

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1. Landasan Teori

Sebagai landasan untuk menerangkan studi kelayakan bisnis Mitha Shop yang sedang penulis jalankan. Maka penulis menyusun dan mengutip beberapa pengertian atau teori-teori dari pemikiran-pemikiran para ahli untuk menjelaskan fenomena yang menjadi objek penelitian.

2.1.1. Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis Menurut Kasmir dan Jakfar (2017:7) 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 penelitian tersebut dengan menggunakan metode-metode tertentu, sehingga diperoleh hasil maksimal dari penelitian tersebut.

Kelayakan artinya penelitian yang dilakukan secara mendalam tersebut dilakukan untuk menentukan apakah usaha yang akan dijalankan akan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. dengan kata lain, kelayakan dapat diartikan bahwa usaha yang dijalankan akan memberikan keuntungan finansial dan nonfinansial sesuai dengan tujuan yang mereka inginkan. Layak disini diartikan juga akan memberikan keuntungan tidak hanya bagi perusahaan yang menjalankannya, tetapi juga bagi investor, kreditur, pemerintah dan masyarakat luas.

Kasmir dan Jakfar (2017:7) menjelaskan adapun pengertian bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan yang dimaksud dalam perusahaan bisnis adalah keuntungan finansial. Namun, dalam praktiknya perusahaan non profit pun perlu dilakukan studi kelayakan bisnis karena keuntungan yang diperoleh tidak hanya dalam bentuk finansial akan tetapi juga nonfinansial.

Menurut Purwana & Hidayat, (2016:05) Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan mempelajari secara mendalam tentang layak atau tidaknya suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan. Mempelajari secara mendalam berarti, meneliti secara sungguh – sungguh data dan informasi, selanjutnya diukur, dihitung dan dianalisis dengan menggunakan metode tertentu. Sedangkan bisnis berarti usaha yang dijalankan memberikan manfaat baik finansial maupun non finansial. Kelayakan, menunjukkan apakah usaha yang dijalankan memberikan manfaat besar dibandingkan biaya. Studi kelayakan bisnis merupakan suatu analisis terhadap *viability* (diteruskan atau tidak) suatu ide. *Focus* dari suatu studi kelayakan adalah untuk mampu menjawab pertanyaan penting *should we proceed with the proposed project idea?* Hal ini menunjukkan bahwa segala aktivitas dalam studi kelayakan bertujuan untuk membantu menjawab pertanyaan tersebut. Tujuan ini memberikan pemahaman kepada pelaku usaha bahwa mengetahui lebih awal suatu ide tidak bekerja sesuai harapan. Dengan demikian, dapat mencegah penggunaan uang, waktu dan sumber daya yang sia – sia.

2.1.2. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Untuk memahami lebih dalam tentang studi kelayakan bisnis. *Feasible study* adalah tidak bisa bagi kita mengesampingkan tujuan yang hendak dicapai dari dilakukannya studi kelayakan tersebut. Tujuan studi kelayakan tidak terlepas pada cita-cita dan harapan yang diharapkan oleh pihak-pihak yang berkepentingan, ada lima tujuan mengapa sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan yaitu :

1. Menghindari Resiko Kerugian

Untuk mengatasi resiko kerugian pada masa yang akan datang harus ada semacam kondisi kepastian. Kondisi ini ada yang dapat diramalkan akan terjadi atau terjadi tanpa dapat diramalkan. Fungsi studi kelayakan adalah meminimalkan resiko yang tidak diinginkan, baik resiko yang dapat dikendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.

2. Memudahkan Perencanaan

Apabila sudah dapat meramalkan yang akan terjadi pada masa yang akan datang, kita dapat melakukan perencanaan dan hal-hal yang perlu direncanakan.

3. Memudahkan Pelaksanaan Pekerjaan

Berbagai rencana yang sudah disusun akan memudahkan pelaksanaan usaha. Pedoman yang telah tersusun secara sistematis, menyebabkan usaha yang dilaksanakan dapat tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang sudah disusun.

