BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Bisnis

Menurut Hartini (2021:1) bisnis merupakan jenis kegiatan yang tujuan utamanya adalah menghasilkan keuntungan bagi mereka yang mencari atau berkepentingan dengan kegiatan ini. Maka setiap entitas yang memproduksi barang atau menyediakan layanan dengan tujuan menghasilkan keuntungan dianggap masuk dalam kegiatan bisnis. Kegiatan ini juga bermakna sebagai usaha yang terorganisir dari individu untuk menghasilkan dan menyediakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis juga dapat mengacu pada suatu bentuk kegiatan yang dilakukan dengan tujuan mendapatkan keuntungan untuk kepentingan beberapa orang yang atas nama kegiatan tersebut dilakukan.

Menurut Purnaya (2016: 8-10) bisnis adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia, organisasi ataupun masyarakat luas manusia bisnis (*businessman*) akan selalu melihat adanya kebutuhan masyarakat dan kemudian mencoba untuk melayaninya secara baik sehingga masyarakat menjadi puas dan senang karenanya. Dari kepuasan masyarakat itulah pengusaha akan mendapatkan keuntungan dan kemudian keuntungan tersebut akan digunakan untuk mengembangkan bisnis atau usahanya agar menjadi lebih luas lagi bagi masyarakat ataupun membuka bisnis baru bagi kebutuhan masyarakat yang lain lagi. Pada umumnya bisnis merupakan kegiatan yang bertujuan mencari keuntungan. Oleh karena itu, di samping jenis-jenis usaha/bisnis itu beragam sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

2.1.2. Manfaat Bisnis

Berikut keuntungan dengan adanya kegiatan bisnis baik bagi perusahaan, pemerintah, maupun masyarakat, Kasmir dan Jakfar (2020: 11-12) antara lain:

a. Memperoleh keuntungan

Apabila suatu usaha dikatakan layak untuk dijalankan akan memberikan keuntungan, terutama keuntungan keuangan bagi pemilik bisnis. Keuntungan ini biasanya diukur dari nilai uang yang akan diperoleh dari hasil usaha yang dijalankannya.

b. Membuka peluang pekerjaan

Dengan adanya usaha jelas akan membuka peluang pekerjaan kepada masyarakat, baik bagi masyarakat yang terlibat langsung dengan usaha atau masyarakat yang tinggal sekitar lokasi usaha. Adanya peluang pekerjaan ini akan memberikan pendapatan bagi masyarakat yang bekerja pada usaha tersebut. Begitu pula bagi masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi usaha dapat membuka berbagai macam usaha,sehingga masyarakat yang tadinya pengangguran dapat meningkatkan kesejahteraannya.

c. Manfaat ekonomi Secara umum antara lain:

1) Menambah jumlah barang dan jasa.
2) Menigkatkan mutu produk
3) Meningkatkan devisa
4) Menghemat devisa

d. Tersedia sarana dan prasarana

Memberikan manfaat bagi masyarakat secara luas terutama bagi masyarakat sekitar bisnis yang akan dijalankan. Manfaat yang dirasakan seperti tersedianya sarana, dan prasarana yang dibutuhkan, seperti jalan, telepon, air, penerangan, pendidikan, rumah sakit, rumah ibadah, sarana olahraga, serta sarana, dan prasarana lainnya.

e. 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.

f. Meningkatkan persatuan dan membantu pemerataan pembangunan

Dengan adanya proyek atau usaha biasanya pekerja yang bekerja di dalam proyek datang dari berbagai suku bangsa. Pertemuan dari berbagi suku akan dapat meningkatkan persatuan. Kemudian dengan adanya proyek di berbagai daerah akan memberikan pemerataan pembangunan di seluruh wilayah.

Menurut Purnaya (2016: 8-10) bisnis dapat dibedakan berdasarkan jenis kegiatannya. Atas dasar ini dapat dibedakan menjadi 4 macam, yaitu:

1. Bisnis ekstraktif.

   Bisnis ekstraktif adalah bisnis yang bergerak dalam jenis kegiatan pertambangan atau menggali bahan-bahan tambang yang terkandung dalam perut bumi. Misalnya pabrik semen, tambang timah, aluminium, tembaga, serta PERUM Pertamina yang mengusahakan minyak dan gas bumi, dan sebagainya.
2. Bisnis agraris.

