

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Entrepreneurship

2.1.1 Hakikat Entrepreneurship

Istilah entrepreneur berasal dari perkataan bahasa Perancis dan secara harafiah berarti perantara (Bahasa Inggris : *between – taker* atau *go – between*), (Winardi 2003, p2). Ada beberapa pengertian lagi menurut ahli – ahli yang lain diantaranya menurut Coulter yang di dalam bukunya mengartikan

Entrepreneurship : the process where by an individual or a group of individual is organized efforts and means to pursue opportunities to create value a grow by fulfilling wants and needs trough innovation and uniqueness, no matter what resources are curently controlled (Coulter, 2001, p6).

Nickels didalam bukunya *Understanding Business* mengartikan entrepreneurship Entrepreneurship : *accepting the risk of starting and running business* yang berarti menerima resiko dari memulai dan menjalankan bisnis (Nickels, 2002, p166).

Menurut Thomas W. Zimmerer kewirausahaan adalah “ *applying creatifity and innovation to solve the problems and to exploit opportunities that people face everyday*” seperti yang dikutip Suryana, M.Si yang berarti kewirausahaan adalah penerapan kreatifitas dan keinovasian untuk memecahkan permasalahan dan upaya untuk memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari (Suryana, 2001, p4).

2.1.2 Entrepreneur

Ada begitu banyak definisi mengenai *Entrepreneur* (wirausaha). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam buku *The First Step To Be An Entrepreneur* karangan Paulus Winarto (2002, p2), entrepreneur adalah orang yang pandai atau berbakat mengenai produk baru,

menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya.

Pendapat Raymond Kao dalam buku yang berjudul *Defining Entrepreneurship* yang dikutip dalam buku *The First Step To Be An Entrepreneur* karangan Paulus Winarto (2002, p2) menyatakan bahwa *entrepreneur* adalah orang yang menciptakan kemakmuran dan proses peningkatan nilai tambah melalui inkubasi gagasan, memadukan sumber daya, dan membuat gagasan menjadi kenyataan; dan *entrepreneurship* (kewirausahaan) adalah suatu proses melakukan sesuatu yang baru

Pakar Manajemen Bisnis yang sedang naik daun, Rhenald Kasali dalam buku *The First Step To Be An Entrepreneur* karangan Paulus Winarto (2002, p3) memberikan definisi yang lebih tegas. *Entrepreneur* adalah seseorang yang menyukai perubahan, melakukan berbagai temuan yang membedakan dirinya dengan orang lain, menciptakan nilai tambah, memberikan manfaat bagi dirinya dan orang lain, karyanya dibangun berkelanjutan (bukan sesaat) dan dilembagakan agar kelak dapat bekerja dengan efektif di tangan orang lain.

Cantillon berpendapat dalam buku *Kewirausahaan* karangan Buchari Alma (2001, p19), bahwa wirausaha sebagai seseorang yang menanggung resiko yang berbeda dengan orang yang memberi modal.

Berdasarkan pendapat Zimmerer dan Norman M. Scarborough (2004, p3), wirausahawan adalah orang yang menciptakan sebuah bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkann sumber daya yang diperlukan utnuK mendirikannya.

Dari beberapa pengertian tentang wirausaha diatas maka dapat disimpulkan bahwa wirausaha adalah kemampuan seseorang untuk berpikir kreatif, inovatif, dan berani mengambil resiko untuk mencapai suatu tujuan yang telah direncanakan.

2.1.3 Karakteristik Entrepreneur

Untuk memudahkan, barangkali akan lebih baik jika kita cukup mengingat lima ciri seorang entrepreneur unggulan yang dikemukakan oleh Paulus Winarto (2002, p3), yaitu :

a) Berani mengambil resiko

Artinya, berani memulai sesuatu yang serba tidak pasti dan penuh resiko. Dalam hal ini tentu tidak semua resiko diambil, melainkan hanya resiko yang telah diperhitungkan secara cermat (*calculated risk*).

b) Menyukai tantangan

Segala sesuatu dilihat sebagai tantangan, bukan masalah. Perubahan yang terus terjadi dan zaman yang serba edan menjadi motivasi kemajuan, bukan menciutkan nyali seorang *entrepreneur* unggulan.

c) Punya daya tahan yang tinggi

Seorang *entrepreneur* harus punya banyak akal (bukan akal-akalan) dan tidak mudah putus asa.

d) Punya visi jauh ke depan

Segala yang dilakukannya punya tujuan jangka panjang meski dimulai dengan langkah yang amat kecil. Ia punya target untuk jangka waktu tertentu. Usahanya bukan letup-letupan sesaat dan bukan pula karena latah (ikut-ikutan).

e) Selalu berusaha memberikan yang terbaik

Entrepreneur akan mengerahkan semua potensi yang dimilikinya. Jika hal itu dirasa kurang, ia akan merekrut orang-orang yang lebih berkompeten agar dapat memberikan yang terbaik kepada pelanggannya.

2.1.4 Alasan menjadi Entrepreneur

Paulus Winarto dalam bukunya *The First Step To Be An Entrepreneur* (2002, p14) berpendapat bahwa ada beberapa alasan orang memilih menjadi entrepreneur, yaitu :

a) Ingin lebih kaya secara materi

Robert Kiyosaki, penulis *The Cashflow Quadrant*, mengatakan bahwa seorang *entrepreneur* sejati (*business owner dan investor*) akan memperoleh *passive income* tanpa harus berkeringat. Kelompok yang berada di sisi kanan kuadran akan menjadi majikan uang (dikejar uang, bukan mengejar uang).

Sebaliknya, seorang karyawan (*employee*) atau self employee (seperti dokter, pengacara, atau profesi lainnya yang dikerjakan seorang diri) harus bekerja keras untuk mendapatkan uang.

b) Ingin lebih bebas

Dengan berwira usaha, seorang *entrepreneur* bisa lebih leluasa. Ia bebas dari jam kantor, sikap *like* dan *dislike* atasan, dan memiliki lebih banyak waktu luang. Bahkan jika perusahaannya telah memiliki sistem yang baik, ia tidak perlu berada di kantornya setiap hari.

c) Ingin mewujudkan impiannya

Dengan berwirausaha, seseorang dapat secara langsung mengaplikasikan ilmu yang dimilikinya dengan lebih leluasa tanpa takut pada peraturan perusahaan, dan dengan berwirausaha ia juga dapat mengaktualisasikan ide-ide kreatifnya untuk mewujudkan impiannya.

d) Kepepet

Ada pepatah yang mengatakan "orang yang kepepet cenderung menjadi kreatif". Pepatah tersebut membuktikan cukup banyak orang yang memutuskan jadi *entrepreneur* karena dipecat sebagai karyawan atau gagal memperoleh pekerjaan karena nilai akademisnya rendah.

2.1.5 Faktor-faktor Penyebab Keberhasilan dan Kegagalan Wirausaha

Keberhasilan dan kegagalan wirausaha sangat tergantung pada kemampuan pribadi wirausaha. Berdasarkan pendapat Thomas W Zimmerer yang dikutip Suryana (2003, p44) :

1. Faktor-faktor keberhasilan tersebut :

- a. Mempunyai ide atau visi bisnis yang jelas.
- b. Mempunyai kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu maupun uang.

- c. Mempunyai semangat dan kerja keras dalam membuat perencanaan usaha, mengorganisasikan dan menjalankannya.
- d. Mempunyai loyalitas dan tanggung jawab terhadap pihak-pihak yang berkait.

2. Faktor-faktor kegagalannya :

- a. Tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan mengelola usaha
- b. Kurang berpengalaman dalam mengelola Sumber Daya Manusia (SDM), mengoperasikan perusahaan, kemampuan mengkoordinasikan, dan lain-lain.
- c. Kurang dapat mengendalikan keuangan, yakni tidak dapat mengatur pengeluaran dan pemasukan secara cermat.
- d. Perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan, sekali gagal dalam perencanaan maka akan mengalami kesulitan dalam pelaksanaan.
- e. Lokasi yang kurang memadai atau kurang strategis menyebabkan perusahaan sukar untuk beroperasi.
- f. Kurangnya pengawasan peralatan yang dapat mengakibatkan alat tidak efisien dan tidak efektif.
- g. Sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam berusaha mengakibatkan usaha yang dilakukan menjadi gagal.
- h. Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan atau transisi kewirausahaan yang disebabkan oleh ketidakberanian untuk mengadakan perubahan dan tidak mampu membuat peralihan setiap waktu.

2.2 Investasi

2.2.1 Pengertian Investasi

Menurut Downes Dan Goudman dalam buku Study Kelayakan Proyek karangan Suratman (2001, P6) berpendapat tentang pengertian investasi sebagai berikut:

".. Investment can refer to financial investment (where an investor puts money into a vehicle) or to an investment of effort and time on the part of individual who wants to reap profits from the success of his labor .. "

Menurut H.M. Yacob Ibrahim dalam buku Studi Kelayakan Bisnis (2003, p133) menyatakan bahwa biaya investasi adalah biaya yang diperlukan dalam pembangunan proyek, terdiri dari pengadaan tanah, gedung, mesin, peralatan, biaya pemasangan, biaya feasibility study dan biaya lainnya yang berhubungan dengan pembangunan proyek.