4. Memudahkan Pengawasan

Pelaksanaan usaha yang sesuai dengan rencana yang sudah disusun, akan memudahkan kita untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan ini perlu dilakukan agar tidak melenceng dari rencana yang telah disusun.

5. Memudahkan Pengendalian

Apabila dalam pelaksanaan telah dilakukan pengawasan, jika terjadi penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah mengendalikan agar tidak melenceng dari rel yang sesungguhnya, sehingga tujuan perusahaan akan tercapai (Kasmir & Jakfar 2020:14)

2.1.3 Tahapan Studi Kelayakan Bisnis

Dalam studi kelayakan dilakukan untuk mempermudah pelaksanaan studi kelayakan dan keakuratan dalam penilaian. Adapun tahap-tahap yang perlu dilalui dalam melakukan studi kelayakan diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Pengumpulan Data dan Informasi

Mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan selengkap mungkin, baik yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Pengumpulan data dan informasi dari berbagai sumber-sumber yang dapat dipercaya, misalnya dari lembaga-lembaga yang memang berwenang untuk mengeluarkannya.

2. Melakukan Pengolahan data

Setelah data dan informasi yang dibutuhkan terkumpul maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengolahan data dan informasi tersebut. Pengolahan data dilakukan secara benar dan akurat dengan metode-metode dan ukuran yang telah lazim digunakan untuk bisnis. Pengolahan ini dilakukan hendaknya secara teliti untuk masing-masing aspek yang ada. Kemudian dalam hal perhitungan ini hendaknya diperiksa ulang untuk memastikan kebenaran hitungan yang telah dibuat sebelumnya.

3. Analisis Data

Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data dalam rangka menentukan kriteria kelayakan dari seluruh aspek. Kelayakan bisnis ditentukan 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

Apabila telah diukur dengan kriteria tertentu dan telah diperoleh hasil dari pengukuran, maka langkah selanjutnya adalah mengambil keputusan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan apakah layak atau tidak dengan ukuran yang telah ditentukan berdasarkan hasil perhitungan sebelumnya. Jika tidak layak sebaiknya dibatalkan dengan menyebutkan alasannya.

5. Memberikan Rekomendasi

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

2.1.4 Lembaga yang memerlukan Studi Kelayakan Bisnis

Hasil penilaian melalui studi kelayakan ini sangat diperlukan dan dibutuhkan oleh berbagai pihak, terutama pihak-pihak yang berkepentingan terhadap usaha atau proyek yang akan dijalankan. Perusahaan yang melakukan studi kelayakan akan bertanggung jawab terhadap hasil yang mereka katakan layak, sehingga pihak-pihak yang berkepentingan merasa yakin dan sangat percaya dengan hasil studi kelayakan yang telah dilakukan. Adapun pihak-pihak yang berkepentingan terhadap hasil studi kelayakan tersebut antara lain :

1. Investor

Investor berkepentingan dengan studi kelayakan suatu proyek yaitu untuk mengetahui apakah proyek tersebut mempunyai prospek atau tingkat keuntungan yang

lebih besar dari pada risikonya. Semakin tinggi tingkat risiko semakin tinggi pula tingkat keuntungan yang diminta investor.

2. Kreditur/Bank

Kreditur/Bank Lebih memperhatikan segi keamanan dana yang dipinjamkan pada debitur, mereka mengharapkan dana yang dipinjamkan serta bunga yang bisa dibayar oleh debitur tepat waktu.

3. Pemerintah

Pemerintah terutama lebih berkepentingan dengan manfaat proyek tersebut bagi perekonomian nasional, apakah proyek tersebut membantu menghormat devisa, meningkatkan devisa atau memperluas kesempatan kerja.