   Bisnis agraris adalah bisnis yang bergerak di bidang pertanian (termasuk pula perikanan, peternakan, dan , perunggasan), perkebunan, serta kehutanan.
3. Bisnis industri.

   Bisnis industri adalah bisnis yang bergerak di bidang industri manufacturing, misalnya industri tekstil, garmen, mesin-mesin, mebel, pesawat terbang, mobil, sepeda motor, kapal laut, maupun pabrik kertas, tapioka, dan sebagainya.
4. Bisnis jasa.

   Bisnis jasa adalah bisnis yang bergerak dalam bidang jasa yang menghasilkan produk-produk yang tidak berujud seperti jasa pendidikan, kecantikan, perbankan, kesehatan, penanggungan risiko, jasa pariwisata, dan sebagainya.

2.1.3. Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis menurut Suliyanto (2013:3) merupakan penelitian yang bertujuan untuk memutuskan apakah sebuah ide bisnis layak untuk dilaksanakan atau tidak. Sebuah ide bisnis dinyatakan layak untuk dilaksanakan jika ide tersebut dapat mendatangkan manfaat yang lebih besar bagi semua pihak (*stake holder*) dibandingkan dampak negative yang di timbulkan.

Studi kelayakan bisnis menurut Kasmir dan Jakfar (2020:7) adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.mempelajari secara mendalam artinya meneliti secara sungguh-sungguh data dan informasi yang ada, kemudian diukur, dihitung dan dianalisis hasil penelitin tersebut dengan menggunakan metode-metode tertentu. Penelitian terhadap usaha yang akan dijalankan dengan ukuran tertentu, sehingga diperoleh hasil maksimal dari penelitian tersebut.

Menurut Hidayat (2021:1) pengertian studi kelayakan bisnis atau kelayakan proyek apabila di tinjau dari susunan katanya dapat berarti:

1. Studi

   Merupakan penelitian, sehingga mempunyai unsur-unsur data, sumber 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.

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

2.1.4. Tahapan Studi Kelayakan Bisnis

Tahapan studi kelayakan bisnis menurut Umar (2020:21-24) dalam melaksanakan studi kelayakan bisnis, ada beberapa tahapan studi yang hendaknya dikerjakan. Tahapan-tahapan yang disajikan di bawah ini bersifat umum yaitu :

1. Penemuan ide

Untuk menghasilkan ide, perlu dilakukan penelitian yang terorganisasi dengan baik serta dukungan sumber daya yang memadai Jika terdapat ide proyek lebih dari satu, maka yang dipilih oleh pengambil keputusan biasanya tergantung pada tiga faktor pertama bahwa ide proyek cocok dengan kata hati-nya, kedua, bahwa pengambil keputusan akan mampu melibatkan diri dalam hal-hal yang sifatnya teknis, dan ketiga, keyakinan akan kemampuan proyek untuk menghasilkan laba. Jadi, walaupun terdapat lebih dari satu proyek pada giliranya yang dipilih adalah yang sesuai prioritasnya

2. Tahap penelitian

Penelitian yang lebih mendalam dengan memakai metode ilmiah, dimulai dengan mengumpulkan data, lalu mengolah data berdasarkan teori-teori yang relevan, menganalisis dan menginterpretasikan hasil pengolahan data dengan alat-alat analisis yang sesuai, menyimpulkan hasil sampai pada pekerjaan membuat laporan hasil penelitian tersebut.

3. Tahap evaluasi

Evaluasi terdapat tiga macam pertama, mengevaluasi usulan proyek yang akan didirikan; kedua,mengevaluasi proyek yang sedang dibangun; dan ketiga, mengevaluasi bisnis yang sudah dioperasionalkan secara rutin. Evaluasi berarti membandingkan sesuatu dengan satu atau lebih standar atau kriteria ini dapat bersifat kuantitatif maupun kualitatif. Hal yang dibandingkan dalam evaluasi bisnis adalah seluruh ongkos yang akan ditimbulkan oleh usulan bisnis serta manfaat atau benefit yang diperkirakan akan diperoleh.