Pengertian investasi menurut Kasmir dan Jakfar (2003, p7), adalah mengorbankan uang sekarang untuk uang dimasa mendatang. Pengorbanan sekarang mengandung suatu kepastian bahwa uang yang digunakan untuk investasi sudah pasti dikeluarkan. Sedangkan hasil dimasa mendatang bersifat tidak pasti, tergantung kondisi dimasa akan datang. Investasi dapat dilakukan dalam berbagai bidang usaha, oleh karena itu, investasi dibagi menjadi 2 macam, yaitu :

a) Investasi nyata

Merupakan investasi yang dibuat dalam harta tetap seperti tanah, bangunan, peralatan atau mesin-mesin.

b) Investasi financial

Merupakan investasi dalam bentuk kontrak kerja, pembelian saham atau obligasi atau surat berharga lainnya seperti sertifikat deposito.

Berdasarkan pendapat Abdul Halim (2003, p5), investasi merupakan suatu penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. Umumnya investasi dibagi menjadi 2, yaitu :

1. investasi pada financial assete (dilakukan di pasar uang dan pasar modal).
2. investasi real assets (diwujudkan dalam bentuk pembelian asset produktif).

Berdasarkan pendapat Abdul Halim (2003, p6), usulan investasi biasanya dikelompokkan ke dalam 4 golongan, yaitu :

- 1) Investasi penggantian adalah suatu aktifa yang telah aus atau usang diganti dengan aktifa baru, misalnya investasi pada pembelian mesin-mesin baru untuk menggantikan mesin lama dengan tujuan menghemat biaya agar dapat meningkatkan laba.
- 2) Investasi penambahan kapasitas adalah usulan penambahan jumlah mesin atau pembukaan pabrik baru.
- 3) Investasi penambahan jumlah produk baru adalah investasi untuk menghasilkan produk baru disamping tetap menghasilkan produk yang telah diproduksi sebelumnya.
- 4) Investasi lain-lain, misalnya pemasangan alat penerangan ruangan.

Dari beberapa pengertian investasi diatas dapat disimpulkan bahwa investasi adalah pengeluaran yang dikeluarkan pada saat ini untuk membiayai sebuah rencana usaha dengan harapan dapat memperoleh keuntungan di masa yang akan datang.

2.2.2 Ciri-ciri Investasi

Ciri-ciri investasi berdasarkan pendapat Siswanto Sutojo (2000, p2) adalah:

1. Investasi tersebut menyerap dan mengikat dana dalam jumlah besar.
2. Manfaat yang akan diperoleh perusahaan (misalnya keuntungan), baru dapat dinikmati sepenuhnya beberapa masa setelah investasi dilakukan.
3. Tingkat resiko yang ditanggung perusahaan lebih tinggi.
4. Keputusan invesatasi proyek yang keliru, tidak dapat direvisi begitu saja, seperti halnya keputusan memberikan kredit penjualan kepada pelanggan baru secara tidak tepat, tanpa harus menderita kerugian yang cukup besar.

2.2.3 Manfaat Investasi

Manfaat investasi adalah untuk meningkatkan jumlah perdagangan ekspor, menciptakan lapangan kerja baru, dan penghematan pengeluaran devisa (Siswanto Sutojo 2000, p3). Banyak manfaat yang bisa diperoleh dari kegiatan investasi. Di antaranya adalah penyerapan tenaga kerja, peningkatan output yang dihasilkan, penghematan devisa maupun penambahan devisa, dan lain

sebaginya. Yang jelas apabila kegiatan investasi meningkat, maka kegiatan ekonomi pun ikut terpacu pula. Tentu saja apabila kegiatan investasi ini merupakan investasi yang sehat, arti sebenarnya secara ekonomis menguntungkan. Bukan kegiatan investasi yang nampaknya "menguntungkan", tetapi sebenarnya mendapatkan fasilitas, sehingga tidak sehat bagi perekonomian negara tersebut.

2.3 Ekspansi

2.3.1 Pengertian Ekspansi

Berdasarkan pendapat Keown, Scott, Martin, dan Petty (2001,p 231) ekspansi dimaksudkan sebagai perluasan modal, baik perluasan modal kerja saja, atau modal kerja dan modal tetap, yang digunakan secara tetap dan terus – menerus didalam perusahaan.

2.3.2 Bentuk-bentuk Dari Ekspansi

A. *Business expansion* atau ekspansi bisnis adalah

Ekspansi yang dijalankan tanpa mengakibatkan perubahan struktur modal. Dalam bentuk ekspansi ini perusahaan tidak menambah modal kerja saja dengan menggunakan kapasitas produksi yang tersedia didalam perusahaan. Oleh karenanya perusahaan tidak menambah aktiva tetap, maka tidaklah dibutuhkan tambahan modal jangka panjang sehingga tidak mengakibatkan perubahan struktur modalnya. Sering disebut juga ekspansi yang berangsur-angsur.

B. *Financial expansion* atau ekspansi keuangan adalah

Ekspansi yang dijalankan dengan membeli alat produksi tahan lama, memodernisir alat-alat produksi yang lama, mendirikan pabrik baru, mengambil alih perusahaan lain, penggabungan dengan perusahaan lain dan lain-lain. Bentuk ekspansi yang membutuhkan tambahan modal jangka panjang, sehingga bentuk ekspansi ini mengakibatkan perubahan struktur modalnya. Sering disebut ekspansi yang melonjak.

2.3.3 Keuntungan–Keuntungan dari Ekspansi Bagi Perusahaan

1. Adanya produksi yang ekonomis :

- a. Makin besar perusahaan mempunyai kemungkinan yang lebih besar untuk dapat bekerja dengan biaya produksi rata–rata atau harga pokok yang lebih rendah.
- b. Penggunaan yang lebih efisien.
- c. Adanya stabilitasi dalam produksi dan makin berkurangnya kerugian–kerugian karena menganggurnya aktiva–aktiva tetap.

2. Pembelian dan penjualan yang ekonomis :

- a. Kedudukan terhadap penjual lebih kuat, sehingga dapat mengadakan pembelian dengan syarat–syarat yang menguntungkan.
- b. Pembelian dalam jumlah besar, memungkinkan pembelian dapat dilakukan langsung dari sumbernya.

3. Manajemen ekonomis

Manajemen merupakan factor yang konstan, sedangkan bagian-bagian, pabrik, perusahaan yang ditambahkan adalah merupakan faktor-faktor variabel. Ekspansi disini dimaksudkan untuk mencapai titik efisiensi manajemen yang optimal atau untuk mendapatkan imbang yang sebaik-baiknya antara manajemen dengan faktor-faktor variabel tersebut.

4. Pembelanjaan yang ekonomis

Makin besarnya perusahaan memberikan kemungkinan untuk dapat menggunakan modalnya dengan lebih efisien. Apabila perusahaan menuju kepada laba yang maksimal, maka perusahaan akan menambah modalnya sampai laba yang diperoleh dari modal yang diinvestasikan terakhir adalah sama dengan tingkat bunga yang berlaku.

2.4 Studi Kelayakan Bisnis

2.4.1 Pengertian

Pengertian Studi kelayakan menurut buku Studi Kelayakan Bisnis karangan H.M. Yacob Ibrahim (2003, p1), adalah merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima atau menolak dari suatu gagasan / proyek yang direncanakan.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2003, p10) pengertian Studi Kelayakan Bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan atau usaha atau bisnis yang akan dijalankan dalam rangka menentukan layak atau tidaknya usaha tersebut dijalankan.

Menurut Husein Umar (2005, p3) ada sedikit perbedaan pengertian tentang Studi Kelayakan Proyek dengan Studi Kelayakan Bisnis. Menurutnya Studi Kelayakan Proyek adalah merupakan penelitian tentang layak atau tidaknya suatu proyek di bangun berdasarkan jangka waktu tertentu. Sedangkan Studi Kelayakan Bisnis menurut Umar adalah merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya bisnis dibangun, tetapi juga saat di operasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan secara maksimal untuk jangka waktu yang tidak ditentukan.

Pada umumnya suatu studi kelayakan proyek akan menyangkut tiga aspek, yaitu :

1. Manfaat ekonomis proyek tersebut bagi proyek itu sendiri (sering juga disebut sebagai manfaat sosial). Yang berarti apakah proyek itu di pandang cukup menguntungkan apabila di bandingkan dengan resiko proyek tersebut.
2. Manfaat ekonomis proyek tersebut bagi negara tempat proyek itu di laksanakan (sering disebut sebagai manfaat ekonomi nasional). Yang menunjukkan manfaat proyek tersebut bagi ekonomi makro suatu negara.
3. Manfaat sosial proyek tersebut bagi masyarakat sekitar proyek tersebut. Ini merupakan studi yang relatif paling sulit untuk dilakukan.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2003, p22), pihak-pihak yang memerlukan Studi Kelayakan Proyek dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, antara lain :

1. Investor / pemilik usaha

Investor adalah pihak yang menanamkan dana atau modal dalam suatu proyek dengan memperhatikan prospek usaha tersebut.

