

BAB 2

LANDASAN TEORI dan KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kewirausahaan

2.1.1. Pengertian Kewirausahaan

Menurut pendapat Zimmerer dan 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 menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikannya."

Menurut pendapat Kasmir (2006, p16) "wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan." Berjiwa berani mengambil risiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti.

Menurut pendapat Peter F. Drucker yang dikutip oleh Kasmir (2006, p17) "kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda." Pengertian ini mengandung maksud bahwa seorang wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, berbeda dari yang lain.

Menurut pendapat Suryana (2001, p4) "kewirausahaan pada hakikatnya adalah sifat, ciri, dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif.

Menurut pendapat Hendro (2006, p21) "*entrepreneur* adalah suatu kemampuan untuk mengelola sesuatu yang ada dalam diri anda untuk

dimanfaatkan dan ditingkatkan agar lebih optimal (baik) sehingga bisa meningkatkan taraf hidup anda di masa mendatang.

Menurut pendapat Amin (2004, p1) "wirausaha (*Entrepreneur*) adalah seseorang yang bertanggung jawab untuk mengorganisasi, mengelola dan menanggung risiko usaha.

Menurut pendapat Fuad et.all (2005, p38) "Kewiraswastaan (*Entrepreneurship*) adalah kemampuan dan kemauan seseorang untuk berisiko dengan menginvestasikan dan mempertaruhkan waktu, uang, dan usaha, untuk memulai suatu perusahaan dan menjadikannya berhasil.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah orang yang memiliki kemauan dan kemampuan untuk mewujudkan gagasan yang inovatif, kreatif yang baru, berbeda dari yang lainnya, dan dapat menangkap peluang, serta berani mengambil resiko dan ketidakpastian untuk membuka usaha demi mencapai keuntungan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikan.

2.1.2. Ciri-Ciri Wirausahawan yang Berhasil

Berwirausahaan tidak selalu memberikan hasil yang sesuai dengan harapan dan keinginan pengusaha. Tidak sedikit pengusaha yang mengalami kerugian dan akhirnya bangkrut. Namun, banyak juga wirausahawan yang berhasil untuk beberapa generasi. Bahkan, banyak pengusaha yang semula hidup sederhana menjadi sukses dengan ketekunannya.

Berikut ini adalah ciri-ciri atau karakteristik wirausahawan yang dikatakan berhasil menurut Kasmir (2006, p27):

1. Memiliki visi dan tujuan yang jelas.

Hal ini berfungsi untuk menebak ke mana langkah dan arah yang dituju sehingga dapat diketahui apa yang akan dilakukan oleh pengusaha tersebut.

2. Inisiatif dan selalu proaktif

Ini merupakan ciri mendasar di mana pengusaha tidak hanya menunggu sesuatu terjadi, tetapi terlebih dahulu memulai dan mencari peluang sebagai pelopor dalam berbagai kegiatan.

3. Berorientasi pada prestasi

Pengusaha yang sukses selalu mengejar prestasi yang lebih baik daripada prestasi sebelumnya. Mutu produk, pelayanan yang diberikan, serta kepuasan pelanggan menjadi perhatian utama. Setiap waktu segala aktivitas usaha yang dijalankan selalu dievaluasi dan harus lebih baik dibanding sebelumnya.

4. Berani mengambil risiko

Hal ini merupakan sifat yang harus dimiliki seorang pengusaha kapan pun dan di mana pun, baik dalam bentuk uang maupun waktu.

5. Kerja keras

Jam kerja pengusaha tidak terbatas pada waktu. Dimana ada peluang di situ ia datang. Kadang-Kadang seorang pengusaha sulit untuk mengatur waktu kerjanya. Benaknya selalu memikirkan kemajuan usahanya. Ide-ide baru selalu mendorongnya untuk bekerja keras merealisasikannya. Tidak ada kata sulit dan tidak ada masalah yang tidak dapat diselesaikan.

6. Bertanggung jawab

Seorang wirausahawan harus bertanggung jawab terhadap segala aktivitas yang dijalankannya, baik sekarang maupun yang akan datang.

Tanggung jawab seorang pengusaha tidak hanya pada material, tetapi juga moral kepada berbagai pihak.

7. Komitmen

Komitmen pada berbagai pihak merupakan ciri yang harus dipegang teguh dan harus ditepati. Komitmen untuk melakukan sesuatu memang merupakan kewajiban untuk segera ditepati dan direalisasikan.

