari aspek-aspek nonfinansial. Dalam penelitian ini dikaji beberapa aspek non finansial diantaranya aspek lingkungan, aspek manajemen, aspek teknis dan teknologi, aspek hukum dan aspek pasar.

2. Aspek finansial

Aspek finansial menjadi kunci studi kelayakan, karena aspek finansial memberikan rekomendasi kelayakan usaha dari sisi finansial. Hal ini sesuai dengan pendapat:

Sobana (2018:248) mengatakan aspek finansial merupakan muara dari semua aspek, karena finansial karena finansial merupakan implikasi dari seluruh program proyek yang harus diperhitungkan.

Menurut Harahap (2018:128) aspek finansial merupakan aspek yang digunakan untuk menilai keuangan perusahaan secara keseluruhan dan merupakan aspek yang penting untuk diteliti kelayakannya, hal ini berhubungan dengan modal dan investasi yang digunakan dalam pembiayaan bisnis.

Menurut Purwana dan Hidayat (2018:18) studi kelayakan usaha memiliki berbagai aspek yang harus diteliti, diukur dan dinilai sesuai dengan ketentuan yang telah ditentukan. Adapun aspek-aspek studi kelayakan bisnis beserta penjelasannya yaitu :

a. Aspek hukum

Dalam hal ini yang akan dibahas adalah masalah kelengkapan dan keabsahan dokumen usaha, mulai dari bentuk badan usaha sampai izin yang dimiliki. Kelengkapan dan keabsahan suatu dokumen sangat penting dalam suatu badan usaha, karena hal ini merupakan dasar hukum yang dipegang apabila dikemudian hari timbul masalah. Keabsahan dan kesempurnaan dokumen dapat diperoleh dari pihak yang menerbitkan atau mengeluarkan dokumen tersebut.

Aspek hukum disini akan dilihat bahwa usaha tersebut dilaksanakan sudah memenuhi dan mematuhi berbagai ketentuan yang berlaku atau yang diterapkan oleh pemerintah dimana proyek atau usaha tersebut dilaksanakan. Jika aspek hukum ini tidak dapat dilaksanakan dengan sungguh – sungguh maka akan dipastikan bahwa masalah yang akan timbul kedepan nantinya adalah berupa gugatan yang akan timbul dari berbagai pihak yang merasa dirugikan akan faktor keberadaan perusahaan tersebut.

Izin yang perlu dianalisis adalah izin pendirian usaha, pengurusan izin usaha, dan izin lokasi usaha. Untuk izin pendirian usaha harus ditentukan bentuk badan usahanya agar diketahui peraturan yang harus dipenuhi untuk pendirian bentuk usaha tersebut. Izin usaha dan lokasi usaha sebagai berikut (Suliyanto, 2010:42):

1. Pengurusan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

NPWP merupakan nomor yang diberikan kepada wajib pajak sebagai sarana dalam administrasi perpajakan. Bagi wajib pajak orang pribadi, dokumen yang diperlukan dalam pengurusan NPWP hanya fotokopi KTP yang berlaku. Sedangkan untuk wajib pajak badan hukum dokumen yang diperlukan yaitu fotokopi akta pendirian usaha, fotokopi KTP, surat kegiatan badan usaha dari lurah, dan surat daftar perusahaan.

2. Pengurusan Izin Prinsip

Izin prinsip adalah izin yang harus dimiliki oleh seseorang atau badan hukum untuk dapat menjalankan usaha tertentu. Dokumen yang diperlukan yaitu surat permohonan yang ditujukan kepada bupati, proposal perencanaan penanaman modal, fotokopi pendirian akta perusahaan, fotokopi NPWP, gambar lokasi, dan surat kuasa dari perusahaan jika yang mengajukan bukan direksi.

3. Pengurusan Izin Lokasi

Izin lokasi merupakan izin perusahaan untuk memperoleh tanah yang digunakan untuk usaha atau penanaman modal sekaligus sebagai izin pemindahan hak dan penggunaan tanah tersebut. Dokumen yang diperlukan yaitu proposal perencanaan, penanaman modal, denah lokasi tempat usaha, fotokopi akta pendirian perusahaan, fotokopi NPWP, fotokopi KTP penanggung jawab atau pimpinan perusahaan, surat pernyataan kesanggupan membayar ganti rugi, dan sertifikasi yang dimiliki.