2. Kreditur / bank

Para kreditur akan terlebih dahulu akan melakukan studi kelayakan deni menjaga keamanan dana yang dipinjamkan.

3. Pemerintah

Bagi pemerintah pentingya Studi Kelayakan Bisnis adalah untuk menyakinkan apakah bisnis yang dijalankan dapat memberi manfaat bagi perekonomian secara umum, seperti mendatangkan visa.

4. Masyarakat luas

Bagi masyarakat luas, Studi Kelayakan Bisnis akan memberikan manfaat seperti lapangan pekerjaan, wilayah yang terisolasi seperti daerah pedesaan akan terbuka, sebagai akibat dari adanya proyek yang dijalankan.

5. Manajemen

Hasil Studi Kelayakan Bisnis merupakan ukuran kerja bagi pihak manajemen perusahaan untuk menjalankan apa saja yang sudah ditugaskan.

Berdasarkan beberapa pengertian Studi Kelayakan Bisnis diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Studi Kelayakan Bisnis adalah sebuah studi yang yang digunakan untuk menganalisa layak atau tidaknya suatu bisnis/proyek dan hasil analisa tersebut dapat dipergunakan untuk pengambilan keputusan selanjutnya.

2.4.2 Tujuan dilakukan Studi Kelayakan

Menurut Kasmir dan Jakfar (2003, p19), Studi Kelayakan Proyek memiliki 5 tujuan, yaitu :

1. Menghindari resiko kerugian

Untuk mengatasi 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 terjadi tanpa dapat diramalkan. Dalam hal ini fungsi Studi Kelayakan adalah untuk meminimalkan resiko yang tidak kita inginkan, baik resiko yang dapat kita kendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.

2. Memudahkan perencanaan

Jika sudah dapat meramalkan apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang, maka akan mempermudah kita dalam melakukan perencanaan dan hal-hal apa saja yang perlu dilaksanakan.

3. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan

Dengan adanya berbagai rencana yang sudah disusun akan sangat memudahkan pelaksanaan bisnis. Para pelaksana yang mengerjakan bisnis tersebut telah memiliki pedoman yang harus diikuti.

4. Memudahkan pengawasan

Dengan telah dilaksanakannya suatu usaha atau proyek sesuai dengan rencana yang sudah disusun, maka akan memudahkan perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha.

5. Memudahkan pengendalian

Apabila dalam pelaksanaan pekerjaan telah dilakukan pengawasan, maka jika terjadi suatu penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga akan dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut.

2.4.3 Manfaat Studi Kelayakan Bisnis

Berdasarkan pendapat Kamaluddin (2004, p2) ada tiga manfaat yang ditimbulkan dari adanya Studi Kelayakan Bisnis, antara lain :

1. Manfaat Finansial

Artinya bisnis tersebut dirasa sangat menguntungkan bagi pelaku bisnis sendiri apabila bisnis tersebut dibandingkan dengan resiko yang akan ditanggung.

2. Manfaat ekonomi nasional

Artinya bisnis tersebut jika dijalankan mampu menunjukkan manfaat makro bagi negara, hal ini bisa ditunjukkan dengan semakin banyak tenaga kerja yang terserap, GNP meningkat dll.

3. Manfaat sosial

Artinya masyarakat sekitar lokasi bisnis tersebut merasa memperoleh manfaat atas bisnis yang dilakukan.

2.4.4 Langkah-langkah Studi Kelayakan Bisnis

Berdasarkan pendapat Suryana (2003, p139) langkah-langkah Studi Kelayakan Bisnis adalah sbb:

1. Tahap penemuan ide atau perumusan gagasan

Tahap dimana wirausaha memiliki ide untuk merintis usaha barunya, ide tersebut kemudian dirumuskan dan diidentifikasi.

2. Tahap memformulasikan tujuan

Tahap perumusan visi dan misi, misalnya apa visi dan misi bisnis yang hendak dicapai setelah jenis bisnis tersebut diidentifikasi.

3. Tahapan analisis

Proses sistematis yang dilakukan untuk membuat suatu keputusan apakah bisnis tersebut layak atau tidak untuk dilaksanakan.

4. Tahap keputusan

Setelah dievaluasi, dipelajari, dianalisis dan hasilnya meyakinkan, maka langkah berikutnya adalah tahapan mengambil keputusan apakah bisnis tersebut layak dilaksanakan atau tidak.

2.4.5 Aspek-aspek Penilaian Studi Kelayakan Proyek

2.4.5.1 Aspek pasar dan pemasaran

Di dalam Studi Kelayakan Proyek, aspek pasar dan pemasaran menempati urutan yang pertama. Pada tahap ini besarnya permintaan produk dan kecenderungan perkembangan permintaan selama masa kehidupan proyek yang akan datang selalu diperkirakan dengan cermat. Mengkaji aspek pasar berfungsi untuk menghubungkan manajemen suatu organisasi dengan pasar yang bersangkutan melalui informasi. Dengan demikian informasi dapat diharapkan untuk meningkatkan kualitas keputusan – keputusan yang diambil.

Di dalam pemasaran terdapat adanya konsep 4P dan 4C yang sudah cukup dikenal, yaitu :

a) Konsep 4P, terdiri dari :

1. Produk (*Product*)

Product disini berarti barang / jasa. Kombinasi perusahaan ditujukan untuk target dasar termasuk di dalamnya variasi, kualitas, desain, nama dagang, features, kemasan, ukuran, layanan, pengembalian, garansi, dan sebagainya.

2. Harga (*Price*)

Price yang dimaksud disini adalah kemampuan / daya beli konsumen akan suatu produk. Berapa nilai uang yang bersedia pelanggan berikan untuk suatu produk sangatlah penting untuk dipertimbangkan dalam penentuan harga jual suatu produk.

3. Tempat (*Place*)

Place yang dimaksud disini adalah menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjadikan produk dapat diperoleh yang tersedia bagi konsumen sasaran. Tempat berhubungan erat dengan potensial buyer, close sales, dan service.

4. Promosi (*Promotion*)

Promotion adalah usaha perusahaan untuk mengkomunikasikan / mengenalkan manfaat dari produknya ke public / potential buyers. Promosi yang efektif dengan memperhatikan target pasar, tempat promosi, jenis promosi, staff yang handal, dan sebagainya.

b). Konsep 4C, terdiri dari :

1. *Customer needs and wants*

Customer needs and wants harus diperhatikan karena perusahaan harus mengetahui keinginan / kebutuhan konsumen agar produk yang di*launching* dapat diserap oleh pasar dengan baik dan mendapatkan tanggapan yang positif sehingga laba dapat diperoleh. Keinghnan konsumen berkaitan dengan tuntutan kebutuhan, perkembangan pengetahuan kebutuhan konsumen, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, dan status sosial yang ada.

2. *Cost to the customer*

Cost to the customer yang dimaksud disini adalah biaya yang dibebankan kepada konsumen sedapat mungkin ditekan. Bisa juga biaya service itu dibuat gratis agar konsumen merespon dengan baik produk yang ditawarkan. Biaya itu juga dapat ditanggung setengah-setengah agar menjadi lebih ringan dan mendapat respon positif dari pelanggan. Berbagai cara / metode pengaturan biaya-biaya tersebut agar konsumen merasa nyaman dan puas.

3. *Convenience*

Produk yang tepat, cara yang tepat, waktu yang tepat akan membuat konsumen merasa senang. Produk / jasa yang sesuai dengan kebutuhan / keinginan konsumen, akan membuat produk / jasa tersebut lebih mudah masuk ke pasar dan lebih / baik tanggapan yang bisa diperoleh. Cara yang tepat dalam penyajian maupun keseluruhan proses *launching* adalah sangat mempengaruhi kesuksesan suatu produk. Waktu peluncuran produk juga sangat berperan dalam hal respon pasar tersebut.

4. *Communication*

Komunikasi yang baik dan lancar antara produsen dan konsumen akan memberi umpan balik yang baik bagi kedua belah pihak. Bagi produsen, produk yang akan dibuat maupun yang akan di*launching* akan mendapat respon yang baik. Sedangkan bagi konsumen, prooduk yang mereka inginkan dapat diperolehnya sehingga kebutuhannya dapat terpeuhi.

Selain konsep-konsep di atas, ada hal penting lainnya yang harus diketahui dalam aspek pasar dan pemasaran yaitu seberapa besar pasar potensial yang ingin dimasuki atau tersedia untuk masa yang akan datang. Untuk mengetahui pasar potensial, maka perlu dilakukan pengukuran terhadap permintaan, baik permintaan saat ini maupun permintaan di masa akan datang.