2.1.5. Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Aspek Studi Kelayakan bisnis menurut Kasmir & Jakfar (2017:16) Secara umum, prioritas aspek-aspek yang perlu dilakukan studi kelayakan sebagai berikut :

1. Aspek Nonfinansial seperti:

- a. Aspek pasar dan pemasaran
- b. Aspek teknis atau operasi
- c. Aspek hukum
- d. Aspek lingkungan
- e. Aspek manajemen sumberdaya manusia

2. Aspek Finansial

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 Pasar dan Pemasaran

Pasar dapat diartikan pula sebagai suatu mekanisme yang terjadi antara pembeli dan penjual atau tempat pertemuan antara kekuatan permintaan dan penawaran. Yang dimaksud dengan permintaan adalah jumlah barang dan jasa yang diminta konsumen pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu. Sedangkan pengertian penawaran adalah jumlah barang atau jasa yang ditawarkan produsen pada beberapa tingkat harga pada suatu waktu tertentu.

Yang diperlukan dalam aspek pasar dan pemasaran adalah pasar mana yang akan dimasuki perusahaan, seberapa besar pasar yang ingin dimasuki atau yang tersedia dimasa yang akan datang. Untuk mengetahui itu perlu dilakukan pengukuran terhadap permintaan yang diukur berdasarkan permintaan sekarang dan dimasa 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.

Kotler dan Amstrong (2012:75) mengklasifikasikan aktivitas-aktivitas ini sebagai sarana bauran pemasaran yang terdapat 4 (empat) komponen dalam strategi pemasaran yang disebut 4P, yaitu:

1. *Product* (produk) adalah suatu barang, jasa, atau gagasan yang dirancang dan ditawarkan perusahaan untuk kebutuhan konsumen.
2. *Price* (harga) adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk mendapatkan produk.
3. *Place* (tempat) adalah penempatan suatu produk agar tersedia bagi target konsumen, sejenis aktivitas yang berkaitan dengan bagaimana menyampaikan produk dari produsen ke konsumen.
4. *Promotion* (promosi) adalah aktivitas mengkomunikasikan dan menyampaikan informasi mengenai produk kepada konsumen, dan membujuk target konsumen untuk membeli produk.

b. Aspek Teknis atau Operasi

Menurut Kasmir & Jakfar (2020:150) Aspek teknis atau operasi dikenal sebagai aspek produksi. Penilaian kelayakan terhadap aspek ini sangat penting dilakukan

sebelum perusahaan dijalankan. Penentuan kelayakan teknis dan operasi perusahaan menyangkut hal yang berkaitan dengan teknis atau operasi, sehingga apabila tidak dianalisis dengan baik, maka akan berakibat fatal bagi perusahaan dalam perjalanannya di kemudian hari.

Hal-hal yang perlu diperhatikan pada 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 usaha memiliki prioritas tersendiri.

c. Aspek Hukum

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

d. Aspek Lingkungan

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

e. Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia

Selanjutnya perlu dianalisis adalah kesiapan perusahaan yang berkaitan dengan manajemen sumber daya manusia mulai dari pengadaan sampai pada penempatannya di jabatan tertentu untuk menjalankan kegiatan perusahaan. Manajemen sumber daya manusia merupakan suatu konsep yang bertalian dengan kebijaksanaan, prosedur, dan praktik bagaimana mengelola atau mengatur orang dalam perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Manajemen sumber daya manusia dapat dijabarkan dalam fungsi manajerial yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan, dan fungsi operatif yang meliputi pengadaan, kompensasi, pengembangan, integrasi, pemeliharaan, dan pemutusan hubungan kerja.