4. Izin mendirikan bangunan

IMB adalah izin yang harus dimiliki oleh seorang pribadi atau badan yang melakukan kegiatan mendirikan, mengubah, atau merobohkan bangunan. Dokumen yang diperlukan untuk memperoleh IMB yaitu fotokopi KTP, surat keterangan tanah yang sah, fotokopi pembayaran PBB tahun terakhir, surat keterangan kelengkapan yang lainnya, gambar rencana bangunan berskala, perhitungan konstruksi dan instalasi, dan permohonan ligitasi lurah dan camat.

5. Izin gangguan

Izin gangguan adalah pemberian izin tempat usaha kepada orang pribadi atau badan yang menimbulkan gangguan kerugian dan bahaya. Pada umumnya, persyaratan yang diperlukan untuk mengurus izin gangguan yaitu fotokopi IMB, fotokopi KTP dan NPWP perusahaan, akta pendirian usaha, tanda lunas PBB, tahun terakhir, foto kopi sertifikat tanah, gambar denah lokasi, persetujuan tetangga, atau masyarakat yang berdekatan.

6. Surat Izin Usaha Perdagangan

Untuk perusahaan yang melaksanakan kegiatan perdagangan wajib memperoleh SIUP yang diterbitkan berdasarkan domisili perusahaan dan berlaku di seluruh wilayah Indonesia. Dokumen yang diperlukan untuk memperoleh SIUP adalah fotokopi KTP, keterangan tempat usaha dari lurah mengetahui camat, akta pendirian usaha, fotokopi izin gangguan, fotokopi NPWP, susunan pengurus, pas foto pemilik/penanggung jawab.

7. Tanda daftar perusahaan

TDP merupakan surat tanda pengesahan yang diberikan kepada perusahaan yang telah melakukan pendaftaran perusahaannya. Syarat untuk memperoleh TDP yaitu fotokopi KTP pemilik, keterangan usaha dari lurah, akta pendirian usaha, surat izin gangguan, NPWP, susunan pengurus.

8. Izin Usaha Industri

Izin usaha industri harus dimiliki oleh usaha industri dengan nilai investasi perusahaan diatas Rp 200.000.000 (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha). Dokumen yang diperlukan untuk memperoleh izin usaha industri antara lain fotokopi KTP, akta pendirian, izin gangguan, dan NPWP.

9. Izin usaha perluasan

Untuk melakukan penambahan kapasitas produksi melebihi kapasitas produksi yang telah diizinkan maka pelaku bisnis memiliki izin usaha perluasan. Untuk perusahaan perseorangan, tidak terdapat peraturan perundangan pendiriannya, hanya diperlukan izin permohonan dari kantor perizinan setempat, sedangkan badan usaha yang lain memerlukan izin yang lebih banyak.

b. Aspek pasar dan pemasaran

Untuk menilai apakah perusahaan yang akan melakukan investasi ditinjau dari segi pasar dan pemasaran memiliki peluang pasar yang diinginkan atau tidak. Atau dengan kata lain seberapa besar potensi pasar yang ada untuk produk yang ditawarkan dan seberapa besar market share yang dikuasai oleh para pesaing. Kemudian bagaimana strategi pemasaran yang akan dijalankan, untuk menentukan besarnya pasar nyata dan potensi pasar yang ada (Kasmir dan Jakfar, 2013:16).

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 ada kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau untuk menciptakan pasar (Kasmir dan Jakfar, 2013:43)

Menurut Kasmir dan Jakfar (2013:43), menjelaskan bahwa pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan transaksi jual beli produk baik barang maupun jasa.

Sedangkan pengertian pasar menurut Suwinto Johan (2011:40), menjelaskan bahwa pasar merupakan tempat berkumpul para penjual yang menawarkan barang atau jasa kepada para pembeli yang mempunyai keinginan dan kemampuan untuk membeli barang dan jasa tersebut hingga terjadinya kesepakatan transaksi atau transfer antar kepemilikan barang atau jasa.

Dalam aspek pasar setidaknya terdapat tiga hal yang diperhatikan yaitu diantaranya, segmentasi pasar, pasar sasaran, dan posisi pasar.

1. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar menurut Philip Kotler(2015:89) adalah pembagian sebuah pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda. Segmentasi pasar dapat dikatakan sebagai pembagian pasar yang berbeda (heterogen), dimana seetiap kelompoknya bisa ditargetkan untuk memasarkan suatu produk sesuai

dengan kebutuhan, keinginan atau karakteristik pembeli yang ada dipasar tersebut. Dalam melakukan segmentasi pasar terdapat beberapa variabel yang perlu diperhatikan. Variabel segmentasi yang umum digunakan adalah segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikologis, dan segmentasi perilaku.

2. Pasar Sasaran

Menurut Kasmir dan Jakfar(2013:50), setelah segmentasi pasar selesai dilakukan maka terdapat beberapa segmen yang layak untuk digarap karena dianggap paling potensial. Secara umum pengertian menetapkan pasar sasaran adalah mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Adapun kegiatan menetapkan pasar sasaran meliputi evaluasi segmen pasar dan memilih segmen.

3. Posisi Pasar

Dalam strategi pemasaran, setelah suatu perusahaan berhasil mengidentifikasi dan memilih segmen pasar yang akan dimasuki, langkah penting selanjutnya adalah melakukan penentuan posisi pasar (market positioning). Kegiatan ini bertujuan untuk menentukan posisi kompetitif yang ingin dicapai oleh suatu produk atau merek dalam benak konsumen di dalam segmen yang telah dipilih. Menurut Kasmir dan Jakfar (2013:51), penentuan posisi pasar merupakan suatu proses yang dilakukan setelah segmen pasar ditetapkan, yaitu menentukan posisi seperti apa yang ingin ditempati oleh produk dalam pikiran konsumen di dalam segmen tersebut. Dengan kata lain, perusahaan harus mampu menciptakan citra atau persepsi tertentu mengenai produk yang ditawarkannya agar berbeda dari produk pesaing dan sesuai dengan kebutuhan serta harapan target pasar.

Posisi pasar ini dapat didasarkan pada berbagai faktor pembeda, seperti:

- Kualitas produk
- Harga
- Inovasi
- Pelayanan

- Keunikan merek
- Manfaat fungsional maupun emosional yang ditawarkan

Tujuan utama dari penentuan posisi pasar adalah untuk menanamkan citra yang kuat dan berbeda di benak konsumen, sehingga produk tersebut menjadi pilihan utama dalam kategori yang sama. Posisi yang tepat akan mempermudah konsumen dalam mengenali, mengingat, dan pada akhirnya memilih produk dibandingkan produk pesaing.

Dengan demikian, penentuan posisi pasar merupakan bagian strategis dalam pemasaran karena menentukan bagaimana produk dilihat oleh konsumen dan di mana letaknya dalam peta persaingan pasar.

Sedangkan, untuk pemasaran dapat pula 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 (Kasmir dan Jakfar, 2013:47).

Selain itu, bauran pemasaran merupakan perangkat atau alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan berjalan sukses (Rambat Lupioadi, 2013: 92). Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran teknis yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan (Kotler dan Armstrong, 2017:17).

Keandalan marketing yang dimiliki suatu perusahaan atau lembaga maka tentunya akan mampu mendorongnya untuk mampu menjangkau dan memasarkan produknya sampai ketempat – tempat jauh sekalipun.

Dalam marketing dikenal dengan namanya marketing mix atau bauran pemasaran. *Marketing mix* ini mencakup produk, tempat, harga, promosi, atau dikenal dengan 4P.

Bagi suatu perusahaan memperhatikan, memahami, dan melaksanakan marketing mix ini adalah sangat penting, karena marketing mix adalah elemen internal yang sangat penting yang mampu membentuk suatu program pemasaran perusahaan. Karena dengan mengkaji marketing mix ini akan dapat dipahami

bagaimana kesiapan suatu perusahaan untuk menetapkan dan memuaskan keinginan pasar dalam menghadapi persaingan bisnis, khususnya untuk produk atau jasa yang sejenis. Sedangkan dalam pemasaran jasa memiliki alat pemasaran tambahan seperti *people* (orang), *physical evidence* (fasilitas fisik), dan *process* (*proses*), sehingga dikenal dengan istilah 7P maka dapat disimpulkan bauran pemasaran jasa yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (fasilitas fisik), dan *process* (*proses*). Adapun 7P menurut (Kotler dan Amstrong, 2012:2) yaitu:

1. Produk (*product*)

Produk adalah mengelola unsur produk termasuk perencanaan dan pengembangan produk atau jasa yang tepat untuk dipasarkan dengan mengubah produk atau jasa yang ada dengan menambah dan mengambil tindakan lain yang mempengaruhi bermacam produk atau jasa.