1. Metode pengukuran permintaan

Pengukuran permintaan dimaksudkan sebagai usaha untuk mengetahui permintaan atas suatu produk atau kelompok produk dimasa yang lalu dan masa sekarang dalam kendala suatu kondisi tertentu. Menurut Husnan dan Muhammad (2001, p46) rumusan yang dapat digunakan yaitu:

$$PE = P + (I - E) + \Delta C$$

Dimana:

PE = Permintaan efektif yang dicari

P = Produksi dalam negeri selama masa yang bersangkutan

I = Import yang dilakukan

E = Export yang dilakukan

ΔC = Jumlah perubahan cadangan produk, yaitu selisih antara persediaan awal dan persediaan akhir.

2. Metode Peramalan Permintaan Produk

Peramalan permintaan produk merupakan suatu usaha untuk mengetahui jumlah produk atau kelompok produk dalam masa yang akan datang, sedangkan metode yang dapat digunakan salah satunya adalah *Metode Time Series*. Metode ini hanya mendasarkan arti pada data yang diperoleh dimasa lalu, jika keadaan masa yang akan datang cukup stabil dalam artian tidak banyak perbedaan dengan data dimasa lampau, metode ini akan dapat memberikan hasil peramalan yang cukup akurat.

Untuk selanjutnya teknik peramalan dengan metode ini hanya dibahas khusus untuk Metode Trend, karena pada dasarnya metode Trend dapat digunakan untuk menjawab data dalam jangka waktu menengah dan panjang.

3. Metode Trend Linier

Dalam metode ini hal yang perlu diperhatikan, jika scatter diagram dari data masa lalu yang tersedia cenderung merupakan garis lurus dan fungsi persamaan dari metode ini adalah:

$Y = a + bx$ = Koefisien a dan b dapat diperoleh dengan :

$$a = \frac{\sum Y}{n} \qquad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Dimana:

X = Deret waktu tertentu.

Y = Perkiraan permintaan / penjualan dalam suatu periode.

n = Jumlah Tahun yang ada.

2.4.5.2 Aspek Teknis

Aspek teknis dan teknologis dibahas setelah usaha / proyek tersebut dinilai layak dari aspek pemasaran. Faktor-faktor yang perlu diuraikan adalah yang menyangkut lokasi usaha / proyek yang direncanakan, sumber bahan baku, jenis teknologi yang digunakan, kapasitas produksi, jenis dan jumlah investasi yang diperlukan disamping membuat rencana produksi selama umur ekonomis proyek.

Mengingat begitu besar peranan dari aspek teknis ini dalam kegiatan usaha / proyek yang direncanakan, maka dalam menyusun studi kelayakan dari suatu gagasan usaha / proyek, aspek ini harus dipertimbangkan dan diperhitungkan secara tepat dan benar dari segi lokasi proyek, luas produksi, proses produksi, penggunaan teknologi (mesin / peralatan), disamping perlu memperhatikan keadaan lingkungan yang berhubungan dengan proses produksi.

Menurut Suad Husnan dan Suwarsono Muhammad (2001, p110), aspek teknis ini merupakan aspek yang berkenaan dengan proses pembangunan proyek secara teknis dan pengoperasiannya setelah proyek tersebut selesai dibangun.

Menurut Barry Render dan Jay Reizer (2001, p272), tata letak (*layout*) merupakan salah satu keputusan yang menentukan efisiensi operasi perusahaan dalam jangka waktu yang panjang.

Tata letak memiliki implikasi strategis karena menentukan daya saing perusahaan dalam hal kapasitas, proses, fleksibilitas, dan biaya serta mutu kehidupan kerja. Beberapa unsur yang harus diperhatikan dalam pembuatan keputusan mengenai tata letak perusahaan yang meliputi :

1. Pertimbangan spasial, seperti simetri, proporsi, tekstur, warna, dan lain – lain.
2. Perencanaan ruangan, mencakup perencanaan interior dan arsitektur perusahaan.
3. Perlengkapan yang menunjukkan status pemilik atau penggunaannya.
4. Tata cahaya yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan dan perusahaan.
5. Warna, bertujuan untuk menggerakkan perasaan dan emosi pelanggan.
6. Pesan – pesan grafis, mencakup penampilan visual, pemilihan lambing perusahaan, pemilihan warna, dan lain – lain.

2.4.5.3 Aspek Manajemen

Yang perlu diuraikan pada bagian ini adalah bentuk kegiatan dan cara pengelolaan dari gagasan usaha / proyek yang direncanakan secara efisien. Apabila bentuk dan sistem pengelolaan telah dapat ditentukan secara teknis dan berdasarkan pada kegiatan usaha, disusun bentuk struktur organisasi yang cocok dan sesuai untuk menjalankan kegiatan tersebut.

Dalam usaha untuk melaksanakan proyek / usaha yang telah dinyatakan *feasible* untuk dikembangkan, peranan manajemen tidak dapat diabaikan untuk keberhasilan dari usaha tersebut. Bagaimanapun baiknya prospek dari gagasan usaha / proyek yang dilaksanakan, tanpa didukung dengan manajemen yang baik, tidak mustahil akan mengalami kegagalan.

Pada umumnya tujuan yang tercantum dalam studi kelayakan adalah tujuan makro yang masih harus dijabarkan ke dalam bentuk mikro sehingga jelas apa yang akan dikerjakan. Berdasarkan pada uraian ini, tugas pokok yang harus dilakukan adalah menyangkut dengan fungsi manajemen, antara lain perencanaan, pengorganisasian, pengarahan pekerjaan, dan pelaksanaan pengawasan.

a. Perencanaan

Tujuan dari gagasan usaha / proyek adalah untuk mendapatkan keuntungan sesuai dengan tujuan yang telah tercantum dalam studi kelayakan. Untuk mencapai tujuan ini masaiah yang diperlukan adalah perencanaan secara menyeluruh beserta kebijakan yang diperlukan, disamping perlu adanya pedoman kerja agar karyawan dapat mengetahui apa yang akan dikerjakan.

Perencanaan dalam anggaran perusahaan juga harus dilakukan dengan sebaik mungkin, seperti membuat anggaran pembelian, anggaran produksi, anggaran penjualan, dan anggaran lainnya disesuaikan dengan kebutuhan dari masing – masing usaha / proyek yang dijalankan.

Perencanaan dalam bidang pengadaan karyawan disesuaikan dengan rencana proses produksi, kegiatan apa saja yang akan dilakukan, persyaratan–persyaratan apa saja yang perlu dilakukan dan berapa jumlah karyawan.

Demikian pula perencanaan dalam bidang produksi, perlu direncanakan jumlah barang yang akan diproduksi, standar kualitas yang ingin dicapai, bahan baku yang diperlukan dan berbagai syarat lainnya. Di pihak lain, yang perlu mendapat perhatian dalam produksi antara lain bahan mentah yang telah dibeli kapan diproses, siapa yang melaksanakan proses, fasilitas apa saja yang diperlukan dalam pelaksanaannya, dan faktor–faktor apa saja yang perlu diperhatikan.

Perencanaan dalam penjualan yang perlu dibuat, antara lain jumlah barang yang akan dijual, bentuk promosi yang diperlukan, cara – cara pendistribusian barang, penetapan harga, daerah penjualan, masalah pengangkutan, masalah pergudangan, dan biaya penjualan. Dalam masalah ini yang perlu mendapat perhatian antara lain rencana penjualan, jumlah permintaan, kualitas barang yang dikehendaki, saluran pemasaran, dan sistem pembayaran.

b. Pengorganisasian

Untuk memudahkan pelaksanaan dari perencanaan yang telah ditetapkan perlu dibentuk kelompok – kelompok kerja dari berbagai aktivitas berdasarkan pada urutan kegiatan, serta

mengelompokan orang – orang ke dalam hubungan kerja dengan sebaik-baiknya sehingga para pekerja dapat bekerja dengan seekonomis mungkin dalam bidangnya masing-masing.

Menurut pendapat Drs. Manulang di dalam bukunya Pengantar Ekonomi Perusahaan yang dikutip oleh Yacob Ibrahim (2003, p129), bentuk-bentuk organisasi dilihat dari hubungan kerja, serta lalu lintas wewenang dan tanggung jawab. Bentuk – bentuk organisasi dapat dibedakan atas 4 bagian yaitu bentuk organisasi garis, bentuk organisasi fungsional, bentuk organisasi garis dan staf, dan bentuk organisasi fungsional dan staf.

c. Pelaksanaan pengarahan

Dalam menjalankan pekerjaan, pimpinan perusahaan atau proyek harus dapat mengarahkan para karyawan untuk mengerjakan pekerjaan dengan cara memberi instruksi, petunjuk, dan lain sebagainya. Untuk mudahnya para karyawan dalam menjalankan tugasnya, pimpinan harus mendelegasikan kekuasaan pada pimpinan menengah, agar mereka dapat melaksanakan tugasnya dan memberikan pertanggungjawaban dari tugas-tugas yang diberikan.

d. Pelaksanaan pengawasan

Pimpinan perusahaan atau proyek harus melakukan pengawasan terhadap kegiatan usaha yang dikerjakan secara teratur. Apakah hasil dari pekerjaan telah sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dan bila terjadi penyimpangan perlu dilakukan tindakan perbaikan agar kesalahan tidak terjadi secara terus-menerus. Untuk mencapai tujuan proyek dalam jangka panjang, sebaiknya dibuat dalam tujuan-tujuan jangka pendek agar lebih mudah dalam pengawasan.