4. Tahap pengurutan usulan yang layak

Jika terdapat usulan rencana bisnis yang dianggap layak dan terdapat keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki manajemen untuk merealisasikan semua rencana bisnis tersebut, misalnya keterbatasan dana, maka perlu dilakukan pemilihan rencana bisnis yang dianggap paling penting direalisasikan sudah tentu yang diprioritaskan adalah rencana bisnis yang mempunyai sektor tertinggi jika dibandingkan dengan usulan yang lain berdasarkan kriteria-kriteria penilaian yang telah ditentukan.

5. Tahap rencana pelaksanaan

Setelah rencana bisnis dipilih untuk direalisasikan, perlu dibuat rencana kerja pelaksanaan mulai dari menentukan jenis pekerjaan, waktu yang dibutuhkan untuk tiap jenis pekerjaan, jumlah dan kualifikasi tenaga pelaksanaan, ketersediaan dana dan sumber daya lain, kesiapan manajemen dan lain-lain.

6. Tahap pelaksanaan

Setelah semua persiapan yang harus dikerjakan selesai disiapkan, maka tahap berikutnya adalah melaksanakan operasional bisnis ini secara rutin. Dalam operasional ini, perlu kajian-kajian untuk mengevaluasi bisnis, yaitu dari fungsional keuangan, pemasaran, produksi/operasi, SDM dan manajemennya agar selalu bekerja efektif dan efisien dalam rangka meningkatkan laba perusahaan. Hasil evaluai dapat dijadikan sebagai *feedback* bagi peruahaan untuk selalu mengkaji ulang proses bisnis ini secara terus-menerus.

2.1.5. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis dilakukan agar projek atau usaha yang dilakukan tidak akan sia-sia atau dengan kata lain tidak membuang tenaga,waktu dan pikiran secara percuma,

serta tidak akan menimbulkan masalah di masa yang akan datang bahkan dengan adanya usaha atau projek akan dapat memberikan berbagai keuntungan serta manfaat kepada berbagai pihak.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:12-14) terdapat 5 tujuan penyusunan studi kelayakan bisnis sebelum di jalankan, yaitu :

1. Menghindari risiko kerugian

   Karena masa mendatang penuh ketidakpastian dalam hal ini fungsi studi kelayakan adalah untuk meminimalkan risiko yang dapat kita kendalikan maupun yang tidak dapat kita kendalikan.

2. Memudahkan perencanaan

   Beberapa hal yang perlu direncanakan meliputi berapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha atau projek dijalankan, di mana lokasi projek akan dibangun, siapa-siapa yang akan melaksanakannya, bagaimana menjalankannya, berapa besar keuntungan yang akan diperoleh.

3. Memudahkan pelaksanaan

   Rencana yang sudah disusun akan sangat memudahkan pelaksanaan bisnis.Kemudian pengerjaan usaha dapat dilakukan secara sistematik, sehingga tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang sudha disusun.

4. Memudahkan pengawasan

   Dengan rencana yang sudah disusun, maka akan memudahkan perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan ini perlu dilakukan agar pelaksanaan usaha tidak melenceng dari rencana yang telah disusun.

5. Memudahkan pengendalian

   Jika dalam pelaksanaan pekerjaan telah dilakukan pengawasan maka apabila terjadi suatu penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga akan dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah untuk mengembalikan.

2.1.6. Lembaga Yang Memerlukan Studi Kelayakan Bisnis

Hasil penelitian melalui Studi kelayakan ini sangat diperlukan dan dibutuhkan oleh berbagai pihak terutama pihak-pihak yang berkepentingan terhadap salah satu proyek yang akan di jalankan. Perusahaan yang akan melakukan studi kelayakan akan bertanggung jawab terhadap hasil yang akan mereka katakan layak, sehingga pihak-pihak

yang berkepentingan merasa yakin dan sangat percaya dengan hasil studi kelayakan yang telah di lakukan Kasmir dan Jakfar (2020: 14-15)

adapun pihak-pihak yang berkepentingan terhadap hasil studi kelayakan tersebut antara lain:

a. Pemilik usaha

   Para pemilik perusahaan sangat berkepentingan terhadap hasil dari analisis studi kelayakan yang telah dibuat, hal ini disebabkan para pemilik tidak mau jika sampai dana yang ditanamkan akan mengalami kerugian.