2. Aspek Finansial

Penelitian dalam aspek ini dilakukan untuk menilai biaya-biaya apa saja yang dikeluarkan. Kemudian meneliti seberapa besar biaya-biaya yang akan dikeluarkan. Kemudian juga meneliti seberapa besar pendapatan yang akan diterima jika proyek jadi dijalankan. Menurut Rangkuti (2012:7) metode yang biasa digunakan dalam analisis keuangan studi kelayakan bisnis dan investasi adalah *Profitability Index (PI)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, *Net Present Value (NPV)*, *Payback Period (PP)*. Semua metode tersebut digunakan dengan tujuan untuk mengetahui kinerja keuangan dari investasi yang dikeluarkan.

a. *Profitability Index (PI)*

Profitability Index merupakan rasio nilai sekarang dari arus kas bebas masa depan terhadap pengeluaran awal. Walaupun kriteria investasi NPV memberikan suatu ukuran nilai absolute dari suatu proyek *profitability index* menjadi ukuran relatif yang diinginkan proposal investasi.

b. *Internal Rate of Return (IRR)*

Metode IRR merupakan cara untuk menentukan spesifik *rate of return* dari *cashflow* suatu proyek selama masa investasi. Metode IRR dapat menggambarkan profitabilitas suatu investasi dalam presentase, dan apabila terdapat banyak ketidakpastian mengenai *discount rate* atau sangat sulit menentukan *discount rate* yang paling sesuai, maka IRR dapat dijadikan pedoman.

c. *Net Present Value (NPV)*

Metode *net present value* merupakan penilaian investasi berdasarkan nilai sekarang dari *cashflow* yang masuk dimasa yang akan datang. Unsur-unsur utama dalam menggunakan metode NPV adalah mengidentifikasi nilai *discount rate* (nilai r)

d. *Payback Period (PP)*

Metode *payback period* disebut juga dengan metode *non-discounted cashflow*. Metode ini bertujuan untuk melakukan pengukuran investasi dengan melihat kekuatan pengambilan modal tanpa mempertimbangkan nilai waktu terhadap uang (*time value of money*).

2.1.6. Media Sosial

Media sosial ialah fitur berbasis website yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Pada media sosial kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual maupun audiovisual. Contohnya seperti twittwer, facebook, blog, forsquare, dan lainnya. (Puntoadi, 2011:1).

Dari beberapa pengertian ahli di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan teknologi komunikasi yang pada saat ini banyak digunakan oleh masyarakat diseluruh dunia sebagai media untuk melakukan komunikasi. Penggunaan media sosial berasal dari berbagai kalangan tanpa melihat status sosial, jarak dan waktu, juga media sosial merupakan sebuah gaya hidup di masyarakat saat ini.

Jejaring sosial merupakan salah satu bagian dari media sosial, layanan jejaring sosial merupakan kegiatan bersosialisasi menggunakan perangkat lunak. Perangkat lunak tersebut dapat menjadi media untuk membangun hubungan sosial secara online. Biasanya layanan-layanan ini memiliki berbagai fitur yang memungkinkan para member-nya untuk saling berkomunikasi dan berinteraksi, seperti menggunakan media chat, messaging, email, video, chat audio, *file sharing*, forum diskusi atau blog.

Jejaring sosial cukup memberikan pengaruh yang besar terhadap dunia pada generasi muda saat ini. Melalui jejaring sosial yang digunakan dapat mengikuti perkembangan salah satunya tren fashion yang sedang digemari banyak orang saat ini, serta berbagai hal atau berita yang sedang hangat diperbincangkan pada saat ini. Jejaring sosial telah menjadi hal wajib yang harus dimiliki dan tidak dapat terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari individu.

1.2. Penelitian Terdahulu

Banyak yang telah melakukan analisis mengenai studi kelayakan bisnis, beberapa di antaranya yaitu:

Arif (2019) Studi Kelayakan Bisnis pengembangan usaha Toko Peralatan Memanah *Browbrother* Indonesia di wilayah kota Bogor. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan aspek *Nonfinansial* seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek manajemen

sumberdaya manusia, dan aspek teknis. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan bahwa *payback period* selama 6 bulan, NPV sebesar Rp. 131.346.268 IRR sebesar 29,9% *Profitability Index* 1,525%. Hasil kelayakan ini menunjukkan bahwa usaha *browbrother* di kota Bogor layak berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, aspek lingkungan dan aspek finansial.