2.4.5.4 Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

Pembentukan struktur organisasi yang dibuat tentu telah didasarkan pada bentuk kegiatan dan cara pengelolaan dari kegiatan usaha / proyek yang direncanakan. Dan berdasarkan struktur organisasi ini pula baru ditentukan jumlah tenaga kerja dan keahlian yang diperlukan. Berapa jumlah tenaga kerja yang diperlukan disesuaikan dengan jenis pekerjaan, struktur yang telah dibentuk, dan jenis keahlian apa saja yang diperlukan, atau kemungkinan akan diadakan

pendidikan ulang dengan dasar pengetahuan yang ditentukan. Apabila gagal dalam pengadaan tenaga kerja yang sesuai dengan pekerjaan yang tersedia, karyawan akan mengalami kesukaran dalam melaksanakan pekerjaan.

2.4.5.5 Aspek Lingkungan

Pertumbuhan dan perkembangan perusahaan berpengaruh terhadap lingkungan sekitar apakah membawa dampak negatif atau positif terhadap masyarakat sekitar atau sebaliknya apakah masyarakat sekitar membawa dampak positif atau negatif terhadap perusahaan.

Salah satu media utama dari aspek ini adalah AMDAL (Analisis Dampak Lingkungan) yang sedang dan telah dikembangkan di beberapa negara maju dengan nama *Environmental Impact Analysis* atau *Environmental Impact Assessment* (EIA). Menurut Umar (2003, p303), AMDAL diperlukan dalam melakukan studi kelayakan dengan dua alasan pokok yaitu:

1. Karena undang-undang dan peraturan pemerintah menghendaki demikian. Hal ini cukup efektif untuk memaksa para pelaksana maupun pemilik proyek yang kurang memperhatikan kualitas lingkungan dan hanya memikirkan keuntungan proyeknya saja tanpa menghiraukan dampak samping yang mungkin ditimbulkan.
2. AMDAL harus dilakukan agar kualitas lingkungan tidak rusak dengan beroperasinya suatu proyek - proyek industri.

Adapun kegunaan daripada AMDAL itu sendiri adalah:

- a. Dalam pengelolaan lingkungan, AMDAL dijadikan sebagai standarisasi dalam menyusun prakiraan dampak yang mungkin ditimbulkan dari proyek yang akan dijalankan. Jika pada kenyataannya dampak lingkungan jauh berbeda dengan standar yang telah ditetapkan dalam AMDAL, maka hal ini mungkin saja disebabkan karena perusahaan melakukan kesalahan dalam penyusunan laporan mengenai AMDAL atau perusahaan tidak mengindahkan laporan AMDAL itu sendiri.

- b. Dalam pengelolaan proyek, AMDAL merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan perizinan selain aspek-aspek studi kelayakan bisnis lainnya seperti aspek teknis dan ekonomis.

2.4.5.6 Aspek Hukum

Analisis dalam aspek ini ditujukan untuk mengidentifikasi beberapa factor yang dapat mempengaruhi layak atau tidaknya dari rencana suatu usaha / proyek dijalankan dari sisi hukum seperti siapa pelaksana bisnis, bisnis apa yang dilaksanakan, waktu pelaksanaan bisnis, dimana bisnis akan dilaksanakan, bagaimana bisnis dilaksanakan, dan peraturan – peraturan serta perundang – undangan yang berlaku. Analisis terhadap aspek ini penting untuk dilaksanakan untuk menghindari pemberhentian suatu rencana usaha / proyek oleh pihak yang berwajib atau protes dari masyarakat setempat.

Berdasarkan pendapat Husnan dan Muhammad (2001, p20) aspek hukum dalam Studi Kelayakan menganalisis tentang:

- a. Bentuk badan usaha yang akan dipergunakan.
- b. Jaminan-jaminan yang bisa disediakan kalau akan menggunakan sumber dana berupa pinjaman.
- c. Berbagai akta, sertifikat, izin yang diperlukan dan sebagainya.

Evaluasi terhadap aspek yuridis perlu dilakukan. Bagi pengelola maupun pemilik proyek, evaluasi ini berguna antara lain untuk kelangsungan hidup proyek serta dalam rangka meyakinkan para kreditur dan investor bahwa proyek yang akan dijalankan tidak menyimpang dari peraturan - peraturan yang berlaku. Seperti diketahui, dalam suatu proyek dimana banyak pihak yang berkepentingan yang bergabung dapat saja terjadi pelanggaran–pelanggaran terhadap kewajiban dari masing–masing pihak, sehingga penegakan aturan menjadi penting untuk dilaksanakan.

2.4.5.7 Aspek Ekonomi, Sosial, dan Politik

Dalam menganalisa kelayakan suatu bisnis lingkungan eksternal perusahaan juga harus dimasukkan dalam perhitungan untuk mengetahui seberapa jauh lingkungan eksternal tersebut menyediakan peluang sekaligus ancaman bagi perusahaan. Disamping itu kegunaan lainnya adalah untuk mengetahui sumbangsih seperti apa yang dapat diberikan oleh perusahaan pada lingkungan eksternal-nya jika usulan proyek perusahaan terealisasikan.

1. Dilihat dari sudut ekonomi

Menurut Husein Umar (2003, p245), informasi tersebut dapat berupa Produk Domestik Bruto, investasi, inflasi, nilai tukar mata uang, kredit, perbankan, anggaran pemerintah, pengeluaran pembangunan, perdagangan luar negeri, dan neraca pembayaran.

Begitu banyak informasi mengenai lingkungan ekonomi secara makro yang tersebar dimasyarakat baik melalui media maupun dilihat dari masyarakat itu sendiri. Informasi tersebut dapat dikumpulkan oleh perusahaan dan diolah menjadi informasi yang penting dalam rangka menyusun suatu kelayakan bisnis.

2. Dilihat dari sisi sosial

Yang perlu diketahui oleh sebuah perusahaan bahwa sebuah perusahaan tidak akan berjalan tanpa adanya dukungan dari masyarakat yang ada di sekitar perusahaan tersebut beroperasi. Dapat dikatakan pula bahwa perusahaan dan masyarakat sekitar hidup dalam suatu tatanan kehidupan yang beragam dan semakin kompleks yang hendaknya tatanan kehidupan tersebut berada dalam sebuah titik keseimbangan. Bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang sosial, khususnya dalam bidang pendidikan, hendaknya fokus utamanya adalah untuk meningkatkan kualitas masyarakat (sumber daya manusia) bukan untuk mengeruk keuntungan yang sebesar-besarnya.

3. Dilihat dari sisi politik

Keadaan politik suatu negara juga dapat mempengaruhi kegiatan perusahaan. Adanya gejolak dalam politik dalam negeri dapat mempengaruhi permintaan maupun penawaran di pasar terhadap barang dan jasa. Hendaknya perusahaan memperhatikan aspek politik dalam

menyusun studi kelayakan bisnis untuk memperkirakan situasi politik yang terjadi saat proyek dibangun dan kemudian diimplementasikan sehingga proyek dapat menjadi layak. Sebagai ilustrasi menurut Husein Umar (2003, p259) berikut ini, menunjukkan betapa keadaan kekuatan politik suatu negara, dalam hal ini Indonesia, mempengaruhi roda perekonomian negara tersebut khususnya dalam hal nilai tukar mata uang Rupiah.

2.4.5.8 Aspek Keuangan

Tujuan dari menganalisa aspek keuangan ini adalah untuk menentukan dan mengembangkan rencana investasi perusahaan dengan melakukan perhitungan biaya dan manfaat yang akan diterima perusahaan pada saat rencana investasi tersebut dikembangkan. Perhitungan tersebut dilakukan dengan membandingkan pengeluaran dan pendapatan dari perusahaan seperti ketersediaan dana, biaya modal, kemampuan proyek untuk membayar kembali dana investasi tersebut dalam jangka waktu yang ditentukan dan juga penilaian pada kelayakan proyek untuk terus berkembang.

1) Kebutuhan dana dan sumbernya

Untuk merealisasikan suatu proyek bisnis, dibutuhkan sejumlah dana untuk investasi perusahaan. Menurut Yacob Ibrahim(2003, p133), biaya investasi adalah biaya yang diperlukan dalam pembangunan proyek, terdiri dari pengadaan tanah, gedung, mesin, peralatan, biaya pemasangan, biaya *feasibility study* dan biaya lainnya yang berhubungan dengan pembangunan proyek.