b. Pihak Kreditur

   Jika uang tersebut dibiayai oleh dana pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya, maka pihak mereka pun sangat berkepentingan terhadap hasil studi kelayakan yang telah dibuat. Bank atau lembaga keuangan lainnya tidak mau sampai kreditnya atau pinjaman yang diberikan macet, akibat usaha atau proyek tersebut sebenarnya tidak layak untuk dijalankan.

c. Pihak Pemerintah

   Bagi pemerintah pentingnya studi kelayakan adalah untuk meyakinkan apakah bisnis yang akan dijalankan akan memberikan manfaat baik bagi perekonomian secara umum Kemudian bisnis juga harus memberikan manfaat kepada masyarakat luas, seperti penyediaan lapangan pekerjaan. Pemerintah juga berharap bahwa bisnis yang akan dijalankan tidak merusak lingkungan sekitarnya, baik terhadap manusia, binatang, maupun tumbuh-tumbuhan.

d. Pihak Manajemen

   Hasil studi kelayakan bisnis merupakan ukuran kinerja bagi pihak manajemen perusahaan untuk menjalankan apa-apa yang sudah ditugaskan. Kinerja ini dapat dilihat dari hasil yang telah dicapai sehingga terlihat prestasi kerja pihak manajemen yang menjalankan usaha.

e. Masyarakat Luas

   Bagi masyarakat luas dengan adanya bisnis, terutama bagi masyarakat sekitarnya akan membenikan manfaat seperti tersedia lapangan kerja, baik bagi pekerja disekitar lokasi proyek maupun bagi masyarakat lainnya. Kemudian manfaat lain adalah terbukanya wilayah tersebut dan ketertutupan (terisolası). Dengan adanya bisnis juga akan

menyediakan saran dan prasarana seperti tersedianya fasilitas umum seperti jalan, jembatan,listrik, telpon, rumah sakit, sekolah, sarana ibadah, taman dan fasilitas lainnya.

2.1.7. Aspek-Aspek Kelayakan Bisnis

Menurut Subagyo (2007:55) Aspek-aspek dalam studi kelayakan adalah bidang kajian dalam studi kelayakan tentang keadaan objek tertentu dari fungsi-fungsi bisnis (markering, operasi, manajemen/SDM, hukum, lingkungan, dan keuangan). Pelaksanaan studi dan penelitian atas fungsi-fungsi bisnis tersebut terkadang disesuaikan dengan kebutuhan dari analis ataupun stakeholder.

Dalam melakukan pembuatan dan penelitian studi kelayakan melalui tahapan-tahapan yang telah ditentukan, hendaknya dilakukan secara benar dan lengkap. Kemudian setiap tahapan memiliki berbagai aspek yang harus di teliti, diukur, dan dinilai sesuai dengan ketentuan yang telah di tentukan Kasmir dan Jakfar (2020:15) adapun aspek-aspek yang perlu dilakukan sebagai berikut:

2.2. Aspek Pasar dan Pemasaran

Menurut subagyo (2007: 56) aspek pasar dan pemasaran bertujuan untuk mengetahui keadaan objek di masa lalu dan saat ini, sedangkan tujuan pemasaran dalam ilmu marketing adalah untuk mengendalikan pasar di waktu yang akan datang (*market driven*).

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:16) aspek pasar dan pemasaran bertujuan 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 dewasa ini. Kemudian bagaimana strategi pemasaran yang akan dijalankan, untuk menangkap peluang pasar yang ada.

1. Pasar

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:44-47) Pasar 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.

Adapun jenis struktur pasar yang ada dapat dikelompokkan kedalam :

a. Pasar persaingan sempurna

   Suatu pasar dimana terdapat sejumlah besar penjual dan pembeli, sehingga tindakan penjual secara individu tidak dapat mempengaruhi harga barang di pasar. Produk yang dihasilkan produsen relatif sama, sehingga suatu produsen merupakan pelengkap sempurna bagi hasil produksi.

b. Pasar persaingan monopolistik

   Suatu pasar dimana terdapat banyak penjual atau perusahaan dan memiliki ukuran-ukuran ma besarnya produk yang dihasilkan berbeda corak, sehingga secara fisik mudah dibedakan antara produsen suatu perusahaan dan perusahaan lain.

c. Pasar oligopoli

   Struktur pasar yang hanya terdapat sedikit penjual. Barang yang dihasilkan adalah barang standar, hambatan untuk masuk industri sedikit sulit hal ini disebabkan modal yang diperlukan relatif besar.

d. Pasar monopoli

   Struktur pasar di mana hanya terdapat satu penjual saja. Barang yang dihasilkan tidak mempunyai barang pengganti yang mirip. Sulit sekali masuk ke dalam industri ini, karena berbagai hambatan.