8. Mengembangkan dan memelihara hubungan baik

Seorang wirausahawan harus mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak, baik yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankan maupun tidak. Hubungan baik yang perlu dijalankan antara lain kepada para pelanggan, pemerintah pemasok, serta masyarakat luas.

2.1.3. Modal yang Diperlukan untuk Menjadi Wirausaha Sukses

Ketika berbicara tentang modal dalam berbisnis, semua orang pasti berpikir bahwa mereka tidak mempunyai "modal", karena yang mereka maksud dengan modal itu hanyalah sebatas uang/ investasi dan operasional. Sebenarnya modal berupa uang adalah 10% dari semua modal yang dibutuhkan untuk menjadi seorang wirausahawan yang sukses. Selain modal berupa uang, menurut Hendro (2006, p97) terdapat modal-modal lain yang tidak kalah pentingnya yaitu:

1. Pengalaman anda

Modal yang paling penting adalah pengalaman anda. ini bisa digunakan sebagai titik sentral anda di dalam menentukan jenis usaha yang akan anda geluti, menciptakan peluang atau menyurvei pasar dan sebagai dasar utama untuk sukses. Tidak ada modal yang paling penting selain pengalaman anda.

2. Pengetahuan (*Knowledge*)

Orang yang memiliki modal berupa uang yang banyak tetapi tidak memiliki pengetahuan yang cukup tidak akan bisa memulai dan memutuskan untuk berbisnis. Jadi uang adalah nomor sekian, pengetahuan adalah yang lebih penting setelah pengalaman anda.

3. Keahlian (*Skill*)= kebiasaan+Pengetahuan

Jika memiliki keahlian tertentu maka akan membuat seseorang jauh lebih mudah dalam menjalankan bisnisnya. Bisnis yang dilandasi oleh keahlian akan mendapatkan kecepatan tumbuh lebih besar dibandingkan bisnis yang tidak dilandasi oleh keahlian.

4. Keberanian (Kemampuan mengatasi rasa takut)

Bila orang ingin berbisnis yang penting bukan berani dengan nekat, melainkan mampu mengatasi rasa takut untuk memamanajemenkan risiko yang akan datang. Mengambil risiko itu dapat dilakukan oleh semua orang, tetapi risiko yang diambil itu perlu di perhitungkan, dikelola, diantisipasi, dan dipersiapkan dengan matang dan tepat.

5. Konsep Bisnis

Konsep bisnis itu seperti kompas bagi sebuah kapal yang ingin berlayar. Tanpa itu, kapal akan berlayar tanpa tujuan yang pasti dan tinggal menunggu waktu untuk dihempaskan oleh gelombang, karena berlayar tanpa arah dan metode yang benar.

6. Jaringan relasi (*Networking*)

Bila memiliki modal *network* yang baik, maka akan menjadi modal yang lebih baik dari sekadar modal uang. Banyak orang sukses yang berawal dari modal ini.

7. Gairah dan semangat (*Spiritual Support*)

Berbisnis tanpa disemangati dan didukung oleh lingkungan (teman, keluarga, dan lainnya) akan terasa seperti sebuah kapal berlayar dengan lampu padam, tidak bergairah dan sepi-sepi saja.

8. Kreativitas dan Inovasi

Semua hal di atas juga seolah-olah tidak ada manfaatnya bila tidak mencoba melatih dan mempunyai kreativitas untuk menciptakan peluang, inovasi dan improvisasi untuk tumbuh kembangnya bisnis anda.

9. Uang/ aset (*Equity*)

Modal uang tidak kalah penting, tetapi mutlak bahwa tanpa uang kita tidak bisa berbisnis atau berwiraswasta. Ibarat kita mau berpergian dengan memilih naik mobil, tetapi tidak ada bensin sedikitpun.

10. Keberuntungan (*Lucky*)

Modal ini berasal dari yang diatas, tetapi kita bisa mempersiapkan, menunggu, dan mengamati kapan keberuntungan akan datang untuk kita, sehingga kita akan siap menerima keberuntungan tersebut.