2. Harga (*price*)

Harga adalah suatu sistem manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa dan harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos angkut dan berbagi variabel yang bersangkutan.

3. Tempat/saluran distribusi (*place*)

Tempat atau saluran distribusi adalah memilih dan mengelola saluranperdagangan yang dipakai untuk menyalurkan produk atau jasa dan juga untuk melayani pasar sasaran, serta mengembangkan sistem distribusi untuk pengiriman dan perniagaan suatu barang secara fisik.

4. Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan salah satu unsur penting dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan pasar sasaran. Tujuan utama dari promosi adalah untuk memberikan informasi, membujuk, serta mempengaruhi konsumen agar tertarik terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Secara umum, promosi

dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan keunggulan produk atau jasanya kepada calon konsumen, dengan harapan dapat menciptakan permintaan, membentuk citra merek, serta meningkatkan penjualan. Promosi tidak hanya berfungsi untuk memperkenalkan produk baru, tetapi juga untuk mempertahankan loyalitas konsumen terhadap produk yang sudah ada.

5. Sarana fisik

Sarana fisik merupakan hal nyata yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan.

6. Orang (*people*)

Orang adalah semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli.

7. Proses (*process*)

Proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa sebagai bagian jasa itu sendiri.

c. Aspek keuangan

Aspek keuangan merupakan aspek yang berhubungan dengan penilaian kelayakan usaha dengan memperhatikan keuangan juga dapat diketahui rencana dan target yang hendak dicapai. Aspek ini dilakukan untuk menilai biaya apa saja yang dikeluarkan. Kemudian juga meneliti seberapa besar pendapatan yang akan diterima jika usaha dijalankan. Penelitian ini meliputi berapa lama investasi yang ditanamkan akan kembali. Kemudian dari mana saja sumber pembiayaan bisnis tersebut dan bagaimana Tingkat suku bunga yang berlaku, sehingga apabila dihitung dengan formula penilaian investasi sangat menguntungkan.

Menurut Harahap (2015) dalam analisis laporan keuangan, aspek keuangan menjadi pondasi penting dalam menilai keberlanjutan suatu usaha. Pengukuran indikator seperti Net Present Value (NVP), Internal Rate of Return

(IRR), Payback Period (PP), dan Profitability Index (PI) menjadi kunci dalam mengevaluasi potensi keuntungan dalam suatu usaha dan risiko usaha.

Dari literatur internasional, Brigham dan Houston (2019) dalam *Fundamentals of Financial Management* menguraikan pentingnya pengelolaan keuangan yang efisien untuk memastikan arus kas yang stabil dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

1. *Net Present Value*

Perbandingan PV investasi dan PV tunai selama investasi disebut nilai sekarang bersih, atau NPV. Istilah *Net Present Value* (NPV) mengacu pada perbedaan antara kedua PV. PV kas bersih harus ditentukan sebelum NPV dapat dihitung. Arus kas usaha selama investasi tertentu dapat dibuat dan dihitung untuk menentukan PV kas bersih.

Rumus:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{At}{(1+k)^t}$$

Gambar 2. 1 Rumus NPV

Kriteria Seleksi:

K = *Discount rate*

A_t = *Cashflow* w pada periode t

T = Periode terakhir dimana *cashflow* diharapkan.

Kriteria seleksi:

- a. Jika NPV positif maka proyek investasi layak.
- b. Jika NPV negatif maka proyek investasi tidak layak.