2. Pemasaran

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. Penciptaan produk tentu saja didasarkan kepada kebutuhan dan keinginan pasar. Akan sangat berbahaya jika penciptaan produk tidak didasarkan kepada keinginan dan kebutuhan konsumen.

3. Bauran pemasaran

Bauran Pemasaran adalah perangkat pemasaran yang baik yang meliputi produk. Penentu harga, promosi, distribusi digabungkan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran.

Musfar (2020:12-17) bauran pemasaran adalah strategi yang terdiri dari empat elemen utama yaitu :

a. *Prduct* (produk)

Produk adalah barang yang dibuat atau diproduksi untuk memenuhi kebutuhan sekelompok orang tertentu. Produk ini tidak berwujud atau berwujud karena bisa dalam bentuk jasa atau barang, kita harus memastikan memiliki jenis produk yang tepat yang sesuai dengan pasar kita. Jadi selama fase pengembangan produk, pemasar harus melakukan penelitian ekstensif mengenai siklus hidup produk yang mereka ciptakan.

b. *Price* (Harga)

Harga produk pada dasarnya adalah jumlah yang dibayar pelanggan untuk menikmatinya. Harga merupakan komponen yang sangat penting dalam definisi bauran pemasaran. Ini juga merupakan komponen yang sangat penting dari rencana pemasaran karena ini menentukan keuntungan dan kelangsungan hidup perusahaan. Menyesuaikan harga produk memiliki dampak besar pada keseluruhan strategi pemasaran serta sangat mempengaruhi penjualan dan permintaan produk. Pada dasarnya merupakan daerah yang sensitive sekalipun.

c. *Place* (Tempat)

Penempatan atau distribusi merupakan bagian yang sangat penting. Perusahaan harus memposisikan dan mendistribusikan produk di tempat yang mudah diakses oleh pembeli potensial. Hal tersebut datang dengan pemahaman yang mendalam tentang target pasar perusahaan, pahami mereka dari dalam dan kita akan menemukan posisi dan saluran distribusi yang paling efisien yang dapat berbicara langsung dengan pasar kita.

d. *Promotion* (promosi)

Promosi merupakan aktivitas penyebaran informasi yang bersifat membujuk, mempengaruhi dan mengingatkan pasar bahwa produk sudah siap dijual. Salah satu yang dapat di lakukan adalah dengan memasang iklan. Iklan dapat dilakukan melalui media-media seperti surat kabar, *elektronik, brosur*, spanduk, social media. Pada zaman *digital* seperti sekarang, strategi pemasaran dengan promosi sangatlah mudah karena banyak media sosial yang akan sangat membantu.

2.3. Aspek Teknis/ Operasi

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020: 150-152) Aspek teknis atau operasi juga dikenal sebagai aspek produksi. Penilaian kelayakan terhadap aspek ini sangat penting dilakukan sebelum perusahaan dijalankan. Penentuan kelayakan teknis atau operasi perusahaan menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan teknis/operasi, sehingga apabila tidak dianalisis dengan baik, maka akan berakibat fatal bagi perusahaan dalam perjalanannya di kemudian hari.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam aspek ini adalah masalah penentuan lokasi, luas produksi, tata letak (layout), penyusunan peralatan pabrik, dan proses produksinya termasuk pemilihan teknologi. Kelengkapan kajian aspek operasi sangat tergantung dari jenis usaha yang akan dijalankan, karena setiap jenis usaha memiliki prioritas tersendiri.