2.1.4. Faktor-Faktor Penyebab Keberhasilan dan Kegagalan Wirausaha

Keberhasilan dan kegagalan wirausaha sangat tergantung pada kemampuan pribadi wirausaha itu sendiri. Berdasarkan pendapat Zimmerer yang dikutip oleh Suryana (2003, p44) faktor-faktor penyebab keberhasilan dan kegagalan wirausaha adalah:

1. Faktor-faktor penyebab keberhasilan:
 - a. Mempunyai ide atau visi bisnis yang jelas
 - b. Mempunyai kemauan dan keberanian untuk menghadapi risiko 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 terkait.
2. Faktor-faktor penyebab kegagalan:
- a. Tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan mengelola usaha.
 - b. Kurang berpengalaman dalam mengelola sumber daya manusia, mengoperasikan perusahaan, kemampuan mengkoordinasikan, dan lain-lain.
 - c. Kurang dapat mengendalikan keuangan yakni tidak dapat mengatur pengeluaran dan penerimaan 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 tidak strategis menyebabkan perusahaan sukar untuk beroperasi.
 - f. Kurangnya pengawasan peralatan yang dapat mengakibatkan alat tidak efisien dan 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.

2.1.5. Faktor-Faktor Pendorong Kewirausahaan

Dalam "*Entrepreneur's Handbook*" yang dikutip oleh Yuyun Wirasmita yang terdapat dalam buku Suryana (2003, p21) terdapat beberapa faktor-faktor yang mendorong individu untuk berwiraswasta yang meliputi:

1. Alasan keuangan

Untuk mencari nafkah, menjadi kaya dan mencari pendapatan tambahan.

2. Alasan sosial

Untuk memperoleh gengsi atau status, untuk dapat dikenal dan dihormati.

3. Alasan pelayanan

Untuk memberi pekerjaan kepada masyarakat, untuk membantu ekonomi masyarakat, demi masa depan anak-anak dan keluarga.

4. Alasan memenuhi diri

untuk menjadi atasan atau mandiri, untuk mencapai sesuatu yang diinginkan, untuk menghindari ketergantungan pada orang lain.

2.1.6. Keuntungan dan Kerugian Wirausaha

Terdapat beberapa keuntungan dan kerugian menjadi wirausaha menurut Lambing dan Kuehl yang dikutip oleh Suryana dalam bukunya *Kewirausahaan*, yaitu:

1. Keuntungan:

- a. Otonomi

Pengelolaan yang bebas dan tidak terikat membuat wirausaha menjadi seorang "*Boss*" yang penuh kepuasan.

- b. Tantangan awal dan perasaan motif berprestasi

Peluang untuk mengembangkan konsep usaha yang dapat menghasilkan keuntungan sangat memotivasi wirausaha.

c. Kontrol keuangan

Bebas dalam mengelola keuangan dan merasa sebagai kekayaan milik sendiri.

2. Kerugian:

a. Pengorbanan personal

Pada awalnya wirausaha harus bekerja dengan memerlukan waktu yang lama dan sibuk.

b. Beban tanggung jawab

Wirausaha harus mengelola semua fungsi bisnis, baik pemasaran, keuangan, personal maupun pengadaan dan pelatihan

c. Kecilnya margin keuntungan dan kemungkinan gagal

Jika wirausahawan menggunakan keuangan yang kecil dan keuangan milik sendiri maka profit margin yang diperoleh akan relatif kecil dan kemungkinan gagal juga ada.

2.2. Investasi

2.2.1. Pengertian Investasi

Menurut pendapat Basalamah dan Murdifin (2003, p3) "Investasi secara umum diartikan sebagai keputusan mengeluarkan dana pada saat sekarang untuk membeli aktiva riil (tanah, rumah, mobil, dan sebagainya) dengan tujuan untuk mendapatkan penghasilan yang lebih besar di masa yang akan datang."

Menurut pendapat Halim (2003, p5) "Investasi merupakan penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang"

Menurut William F.S yang dikutip oleh Kasmir dan Jakfar (2008, p4) "Investasi adalah mengorbankan dollar sekarang untuk dollar di masa yang akan datang."

Menurut Kasmir dan Jakfar (2008, p4) "Investasi dapat pula diartikan penanaman modal dalam suatu kegiatan yang memiliki jangka waktu relatif panjang dalam berbagai bidang usaha.."

Menurut pendapat Sutojo (2000, p1) "Investasi proyek adalah upaya menanamkan faktor produksi langka pada proyek tertentu (baru atau perluasan), pada lokasi tertentu, dalam jangka menengah atau panjang. Faktor produksi langka itu dapat berbentuk: Dana, Kekayaan alam (*Natural resources*), Tenaga ahli dan tenaga terampil dan Teknologi tingkat madya atau tingkat tinggi.