2. *Internal Rate of Return (IRR)*

Instrumen untuk menghitung Tingkat pengembalian hasil internal adalah Tingkat pengembalian internal, atau IRR. Untuk mencari IRR ada dua cara yaitu sebagai berikut:

Rumus:

$$RR = i_1 + \frac{NVP_1}{NVP_1 - NVP_2} (i_2 - i_1)$$

Gambar 2. 2 Rumus IRR

Keterangan:

i_1 = Tingkat bunga 1 (*Tingkat discount rate yang menghasilkan NVP1/lebih rendah*)

i_2 =Tingkat bunga 2 (*Tingkat discount rate yang menghasilkan NVP2/lebih tinggi*)

NPV_1 = *Net Present Value 1*

NPV_2 = *Net Present Value 2*

3. *Profitability Index (PI)*

Selama suatu investasi, PI mewakili rasio aktifitas dari total nilai sekarang dari pengeluaran yang dikeluarkan. Berikut rumus yang digunakan untuk mendapatkan PI:

Rumus:

$$PI = \frac{\sum PV \text{ Kas Bersih}}{\sum PV \text{ Investasi}} \times 100\%$$

Gambar 2. 3Rumus PI

Kriteria seleksi:

- a. Apabila $PI >$ dari 1 maka proyek investasi layak.
- b. Apabila $PI <$ dari 1 maka proyek investasi tidak layak.

4. *Payback Period (PP)*

Salah satu cara untuk menentukan jangka waktu (periode) laba suatu proyek atau usaha adalah dengan menggunakan metode *Payback Period (PP)*. angka kas bersih yang ditentukan setiap tahun memberikan gambaran

mengenai perhitungan ini. Jika penanaman modal menggunakan modal sendiri, maka nilai tunai bersih sama dengan laba setelah pajak ditambah penyusutan.

Rumus:

$$\text{Rumus : PP} = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih/tahun}} \times 1 \text{ tahun}$$

Gambar 2. 4 Rumus PP

Kriteria seleksi:

- a. *Payback periode* PP > Payback minimum maka layak.
- b. *Payback periode* PP > payback minimum maka tidak layak.

Dengan memahami dan menganalisis aspek keempat diatas, studi kelayakan bisnis dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai potensi keberhasilan atau kegagalan suatu proyek bisnis, sehingga memudahkan pengambilan keputusan yang tepat oleh para pemangku kepentingan.

d. Aspek Manajemen / Organisasi

Yang dinilai dalam aspek ini adalah para pengelola usaha dan struktur organisasi yang ada. Produk yang dijalankan akan berhasil apabila dijalankan dengan orang-orang yang profesional, mulai dari merencanakan, melaksanakan, sampai dengan mengendalikan apabila terjadi sebuah penyimpangan.

Meurut (Daoed, 2021:114) manajemen berasal dari kata untuk mengelola atau mengendalikannya. Manajemen pada dasarnya dapat diterjemahkan kedalam regulasi, atau kontrol. Tenaga manusia adalah terjemahan dari sumber daya manusia. Tetapi ada juga ahli yang menyamakan sumber daya manusia dengan tenaga kerja, dan beberapa bahkan menyamakan sumber daya manusia dengan orang itu (personil dan sebagainya). Proses pemberdayaan manusia sebagai manusia sehingga potensi fisik dan psikologis yang bekerja paling baik untuk tujuan perusahaan, adalah ilmu seni mengelola hubungan dan peran

tenaga kerja untuk secara efektif dan efisien membantu dalam mewujudkan tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat.

Adapun fungsi manajemen yang dikenal dengan (POAC) yaitu:

1. *Planning* (perencanaan)
2. *Organizing* (pengorganisasian)
3. *Actuacting* (pelaksanaan)
4. *Controlling* (control/evaluasi)

e. Aspek lingkungan

Merupakan analisi yang paling dibutuhkan pada saat ini, karena setiap proyek yang dijalankan akan sangat besar dampaknya terhadap lingkungan disekitarnya, baik terhadap darat, air, dan udara, yang pada akhirnya akan berdampak terhadap kehidupan manusia, binatang, dan tumbuhan-tumbuhan yang ada disekitarnya.

Adapun pengertian aspek dampak lingkungan hidup yang biasa dikenal dengan AMDAL adalah kajian dampak besar dan dibutuhkan terhadap lingkungan disusun untuk mengambil keputusan pada tahap perencanaan. AMDAL memiliki tujuan untuk peningkatan kualitas lingkungan serta meminimalisir pencemaran terhadap lingkungan. Hal- hal yang dikaji dalam AMDAL, meliputi, aspek fisik dan kimia, ekologi, sosial ekonomi, sosial budaya, dan aspek kesehatan Masyarakat (Harahap, 2018:195).