Selain digunakan untuk pembangunan proyek, dana tersebut juga digunakan untuk modal kerja perusahaan yang merujuk pada semua investasi yang diperlukan untuk aktiva lancar. Menurut Yacob Ibrahim (2003, p133), modal kerja adalah biaya yang dikeluarkan untuk membiayai kegiatan usaha setelah pembangunan proyek siap, terdiri dari biaya tetap (*fixed cost*) dan juga biaya tidak tetap (*variable cost*).

Selain biaya investasi dan modal kerja, yang harus diperhatikan dalam aspek keuangan ini adalah sumber modal. Menurut Uma r(2003, p178), beberapa sumber dana yang penting

antara lain:

- a. Modal yang disetorkan pemilik perusahaan.
- b. Saham yang diperoleh dari penerbitan saham di pasar modal.
- c. Obligasi yang diterbitkan oleh perusahaan dan dijual di pasar modal.
- d. Kredit yang diterima dari bank.
- e. Sewa guna (*leasing*) dari lembaga non-bank.

2) Aliran Kas (*Cash Flow*)

Perhitungan terhadap aliran kas sangat penting untuk dilakukan karena arti laba dalam akuntansi tidak sama dengan pengertian kas masuk bersih bagi investor yang justru lebih penting untuk diketahui. Hal ini menjadi wajar karena hanya dengan aliran kas bersih perusahaan dapat membiayai kewajiban keuangannya. Menurut Husein Umar(2003, p180), kas mempunyai tiga komponen utama yaitu *Initial Cash Flow* yang berhubungan dengan pengeluaran untuk investasi, *Operational Cash Flow* yang biasanya mempunyai selisih neto yang positif yang dapat dipakai untuk mencicil pengembalian investasinya, dan *Terminal Cash Flow* yang merupakan aliran kas dari nilai sisa aktiva tetap yang dianggap sudah tidak mempunyai nilai ekonomis lagi dan pengembalian modal kerja awal.

3) Biaya Modal (*Coast of Capital*)

Yang dimaksudkan dengan biaya modal adalah penentuan berapa besarnya biaya *real* dari masing-masing sumber pendanaan yang digunakan perusahaan dalam menjalankan proyek investasinya. Perusahaan dirasa perlu untuk melakukan perhitungan terhadap biaya penggunaan modal rata-rata keseluruhan sehingga tingkat keuntungan yang layak (*cut off rate*) dari proyek tersebut dapat diidentifikasi. Menurut Husein Umar (2003, p181) untuk menghitungnya, karena garis besar sumber-sumber pembelanjaan terbagi atas utang dan modal sendiri, maka biaya modal dari masing-masing sumber dihitung seperti penilaian investasi dari biaya utang, aliran kas yang dihitung setelah pajak, demikian pula terhadap biaya modal sendiri.

- a. Biaya utang. Biaya ini dapat dibagi menjadi dua jangka waktu yaitu biaya utang dalam jangka panjang dan jangka pendek dimana kedua-duanya dapat dihitung dengan menggunakan konsep *present value*.
- b. Biaya modal sendiri. Biaya ini dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu biaya saham *preferen*, biaya saham biasa, dan biaya laba ditahan. Untuk menghitung biaya saham preferen dapat digunakan cara yang sama dengan penghitungan biaya modal utang. Rumus yang digunakan:

$$PO = \frac{A \times B}{Kp}$$

Dimana:

P0 = harga jual saham saat ini

A = nilai dividen (dalam persen)

B = nilai nominal saham

Kp = biaya saham preferen

Menurut Husein Umar (2003, p184), biaya saham biasa adalah suatu tingkat keuntungan minimal yang harus diperoleh suatu investasi yang dibelanjai oleh saham biasa. Rumus yang digunakan adalah:

$$Ke = \frac{D}{PO}$$

Dimana:

ke = biaya modal dari saham biasa

D = dividen per lembar saham yang konstan setiap kurun waktu tertentu

P0 = harga saham saat ini

Sedangkan biaya laba yang ditahan memiliki prinsip yang sama dengan biaya saham biasa namun perbedaannya adalah bahwa pada biaya ini tidak dikeluarkan biaya untuk melaksanakan proses saham (*floatation cost*).

4) *Initial dan Operational Cash Flow*

Yang dimaksudkan dengan *initial cash flow* adalah dana yang digunakan untuk mendanai dalam pelaksanaan proyek investasi sedangkan yang dimaksud dengan *operational cash flow* adalah rencana keluar-masuknya dana jika proyek tersebut telah rampung dan dioperasionalkan.

5) Analisis Kepekaan (*Sensitivity Analysis*)

Ketidakpastian adalah unsur yang perlu mendapat perhatian khusus dari perusahaan karena dengan adanya unsur tersebut hasil perhitungan di atas kertas dapat menyimpang jauh dari kenyataan yang terjadi. Ketidakpastian ini dapat menyebabkan berkurangnya kapabilitas suatu proyek bisnis dalam beroperasi untuk mencapai keuntungan maksimal bagi perusahaan. Manfaat dari analisis kepekaan ini adalah untuk memaksa manajer mengidentifikasi variabel-variabel yang belum diketahui dan mengungkapkan taksiran-taksiran yang yang tidak tepat. Kekurangan dari analisis ini adalah bahwa nilai-nilai dari optimistis dan pesimistis bersifat sangat relatif dan bahwa, bisa jadi, variabel-variabel yang mendasarinya saling berhubungan.

6) Penilaian dan Pemilihan Investasi

Analisis kriteria investasi yang dimaksudkan disini adalah mengadakan perhitungan mengenai feasible atau tidaknya usaha / proyek yang dikembangkan dilihat dari segi kriteria investasi. Penilaian terhadap investasi dan melakukan analisis terhadap urutan prioritas dapat dilakukan dengan beberapa cara, antara lain :

a. Metode Penilaian Investasi

Dalam aspek keuangan perlu dilakukan analisis terhadap aliran kas yang akan terjadi. Terdapat empat metode yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk dipakai dalam penilaian aliran kas dari investasi, yaitu metode *Net Present Value*, *Internal Rate of Return*, *Payback Period*, dan *Profitability Index* serta *Break Even Point*.

Menurut Keown, Scott, Martin, dan Petty (2001, p311) *Net Present Value* atau Nilai Bersih Sekarang adalah teknik anggaran modal yang didefinisikan sebagai nilai sekarang arus bersih masa depan setelah pajak dikurangi pengeluaran awal proyek.

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1 + K)^t}$$

Dimana:

CF = aliran kas per tahun pada periode t

I_0 = investasi awal pada tahun 0

K = suku bunga (*discount rate*)

Menurut Husein Umar(2003, p201), kriteria penilaian dari metode ini adalah:

- a. Jika $NPV > 0$, maka usulan proyek diterima
- b. Jika $NPV < 0$, maka usulan proyek ditolak
- c. Jika $NPV = 0$, nilai perusahaan tetap walau usulan proyek diterima atau ditolak

Menurut Keown, Scott, Martin, dan Petty (2001, p314) *Internal Rate of Return* (IRR) adalah teknik anggaran modal yang mencerminkan tingkat pengembalian yang menyeimbangkan nilai masukan sekarang dengan nilai keluaran sekarang. Rumus yang digunakan:

$$I_0 = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1 + IRR)^t}$$

Dimana:

t = tahun ke

n = jumlah tahun

I_0 = nilai invesasi awal

CF = arus kas bersih

IRR = tingkat bunga yang dicari harganya

Kriteria penilaian dari metode ini adalah jika IRR yang dihasilkan lebih besar dari *rate of return* yang ditentukan maka investasi dapat diterima. Terdapat rumus IRR yang menggunakan interpolasi, yaitu:

$$IRR = P_1 - C_1 \times \frac{-P_2 - P_1}{C_2 - C_1}$$

Menurut Keown, Scott, Martin, dan Petty (2001, p308), *Payback Period* (PP) adalah jumlah tahun yang dibutuhkan untuk menutupi pengeluaran awal. Dengan kata lain, metode ini merupakan rasio antara *initial cash investment* dengan *cash inflow*-nya dan hasilnya ditetapkan dalam satuan waktu. Rumus yang digunakan:

$$PP = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Kas Masuk Bersih}} \times 1$$

Adapun kriteria dari penilaian dengan metode ini adalah bahwa jika *Payback Period* lebih pendek daripada *maximum Payback Period*-nya maka proyek investasi tersebut layak untuk dijalankan. Metode ini cukup sederhana untuk digunakan oleh karenanya masih terdapat kelemahan dalam menggunakan metode ini. Kelemahan utamanya adalah bahwa metode ini tidak memperhatikan konsep nilai waktu dari uang dan juga tidak memperhatikan aliran kas masuk setelah *payback*.