Suryadinata (2018) juga melakukan penelitian studi kelayakan bisnis dalam mengembangkan usaha *Sugar Glider* di wilayah Bogor. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Analisis kualitatif yang digunakan untuk menganalisis kelayakan aspek *nonfinansial* seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum dan aspek lingkungan. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan berdasarkan kriteria investasi. Aspek finansial pada usaha *Sugar Glider* menunjukkan bahwa *Payback period* selama 2 tahun 2 bulan 7 hari, NPV sebesar Rp. 16.721.606 IRR sebesar 27,20% dan *Profitability index* 1,35%. Hasil analisis kelayakan ini menunjukkan bahwa usaha budidaya *sugar glider* di kota Bogor layak berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, aspek lingkungan dan aspek finansial.

Ibrahim (2017) dengan judul Analisis Kelayakan Usaha Restoran Sop Duren Addict Cibubur. Penelitian dengan menggunakan metode seperti *Net Present Value* (NPV), *Profitability Index* (PI), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback period* (PP) dan *Net Benefit Cost* (Net B/C). Dari hasil penelitian tersebut menghasilkan nilai NPV Rp. 1.046.669.632, Net B/C sebesar 11,95 yang lebih besar dari 1, IRR sebesar 247%, dan *Payback Period* selama 6 bulan 17 hari. Maka Usaha Restoran Sop Duren Addict Cibubur layak untuk dilanjutkan.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

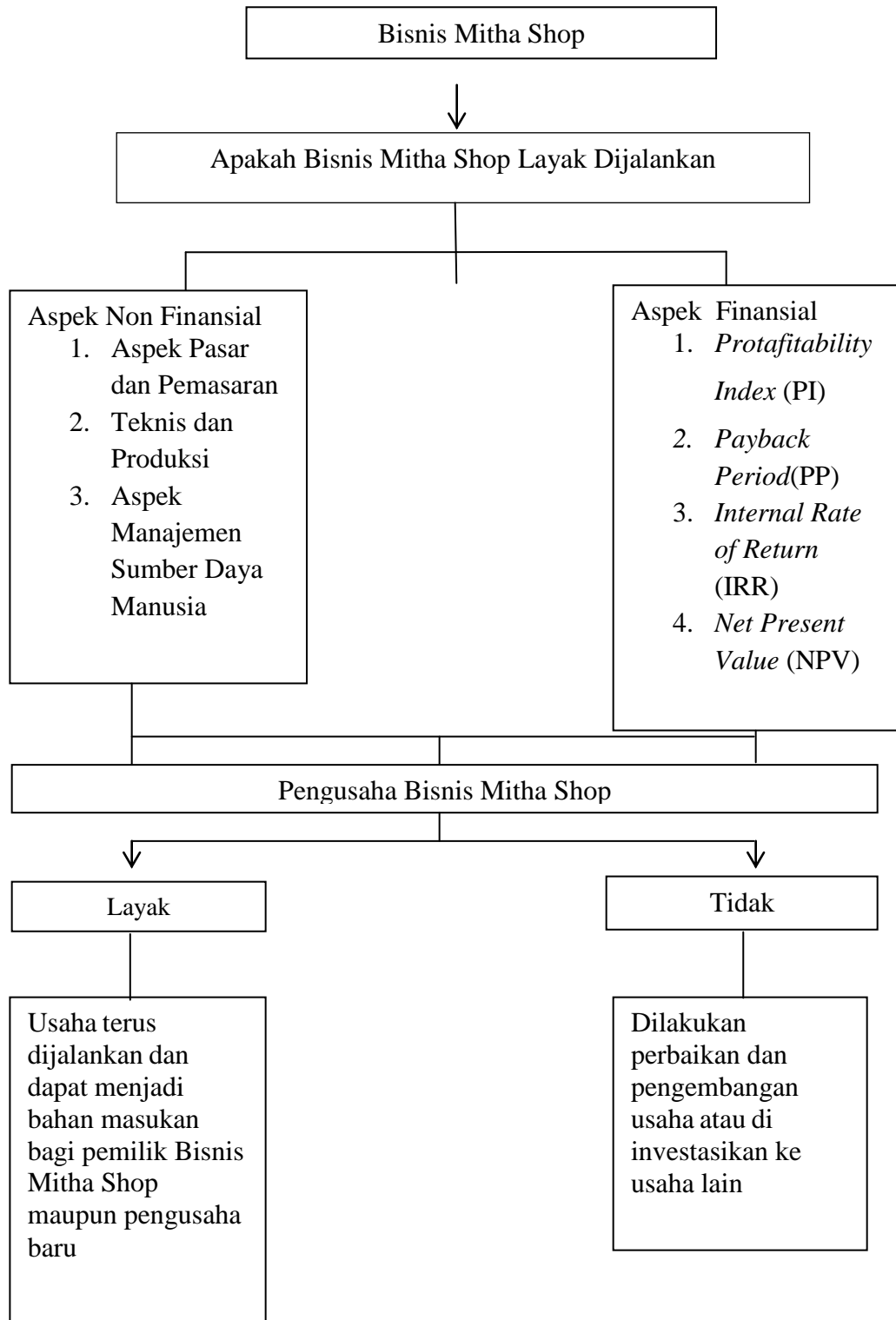
PENELITI	JUDUL	HASIL
Ahmad Arif (2019)	Studi Kelayakan Bisnis Pengembangan Toko Peralatan Memanah <i>Browbrother</i> Indonesia di Wilayah Kota Bogor	NPV sebesar Rp. 131.346.268, IRR sebesar 29,9% dan PI sebesar 1,525 sebelum 6 bulan
Suryadinata (2018)	Studi Kelayakan Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Membudidayakan <i>Sugar Glider</i> di wilayah Bogor	NPV sebesar Rp. 4.089.123, IRR sebesar 25,27 dan PI sebesar 1,36% selama 2 tahun 3 bulan 6 hari
Ibrahim (2017)	Analisis Kelayakan Usaha Restoran Sop Duren Addict Cibubur	NPV sebesar Rp. 1.046.669.632, Net B/C sebesar 11,95, IRR sebesar 247 selama 6 bulan 17 hari