Dalam menjalankan sebuah usaha diwajibkan agar mengetahui dan melakukan pencegahan terhadap dampak yang akan ditimbulkan terhadap lingkungan hidup, sesuai dengan pengelolaan lingkungan hidup tersebut. Serta melakukan perencanaan untuk pemantauan terhadap lingkungan hidup. Agar lingkungan hidup terjaga dengan baik.

AMDAL atau aspek dampak lingkungan hidup merupakan kajian tentang resiko besar pada salah satu usaha atau aktifitas yang terencana yang terdapat pada lingkungan hidup, kajian tersebut dibutuhkan sebagai pedoman pengambilan keputusan untuk melaksanakan usaha atau kegiatan usaha

tersebut. Hasil dari kajian tersebut dapat dijadikan sebagai pedoman untuk membantu dan Menyusun AMDAL untuk berbagai kegiatan proyek pengembangan pada suatu usaha. Selain termasuk aspek studi kelayakan bisnis, AMDAL juga sebagai persyaratan yang perlu dipenuhi untuk memperoleh izin usaha.

Sedangkan pendapat lain mengemukakan suatu kegiatan mengidentifikasi memberikan hipotesa terhadap dampak lingkungan geofisik dan kesehatan serta Kesehatan masyarakat sebagai dampak adanya sistem kebijakan program atau yang lainnya . AMDAL dapat digunakan sebagai perangkat komunikasi untuk memperoleh konsensus dengan masyarakat berdampak, akuntability pemerakarsa dan pemerintah serta melibatkan masyarakat dalam pembangunannya. AMDAL memiliki tujuan menghindari resiko menekan resiko, melakukan mitigasi terhadap resiko yang ditimbulkan.

f. Aspek teknis/operasi

Aspek teknis merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam kajian studi kelayakan suatu proyek, baik itu proyek pembangunan industri manufaktur, jasa, maupun jenis usaha lainnya. Aspek ini berkaitan langsung dengan bagaimana proyek tersebut akan dibangun secara fisik dan bagaimana operasionalnya akan dijalankan setelah proses pembangunan selesai dilakukan.

Salah satu elemen utama yang menjadi fokus kajian adalah penentuan lokasi usaha, yang dapat mencakup lokasi kantor pusat, kantor cabang, fasilitas produksi seperti pabrik, hingga gudang penyimpanan bahan baku dan produk jadi. Lokasi yang dipilih harus mempertimbangkan berbagai faktor strategis seperti kedekatan dengan sumber daya bahan baku, akses terhadap pasar konsumen, kemudahan transportasi dan logistik, ketersediaan infrastruktur penunjang, serta potensi untuk pengembangan usaha di masa mendatang. Pemilihan lokasi yang tepat dapat membantu menekan biaya produksi dan distribusi serta meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan.

Selain lokasi, aspek teknis juga mencakup perencanaan tata letak (layout) dari seluruh fasilitas usaha. Tata letak ini meliputi pengaturan bangunan fisik,

penempatan mesin dan peralatan produksi, serta pengaturan ruang kerja dan fasilitas pendukung lainnya seperti kantor administrasi, ruang istirahat karyawan, dan fasilitas keselamatan kerja. Layout yang dirancang dengan baik akan memudahkan proses produksi, memperlancar aliran bahan, meminimalkan waktu tempuh antar proses, serta menciptakan lingkungan kerja yang aman dan nyaman bagi para pekerja. Layout yang efisien juga memberikan fleksibilitas terhadap kemungkinan ekspansi atau penyesuaian di kemudian hari.

Lebih lanjut, aspek teknis juga mengevaluasi deskripsi teknis produk yang akan dihasilkan oleh proyek tersebut. Hal ini mencakup informasi mengenai jenis produk, karakteristik dan spesifikasinya, serta manfaat dan kegunaannya di pasar. Berdasarkan karakteristik produk tersebut, akan ditentukan proses produksi yang paling sesuai, apakah menggunakan teknologi manual, semi-otomatis, atau sepenuhnya otomatis. Proses produksi ini harus dirancang seefisien mungkin, baik dari sisi waktu, tenaga, maupun biaya.