Setiap aspek memiliki tujuan tertentu. Demikian pula dengan aspek teknis/operasi juga memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai. Secara umum ada beberapa hal yang hendak dicapai dalam penilaian aspek teknis/operasi yaitu:

1. Agar perusahaan dapat menentukan lokasi yang tepat, baik untuk lokasi pabrik, gudang, cabang, maupun kantor pusat.
2. Agar perusahaan dapat menentukan *layout* yang sesuai dengan proses produksi yang dipilih, sehingga dapat memberikan efisiensi.
3. Agar perusahaan bisa menentukan teknologi yang paling tepat dalam menjalankan produksinya.
4. agar perusahaan bisa menentukan metode persediaan yang paling baik untuk dijalankan sesuai dengan bidang usahanya
5. agar dapat menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan sekarang dan dimasa yang akan datang

2.4. Aspek Manajemen Dan Sumber Daya Manusia

Menurut Umar (2020:115) aspek manajemen bertujuan untuk mengetahui apakah pembangunan dan implementasi bisnis dapat direncanakan, dilaksanakan, dan dikendalikan, sehingga rencana bisnis dapat dinyatakan layak atau sebaliknya.

Aspek manajemen merupakan aspek penting untuk kelayakan suatu usaha, sebab meski suatu usaha sudah dinyatakan layak untuk dilaksanakan tanpa didukung dengan manajemen serta organisasi yang baik, bukan tidak bisa jadi akan mengalami kegagalan

baik dalam menyangkut SDM ataupun menyangkut rencana perusahaan disusun sesuai dengan tujuan perusahaan dimana akan lebih mudah tercapai bila memenuhi kaidah kaidah tersebut ataupun tahapan dalam proses manajemen. Untuk keperluan studi kelayakan bisnis yang perlu dianalisis adalah bagaimana fungsi-fungsi manajemen.

Adapun fungsi-fungsi manajemen tersebut dapat diuraikan Kasmir dan Jakfar (2020:168-169) sebagai berikut:

1. Perencanaan (*Planning*)

   Perencanaan ialah prosen menentukan arah yang akan ditempuh dan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
2. Pengorganisasian (*Organizing*)

   Pengorganisasian ialah peroses pengelompokan kegiatan-kegiatan atau pekerjaan-pekerjaan dalam unit-unit. Tujuanya adalah supaya tertata dengan jelas antara tugas, wewenang dan tanggung jawab
3. Pelaksanaan (*Actuating*)

   Menggerakkan atau melaksanakan ialah proses untuk menjalankan kegiatan/pekerjaan dalam organisasi. Dalam menjalankan organisasi para pimpinan/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*)

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

2.5. Aspek Hukum

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:24) Aspek hukum adalah bertujuan untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan dan keaslian dari dokumen dokumen yang dimiliki. Peneliti keabsahan dokumen dapat dilakukan sesuai dengan lembaga yang mengeluarkan dan yang mengesahkan dokumen yang bersangkutan. 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

badan usaha yang akan dijalankan juga perlu dipersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan spek hukum seperti badan hukum perusahaana yang dipilih.

Bagi penilai studi kelayakan bisnis, dokumen yang perlu ditelitin keabsahan, kesempurnaan, dan keaslianya meliputi badan hukum, izin-izin yang dimiliki, sertifikat tanah atau dokumen lainya yang mendukung kegiatan usaha tersebut. Kegagalan dalam penelitian aspek ini akan berakibat tidak sempurnanya hasil penelitian, dengan kata lain apabila ada dokumen yang tidak sah atau tidak sempurna pasti akan menimbulkan masalah dikemudian hari.

2.6. Aspek Keuangan

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:88) aspek keuangan bertujuan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh pendapatan serta besarnya biaya yang dikeluarkan. Dari sini akan terlihat pengembalian uang yang ditanamkan seberapa lama akan kembali.

Dengan dibuatnya aliran kas perusahaan, kemudian dinilai Dengan dibuatnya aliran kas perusahaan, kemudian dinilai kelayakan investasi tersebut melalui kriteria kelayakan investasi. Tujuannya adalah untuk menilai apakah investasi ini layak atau tidak dijalankan dilihat dari aspek keuangan. Alat ukur untuk menentukan kelayakan suatu usaha berdasarkan kriteria investasi dapat dilakukan melalui pendekatan. Kasmir dan Jakfar (2020:101-105) metode yang akan digunakan yaitu :

1. *Payback Period* (PP).

   Metode *Payback Period* (PP) merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu (priode) pengembalian investasi suatu proyek atau usaha.

2. *Net Present Value* (NPV).

   Metode *Net Present Value* (NPV) Penentuan penilaian dengan perbandingan antara PV Investasi dan PV kas bersih yang berjalan selama umur investasi.