1.3. Kerangka Berpikir

Bisnis perlengkapan bayi memiliki pangsa pasar yang luas karena pasar ini dapat menjangkau seluruh segmen di masyarakat. Setiap keluarga yang memiliki bayi tentunya mereka rela mengeluarkan biaya lebih untuk membeli produk bayi dengan kualitas yang baik. Peluang ini tentunya harus dimanfaatkan oleh para produsen untuk dapat menghasilkan sebuah produk yang diminati oleh keluarga yang memiliki bayi. Oleh karena itu orang tua cenderung akan memilih barang-barang yang memiliki kualitas yang baik. Kualitas tidak hanya soal bahan yang dipakai produk perlengkapan bayi

tersebut kualitas juga mencakup aspek desain, aspek fungsional, keamanan dan kenyamanan saat dipakai untuk si bayi dan ibu. Analisis pengembangan usaha akan menganalisis kelayakan usahanya tersebut bila ditinjau dari berbagai aspek seperti aspek nonfinansial dan aspek finansial. Analisis pada aspek nonfinansial seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasi, aspek hukum, dan aspek manajemen sumber daya manusia.

Sedangkan analisis secara finansial menggunakan alat analisis *profitability index (PI)*, *intern rate of return (IRR)*, *net present value (NPV)*, *payback period (PP)*. Dari hasil analisis ini akan diberikan rekomendasi apakah pengembangan usaha *Thrift shop Hamber.id* layak untuk dijalankan. Menurut Sugiyono (2012:89) kerangka berfikir merupakan sintesa tentang hubungan antara variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian ini terlihat dalam Gambar 2.1.



Gambar 2.1. Kerangka Berpikir Penelitian