Evaluasi aspek teknis juga menyertakan perhitungan kapasitas produksi yang paling ekonomis dan realistis, disesuaikan dengan potensi permintaan pasar, kapasitas peralatan, serta ketersediaan tenaga kerja dan bahan baku. Kapasitas produksi ini akan menjadi acuan dalam merancang jumlah unit produksi yang ideal dalam satuan waktu tertentu (harian, bulanan, atau tahunan).

Salah satu unsur penting lainnya adalah analisis ketersediaan bahan baku, baik dari segi kuantitas, kualitas, kontinuitas pasokan, hingga harga beli dan biaya pengirimannya. Ketersediaan bahan baku yang stabil dan berkualitas tinggi akan menjamin kelancaran produksi tanpa gangguan yang dapat menurunkan efisiensi atau mutu produk.

Dalam operasional proyek, dibutuhkan tenaga kerja yang memiliki kualifikasi dan keahlian yang sesuai dengan proses produksi yang dirancang. Oleh karena itu, perlu dilakukan perencanaan mengenai jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan, jenis keahlian yang diperlukan, sistem penggajian, pelatihan, serta aspek keselamatan dan kesehatan kerja (K3).

Tidak kalah pentingnya adalah pemilihan mesin dan peralatan produksi, baik dari sisi teknologi yang digunakan, kapasitas, efisiensi energi, kemudahan pemeliharaan, dan umur ekonomisnya. Investasi pada mesin dan peralatan yang tepat akan sangat berpengaruh terhadap efektivitas operasional dan daya saing produk.

Akhirnya, dalam aspek teknis juga perlu dipertimbangkan kemungkinan pengembangan atau perluasan usaha di masa depan. Perencanaan sejak awal terhadap potensi ekspansi ini akan memudahkan proses perluasan tanpa perlu melakukan perubahan besar yang bisa mengganggu operasional yang sedang berjalan.

2.5 Tahap – Tahap dalam Studi Kelayakan Bisnis

Agar tujuan yang telah diterapkan dapat tercapai, maka sebelum studi dijalankan perlu dilakukan beberapa persiapan. Kemudian hendaknya suatu studi dilakukan mengikuti prosedur yang berlaku, yaitu mulai dari tahap – tahap yang telah ditentukan. Tahap-tahap dalam studi ini hendaknya dilakukan secara benar agar jangan sampai terjadi penyimpangan dan untuk kesempurnaan hasil studi itu sendiri. Tahapan dalam studi kelayakan dilakukan untuk mempermudah pelaksanaan studi kelayakan dan keakuratan dalam penilaian. Adapun tahap dalam melakukan studi kelayakan sebagai berikut:

1. Pengumpulan data informasi

Mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan selengkap mungkin. Pengumpulan data dan informasi dapat diperoleh dari berbagai sumber yang dapat dipercaya, misalnya dari Lembaga yang berwenang untuk mengeluarkannya, seperti Biro Pusat Statistik (BPS), Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), dan Badan Pengelola Pasar Modal (Bapepam), Bank Indonesia (BI) atau Lembaga penelitian baik milik pemerintah maupun swasta. Pengumpulan data ini dapat dari data primer maupun data sekunder dengan berbagai metode.

2. Melakukan pengolahan data

Setelah data dan informasi terkumpul maka Langkah selanjutnya yang dilakukan adalah pengolahan data dan informasi tersebut. Pengolahan data dilakukan secara benar dan akurat dengan metode dan ukuran yang sudah lazim digunakan untuk bisnis. Pengolahan ini hendaknya dilakukan secara teliti untuk masing-masing aspek yang ada. Kemudian dalam hal perhitungan ini hendaknya diperiksa ulang untuk memastikan kebenarannya.

3. Analisis data

Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data dalam rangka menentukan dari kriteria yang telah memenuhi syarat sesuai kriteria yang layak digunakan. Setiap jenis usaha memiliki kriteria tersendiri untuk dikatakan layak atau tidak layak untuk dilakukan. Kriteria kelayakan diukur dari setiap aspek untuk seluruh aspek yang telah dilakukan.

4. Mengambil Keputusan

Setelah diukur dengan kriteria tertentu dan telah diperoleh hasil pengukuran, maka Langkah selanjutnya adalah mengambil Keputusan terhadap hasil tersebut. Mengambil keputusan sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan apakah layak atau tidak dengan ukuran yang yang ditentukan berdasarkan hasil perhitungan hasil sebelumnya.