Menurut Keown, Scott, Martin, dan Petty (2001, p312), *Profitability Index* adalah rasio nilai sekarang dari arus kas bersih pada masa depan terhadap pengeluaran awalnya. Rumus yang digunakan:

$$PI = \frac{PVKasMasuk}{PVKasKeluar}$$

Kriteria penilaian untuk metode ini adalah bahwa jika $PI > 1$, maka usulan proyek dikatakan menguntungkan namun jika $PI < 1$, maka usulan proyek tidak menguntungkan.

Menurut Husein Umar (2003, p202), analisis pulang pokok (*Break Even Point*) adalah suatu media analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar beberapa variabel di dalam kegiatan perusahaan, seperti luas produksi atau tingkat produksi yang dilaksanakan, biaya yang dikeluarkan, serta pendapatan yang diterima perusahaan dari kegiatannya. Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dimaksud adalah biaya yang terbagi menjadi tiga yaitu biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi-variabel. Dengan menggunakan regresi linear yang mempunyai persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b \cdot X$$

Dimana:

Y = jumlah biaya semi variable

a = jumlah biaya tetap

b = biaya variabel per unit

X = luas produksi

Setelah menentukan semua konstanta di atas, selanjutnya perhitungan pulang pokok dapat dilakukan dengan rumus:

$$TR = TC \text{ atau } Q \cdot P = a + b \cdot X$$

Dimana:

Q = tingkat produksi (unit)

P = harga jual per unit

A = biaya tetap

Jika dilakukan analisis lebih lanjut lagi dimana yang dianalisa adalah jumlah produksi untuk mencapai titik pulang pokok maka rumus yang digunakan adalah :

$$X = (a / P - b)$$

Dan jika yang dicari adalah nilai atau total harga untuk mencapai titik pulang pokok maka rumus yang digunakan adalah:

$$X.P = \frac{a}{\frac{(1-b)}{P}}$$

b. Pilihan *Leasing* atau Beli.

Perusahaan terkadang dihadapkan pada suatu dilema dimana perusahaan harus memilih antara membeli atau menyewa, katakanlah, suatu sistem informasi. Maka untuk mencari jalan keluarnya adalah dengan membanding biaya leasing dengan harga yang ditawarkan jika perusahaan ingin mengembangkan sistem informasi untuk memperlancar operasionalnya. Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai leasing adalah:

$$NAL = I_0 - \sum \frac{L_t(1-T) + TDep_t}{\{1 + (1-T)K_b\}}$$

Dimana :

NAL= *Net Advantage of Leasing*

I_0 = Harga fasilitas (aktiva tetap)

L_t = Pembayaran sewa secara periodik

Dep_t = Jumlah beban penyusutan dalam periode t

K_b = Biaya utang sebelum pajak

T = Tarif pajak

n = Umur penyusutan dan umur ekonomis

Kriteria penilaian dari metode ini adalah :

Jika, nilai NAL = 0, maka biaya membeli sama dengan biaya *leasing*.

Jika, nilai NAL > 0, maka biaya membeli lebih besar dari biaya *leasing*.

Jika, nilai NAL < 0, maka biaya membeli lebih kecil dari biaya *leasing*.

c. Urutan prioritas

Bila perusahaan dihadapkan pada situasi dimana perusahaan harus menentukan prioritas daripada rencana-rencana investasinya, maka proses pengurutan prioritas dapat digunakan. Menurut Husein Umar (2003, p207-209), terdapat lima skenario pengurutan prioritas:

1. *Mutually Exclusive* (saling meniadakan)

Dalam skenario ini jika perusahaan memilih proyek A maka proyek-proyek lain ditiadakan. Instrumen pengukuran yang cocok digunakan pada skenario ini adalah metode *Net Present Value* (NPV) atau *Internal Rate Return* (IRR) tergantung pada persoalan yang dihadapi dan karakteristik keduanya.

2. *Contingency* (saling terkait)

Dalam skenario ini jika perusahaan memilih proyek A yang erat hubungan dengan proyek B, maka proyek B atau yang lainnya diikutsertakan juga. Metode-metode yang dapat digunakan dalam skenario ini adalah *Profitability Index* (PI), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate Return* (IRR), dan lainnya.

3. *Independence* (saling bebas)

Dalam skenario ini jika perusahaan memilih proyek A sesuai dengan kelayakannya dan ternyata proyek B (bertolak belakang dengan proyek A dalam hal jenis investasi) juga memiliki kelayakan untuk dijalankan maka keputusan terhadap proyek mana yang akan direalisasikan harus dipelajari kemudian karena dianggap tidak berkaitan.

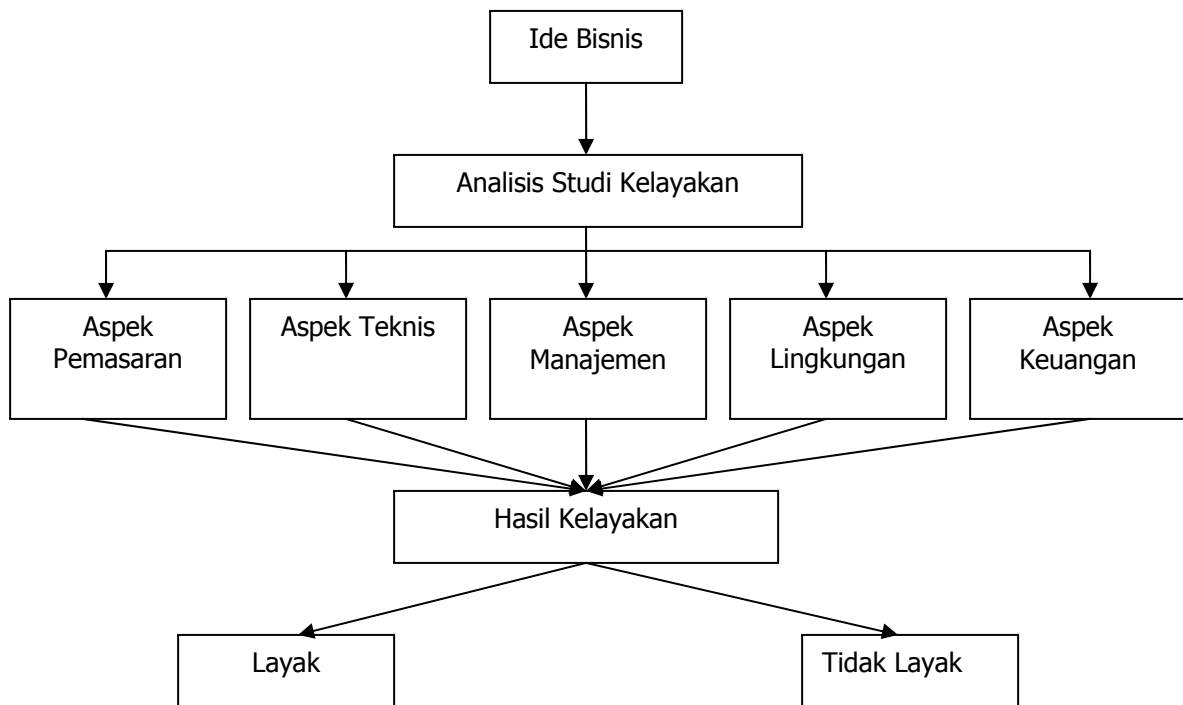
4. *Capital Budget Constrain* (Keterbatasan keuangan)

Dalam skenario ini dimana perusahaan dihadapkan pada keterbatasan dana maka proyek yang akan direalisasikan hanya satu atau beberapa yang memenuhi syarat kelayakan yang telah dijelaskan.

5. *Cost Effectiveness* (Biaya Efektif)

Dalam situasi seperti ini pengurutan pengerjaan proyek didasarkan pada sumber daya yang mendesak untuk segera digunakan, seperti tenaga kerja yang menganggur.

2.5 Kerangka Pemikiran



Sumber : Gambar diolah

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

Dari gambar 2.1 dapat dilihat bahwa penelitian ini berawal dari adanya sebuah ide bisnis yang kemudian penelitian berlanjut dengan analisis kelayakan sebuah proyek. Dalam analisis kelayakan sebuah proyek, mencakup beberapa aspek penelitian, seperti aspek pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen, aspek lingkungan, aspek keuangan. Setelah melakukan analisis terhadap aspek-aspek tersebut maka akan ditentukan apakah proyek tersebut layak dijalankan atau tidak layak untuk dijalankan.

2.6 Metode Penelitian

2.6.1 Jenis dan metode penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah studi kasus yang membahas aspek-aspek yang berhubungan dengan ekspansi usaha, dan metode yang digunakan adalah

metode deskriptif. Penelitian dengan metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, kemudian diolah, diinterpretasikan, dan dianalisis sehingga mendapatkan gambaran mengenai suatu hal secara sistematis, faktual, dan akurat.

2.6.2 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

Ada beberapa data yang diperlukan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Data ini dapat dikumpulkan melalui beberapa cara, antara lain kuisisioner, observasi, dan hasil pengujian. Data primer ini sangat diperlukan, karena dengan data ini penulis dapat mengetahui mengapa peternakan ini ingin melakukan ekspansi, cara apa yang digunakan peternakan ini dalam melakukan ekspansi, dan aspek-aspek apa saja yang relevan di dalam ekspansi peternakan ini.