3. *Internal Rate of Return* (IRR).

   Metode *Internal Rate of Return* (IRR). Digunakan untuk mengukur seberapa besar tingkat pengembalian hasil intern.

4. *Profitability Index* (PI).

   Metode *Profitability Index* (PI) memiliki arti rasio aktivitas dari penjumlahan antara nilai yang didapatkan saat ini dari penerimaan bersih dan jumlah nilai yang dikeluarkan selama jangka waktu investasi.

2.7. Penelitian Terdahulu

Abdillah (2014) meneliti tentang analisis kelayakan bisnis pada *minimarket* Toko Ratna yang akan membuka cabang baru dikota bogor yang merupakan pasar potensional bagi pengembangan bisnis *mini market.* Dari alat ukur aspek keuangan diatas didapatkan bahwa hasil analisis kelayakan, baik dari segi kuantitatif maupun kualitatif menunjukan bahwa usaha *mini market* ini layan untuk dijalankan.

Hal tersebut salah satunya ditunjukan dengan analisis finansial yang menghasilkan nilai NPV yang positif yaitu sebesar RP 40,309,000 nilai IRR 16 persen dimana nilai ini lebih besar dari nilai suku bunga pinjaman yang digunakan (7,5 persen), net B/C 1,72, dan PBP 6,6 tahun yang berarti usaha ini sudah dapat menutup biaya investasi dan usaha *mini market* ini layak untuk dijalankan.

Iyus Maulana Yusuf (2019) Meneliti tentang studi kelayakan bisnis *outlet* baru ponselindo *cellular* di mall BTM Kota Bogor. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan pengamatan secara langsung pada pelaku usaha Ponselindo Cellular di Mal BTM Kota Bogor. Pelaku usaha tersebut telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan sebagai pelaku usaha retail smartphone. Data sekunder diperoleh dari laporan keuangan dan laporan penjualan serta literatur yang relevan.

Analisa kuantitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan berdasarkan kriteria investasi toko Ponselindo *Cellular*. Aspek finansial toko Ponselindo *Cellular* menunjukkan bahwa payback period selama 1 tahun 5 bulan 8 hari, NPV sebesar Rp. 636.800.000, IRR sebesar 40% dan profitability index 2,8. Hasil analisa kelayakan, baik dari segi kuantitatif dan kualitatif menunjukan bahwa usaha toko Ponselindo Cellular layak untuk dijalankan.

Yudi Irawan (2020) meneliti tentang Studi kelayakan bisnis pengembangan usaha toko bangunan Irfany Transport di wilayah Kecamatan Cisarua. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan

pengamatan secara langsung pada usaha TB Irfany Transport. Data sekunder diperoleh dari litelatur yang relevan.

Analisis kualitatif dilakukan untuk menganalisis kelayakan aspek non finansial seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasional, aspek manajemen dan sumberdaya manusia. Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan berdasarkan kriteria investasi. Aspek finansial pada usaha TB Irfany Transport menunjukan 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 menunjukan bahwa usaha TB Irfany Transport layak.