5. Memberikan rekomendasi

Langkah terakhir adalah memberikan rekomendasi kepada pihak-pihak tertentu terhadap laporan studi yang telah disusun. Dalam memberikan rekomendasi diberikan juga saran serta perbaikan yang perlu, jika memang masih dibutuhkan, baik kelengkapan dokumen maupun persyaratan lainnya. Apabila suatu hasil studi kelayakan dinyatakan layak untuk dijalankan.

2.6 Gas LPG

Gas LPG adalah campuran dari berbagai unsur hidrokarbon yang berasal dari gas alam. Dengan menambah tekanan dan menurunkan suhunya, gas berubah menjadi cair. Komponennya didominasi propana (C_3H_8) dan butana (C_4H_{10}). Gas

LPG juga mengandung hidrokarbon ringan lain dalam jumlah kecil, misalnya etana (C₂H₆) dan pentana (C₅H₁₂).

Dalam kondisi atmosfer, gas LPG akan berbentuk gas. Volume gas LPG dalam bentuk cair lebih kecil dibandingkan dalam bentuk gas untuk berat yang sama. Karena itu gas LPG dipasarkan dalam bentuk cair dalam bentuk tabung-tabung logam bertekanan. Untuk memungkinkan terjadinya ekspansi panas dari cairan yang dikandungnya, tabung LPG tidak diisi secara penuh, hanya sekitar 80-85% dari kapasitasnya. Rasio antara volume gas gas bisa menguap dengan gas dalam keadaan cair bervariasi tergantung komposisi, tekanan dan temperatur, tetapi biasanya sekitar 250:1.

2.7 Penelitian terdahulu

NO	PENULIS	JUDUL	HASIL
1	Widia afriana (2019)	Studi kelayakan bisnis pada aspek produksi kelapa goreng di desa riak siabun .	Berdasarkan analisis dari aspek non finansial bahwa usaha kelapa goreng ini belum dikatakan layak karena belum mempunyai surat izin.
2	M. Deaprama aydraozi (2019)	Analisi kelayakan usaha tahu mandiri desa kotangan kecamatan galang kabupaten deli Serdang.	Hasil analisis dari aspek finansial menunjukkan usaha tahu mandiri ini dikatakan layak untuk dijalankan karena menghasilkan <i>payback period</i> (pp) selama 2 tahun.
3	Nilam sari anggraini (2020)	Analisis studi kelayakan pengembangan usaha nyatenyuk di pekanbaru	Analisis kelayakan non finansial pengembangan usaha nyatenyuk dinyatakan layak melalui pertimbangan aspek produksi, aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, serta manajemen perusahaan. Berdasarkan perhitungan analisis kelayakan finansial konvensional dengan metode <i>payback periode</i> (PP), <i>profit sharing</i> , <i>net present value</i> (NPV), <i>profitabilitas index</i> (PI), <i>internal rate of return</i> (IRR), maka usaha nyatenyuk layak untuk dijalankan.

4	Iis hasrina pasamangi (2020)	Studi kelayakan bisnis bonbon factory.	Berdasarkan hasil pengolahan data dan penelitian, bisnis bonbon factory yang telah dilaksanakan berdasarkan studi kelayakan bisnis melalui aspek non finansial dinyatakan layak.
5	Ratna puspita sari (2019)	Studi kelayakan bisnis emping melinjo di 30A Adirejo kecamatan pekalongan lampung timur.	Berdasarkan dari aspek non finansial sulitnya mencari bahan baku, berdasarkan aspek lingkungan menyebabkan kebisingan pada saat pembuatan emping melinjo, berdasarkan aspek hukum belum melakukan izin usaha dinyatakan tidak layak karena belum memenuhi studi kelayakan bisnis.

2.8 Kerangka pemikiran

Kerangka berfikir adalah model koseptual bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2012:60). Fungsi kerangka berfikir untuk Menyusun alus logika dari permasalahan hingga solusi atau kesimpulan, menjelaskan antar variabel yang dikaji, membantu peneliti tetap fokus. Kerangka berfikir pada penelitian studi kelayakan bisnis agen gas pt. energi pelita alam adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Kerangka Pemikiran