Data yang termasuk dalam data primer penelitian ini, antara lain :

a. Lokasi

Biasanya penulis dapat mengetahui seberapa besar lokasi yang akan digunakan untuk ekspansi peternakan ini dan juga penulis dapat mengetahui harga lokasi yang akan digunakan untuk ekspansi. Penulis dapat mendapatkan data-data tersebut dengan cara mewawancarai pemilik peternakan atau dengan cara observasi lapangan.

b. Lingkungan

- Penduduk sekitar
- Analisis AMDAL

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui beberapa media perantara (diperoleh dan di catat pihak lain). Pada umumnya data skunder ini berupa catatan, laporan histories, atau berupa bukti.

Yang termasuk dalam data skunder dalam penelitian ini, antara lain :

a. Data pasar

Menjabarkan tentang keadaan pasar yang berhubungan industri lobster air tawar ini dan meramalkan keadaan pasar untuk masa yang akan datang.

b. Laporan keuangan

a) Laporan perkembangan penjualan.

b) Neraca.

c) Proyeksi Rugi/laba.

c. Data investasi perusahaan

a) Struktur modal investasi.

b) Struktur modal kerja.

Data-data yang ada dalam skripsi ini dikumpulkan dengan dua cara, yaitu :

1. Metode penelitian lapangan

Dengan cara ini, penulis harus mendatangi peternakan lobster yang akan diteliti usahanya.

Cara ini digunakan penulis untuk mendapatkan data primer dari peternakan lobster terkait.

Dalam metode ini ada dua kegiatan yang akan dilakukan oleh penulis, yaitu:

a) Wawancara

Cara ini dilakukan dengan mewawancari langsung dengan pihak – pihak yang terkait seperti :

- Pemilik usaha

Informasi yang di peroleh dapat berupa rencana apa saja yang akan dilakukan peternakan ini untuk masa yang akan datang, visi misi perusahaan, aspek yang diperlukan dalam pengelolaan dan operasional perusahaan, dan perkembangan dan kebutuhan ekspansi untuk menjawab permintaan produk.

- Pekerja perusahaan

Informasi yang diperoleh dapat berupa informasi tentang bagaimana pembudidayaan lobster, cara pembesaran lobster, dan hal-hal lain yang berhubungan dengan peternakan tersebut.

- Pelanggan / konsumen

Informasi yang diperoleh dapat berupa opini kepuasan pelanggan akan pelayanan peternakan lobster terkait.

b) Pengamatan / observasi

Observasi / pengamatan harus dilakukan oleh penulis, agar penulis dapat mengetahui keadaan lapangan yang sebenarnya. Pengamatan dilakukan secara langsung dengan mendatangi peternakan lain yang bergerak di bidang yang sama, mengamati system cara kerja perusahaan dalam proses produksi, dan mengamati saluran penjualan produknya.

2. Metode penelitian kepustakaan

Metode ini dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku dan sumber kepustakaan lainnya yang bersifat teoritis. Cara lain dapat juga mencari sumber-sumber bacaan dari internet. Cara ini ditujukan agar penulis memperoleh data skunder dan landasan teori sebagai acuan. Penelitian ini dapat dilakukan dengan menganalisis :

- Laporan keuangan

a) Mencatat penjualan dalam suatu periode tertentu.

b) Mencatat segala harta dan kewajiban perusahaan yang dimiliki.

c) Mengumpulkan data tentang harga pokok penjualan dan biaya operasional perusahaan.

- Data pasar dan Industri

a) Proyeksi permintaan produk dari tahun ke tahun.

b) Memperkirakan dan menghitung penjualan dari waktu ke waktu.

c) Membuka situs web tentang permukiman dan perumahan

- Data investasi dan persediaan perusahaan
 - a) Mencatat dan menghitung peralatan yang dibutuhkan perusahaan untuk operasional.
 - b) Mencatat dan menghitung tenaga kerja, bahan-bahan yang dibutuhkan serta biaya umum yang dikeluarkan perusahaan.

2.6.3 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indicator	Ukuran
Penilaian kelayakan usaha	Aspek – aspek penilaian :		
	1. Aspek pasar dan pemasaran	- Market space - Market share	- Metode deskriptif kualitatif - Metode deskriptif kualitatif
	2. Aspek teknis	- Lokasi - Luas produksi - Proses produksi - Layout	- Subjektif - metode deskriptif kualitatif - metode deskriptif kualitatif - metode deskriptif kualitatif
	3. Aspek manajemen	- Pengorganisasian - Pengadaan tenaga kerja	- metode deskriptif kualitatif - metode deskriptif kualitatif
	4. Aspek lingkungan	- Lingkungan, social, dan ekonomi	- metode deskriptif kualitatif
	5. Aspek keuangan	- Dana investasi	- metode deskriptif kuantitatif
		- Besarnya biaya modal yang dibutuhkan	- modal sendiri
		- Cash flow	- initial cash flow - operational cash flow - terminal cash flow
	- Penilaian investasi : <ul style="list-style-type: none"> • Payback Period • IRR • NPV • PI 	$PP = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Kas Masuk Bersih}} \times 1$ $NPV = 0, IRR = K$ $NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1 + K)^t}$ $PI = \frac{PV \text{ kas masuk}}{PV \text{ Kas Keluar}}$	

2.6.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah Metode Proyeksi Kualitatif dan Metode Deskriptif Kuantitatif.

a. Metode Proyeksi Kualitatif:

1. Observasi yaitu Menjelaskan peneliti dalam mengamati dan mencatat proses perilaku subjek (orang), objek (benda), atau kejadian yang sistematis secara langsung pada lokasi yang dituju.
2. Survei yaitu Menjelaskan Peneliti dalam mengumpulkan data yang terkait dengan masalah yang diteliti, dengan melakukan pertanyaan baik lisan maupun tulisan dengan pihak yang terkait.
3. Permintaan Produk yaitu Membahas kenaikan dan penurunan permintaan produk dalam suatu periode tertentu.
4. Prospek Usaha yaitu Menjelaskan peluang yang mungkin diraih dari perluasan usaha ini dimasa yang akan datang.

b. Metode Deskriptif Kuantitatif:

Metode Penilaian Investasi

1. Biaya Modal = Tingkat Deposito + Sejumlah resiko usaha
2. Cash Flow

Initial Cash Flow = - I_0 (Investasi Awal)

Operational Cash Flow = EAT + Penyusutan

Terminal Cash Flow = Pengembalian Modal Kerja + Nilai Sisa

Analisis *Sensitivitas*

a) Skenario Moderat, dengan asumsi:

- Penjualan akan mengalami kenaikan 10%.
- Biaya operasional mengalami kenaikan 7 %

b) Skenario Optimistik, dengan asumsi:

- Penjualan akan mengalami kenaikan 15%.

- Biaya operasional akan mengalami kenaikan sebesar 5 %.

c) Skenario Pesimistik, dengan asumsi:

- Penjualan tidak mengalami kenaikan pada tahun pertama hingga sampai pada tahun ke-3 usaha sebesar 3 %.

- Biaya operasional akan mengalami kenaikan sebesar 10 %.

3. NPV (*Net Present Value*)

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1 + K)^t}$$

4. IRR (*Internal Rate Of Return*)

IRR → NPV = 0, Maka IRR = K

5. *Payback Period*

$$PP = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Kas Masuk Bersih}} \times 1 \text{ tahun}$$

6. PI (*Profitability Index*)

$$PI = \frac{\text{PV Kas Masuk}}{\text{PV Kas Keluar}}$$

2.6.5 Kelemahan Teknik Analisis Data

Berdasarkan pendapat Umar (2003, p198), kelemahan analisis kepekaan / sensitivitas antara lain :

1. Sangat relatifnya nilai-nilai dari scenario optimis, moderat, dan pesimis itu sendiri yang sangat tergantung dari tingkat suku bunga dan resiko atas jenis suatu usaha yang akan dijalankan.
2. mengenai variable-variabel yang mendasarinya bisa jadi saling berhubungan.
3. dalam metode penilaian investasi baik itu : Payback Period, NPV, IRR, dan PI semuanya memiliki kelebihan dan kekurangan yang antar lain :

Kekurangan

a. Dalam metode *Payback Period*

- Perhitungannya mengabaikan nilai waktu uang
- Diabaikannya aliran kas setelah periode *payback*

Kelebihan

a. Metode NPV, IRR, dan PI memiliki kesamaan yaitu :

- Diperhatikannya nilai waktu uang sekarang maupun dimasa yang akan datang.
- Menggunakan dasar aliran kas perusahaan

4. kadang timbul kebimbangan bila hasil yang diharapkan tidak sesuai dengan kenyataan atau dari metode-metode penilaian investasi menghasilkan nilai yang berbeda satu dengan lainnya.