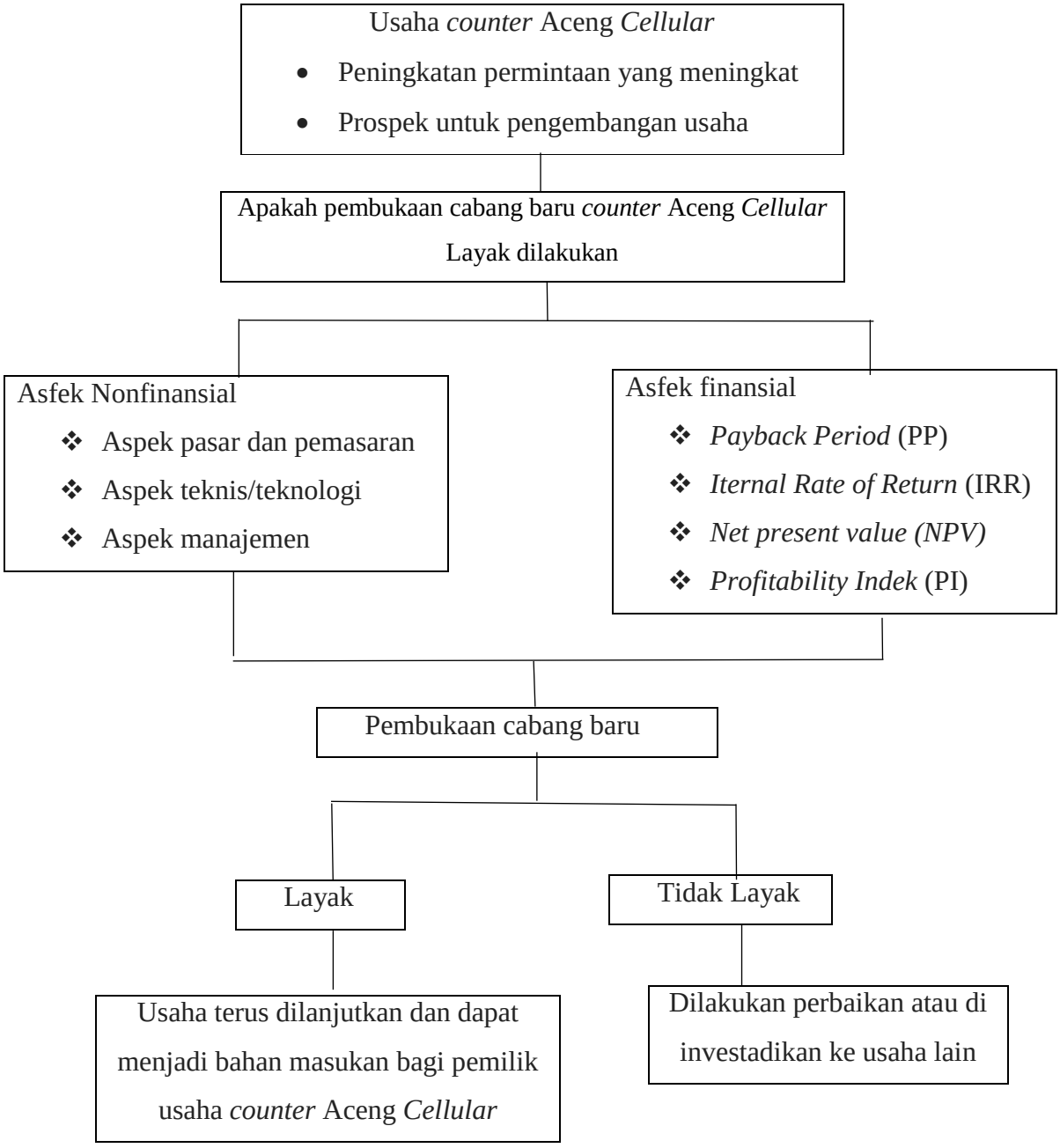
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

PENELITI	JUDUL	HASIL
Abdilah (2014)	Analisis kelayakan bisnis pada *mini market* Toko Ratna	NPV yang positif yaitu sebesar RP 40,309,000 nilai IRR 16 persen dimana nilai ini lebih besar dari nilai suku bunga pinjaman yang digunakan (7,5 persen), net B/C 1,72, dan PBP 6,6 tahun yang berarti usaha layak untuk dijalankan
Iyus Maulana Yusuf (2019)	Studi kelayakan bisnis *outlet* baru ponselindo *cellular* di mall BTM Kota Bogor	NPV sebesar Rp. 636.800.000, IRR sebesar 40% dan *profitability index*, Hasil analisa kelayakan menunjukan bahwa usaha toko Ponselindo Cellular layak untuk dijalankan.
Yudi irawan (2020)	Studi kelayakan bisnis pengembangan usaha toko bangunan Irfany Transport di wilayah Kecamatan Cisarua	NPV sebesar Rp 159.686.020 IRR sebesar 33,3%, Profitability Index 1,32. selama 1 tahun 3 bulan 15 hari

Sumber : Kampus Terkait

2.8. Kerangka Berpikir

Kerangka Berfikir dapat berbentuk uraian kualitatif, model, matematis, diagram atau persamaan-persamaan yang langsung berkaitan dengan bidang ilmu yang diteliti. Dibawah ini adalah gambaran kerangka berfikir yang digunakan dalam penelitian ini.



Gambar 2. 1. Kerangka Berpikir