Menurut Sumastuti (2006, p3) "Investasi adalah penanaman modal (baik modal tetap maupun modal tidak tetap) yang digunakan dalam proses produksi untuk memperoleh keuntungan suatu perusahaan."

Dari pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa investasi adalah keputusan mengeluarkan/mengorbankan dana pada masa sekarang untuk dialokasikan pada aktiva riil atau aktiva keuangan dengan harapan akan mendatangkan keuntungan di masa mendatang.

2.2.2. Jenis-Jenis Investasi

Menurut pendapat Kasmir dan Jakfar (2008, p4) investasi dibagi menjadi dua macam yaitu:

a. Investasi nyata (*Real Investment*)

Investasi nyata atau *real investment* merupakan investasi yang dibuat dalam harta tetap (*fixed asset*) seperti tanah, bangunan, peralatan atau mesin-mesin.

b. Investasi finansial (*Financial Investment*)

Investasi finansial atau *financial investment* merupakan investasi dalam bentuk kontrak kerja, pembelian saham atau obligasi atau surat berharga lainnya seperti sertifikat deposito.

Berdasarkan pendapat Halim (2003, p6) usulan investasi dikelompokkan menjadi beberapa golongan, yaitu:

a. Investasi penggantian

Suatu aktiva yang telah aus atau usang diganti dengan aktiva baru, misalnya investasi pada pembelian mesin-mesin baru untuk menggantikan mesin lama dengan tujuan menghemat biaya agar dapat meningkatkan laba.

b. Investasi penambahan kapasitas

Usulan penambahan jumlah mesin atau pembukaan pabrik baru.

c. Investasi penambahan jumlah produk baru

Investasi untuk menghasilkan produk baru disamping tetap menghasilkan produk yang telah diproduksi sebelumnya.

d. Investasi lain-lain

Dimisalkan pada pemasangan alat penerangan ruangan.

Dari definisi yang tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa pengelompokkan investasi terdiri dari dua kelompok yaitu:

a. Investasi nyata (*Real Investment*)

b. Investasi finansial (*Financial Investment*)

Pengelompokkan investasi menurut Abdul Halim merupakan pengelompokkan investasi yang termasuk ke dalam investasi nyata (*Real Investment*).

2.2.3. Ciri-Ciri Investasi

Ciri-ciri investasi proyek menurut Sutojo (2000, p2):

1. Investasi tersebut menyerap dan mengikat dana dalam jumlah besar.
2. Manfaat yang akan diperoleh perusahaan (misalnya keuntungan), baru dapat dinikmati sepenuhnya beberapa masa (bulan atau tahun) setelah investasi dilakukan.
3. Tingkat risiko yang ditanggung perusahaan lebih tinggi, bilamana dibandingkan misalnya dengan investasi harta lancar (penambahan jumlah persediaan, piutang dagang dan sebagainya).
4. Keputusan investasi 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.

2.2.4. Manfaat Investasi

Investasi proyek dapat dilakukan oleh investor swasta, baik perorangan maupun perusahaan. Disamping itu koperasi, badan usaha milik negara dan yayasan juga dapat membangun proyek baru atau memperluas kegiatan usahanya yang sudah berjalan.

Adapun manfaat yang ingin dicapai para investor di atas bermacam-macam jenisnya, menurut Sutojo (2000, p3) antara lain adalah sebagai berikut:

1. Manfaat finansial
Seperti memperoleh keuntungan, atau likuiditas keuangan
2. Manfaat makro ekonomi
Misalnya meningkatkan jumlah perdagangan ekspor, menciptakan lapangan kerja baru, penghematan pengeluaran devisa.

3. Manfaat politis, sosial, budaya dan sebagainya.

2.3. Studi Kelayakan Bisnis

2.3.1. Pengertian Bisnis

Menurut Kasmir dan Jakfar (2008, p5) "Pengertian bisnis adalah kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan tujuan dan target yang diinginkan dalam berbagai bidang, baik jumlah maupun waktunya."

Menurut Umar (2007, p4) "Kegiatan bisnis diartikan sebagai seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung di dalam bidang perniagaan (produsen, pedagang, konsumen, dan industri di mana perusahaan berada) dalam rangka memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka."

Jadi dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah Kegiatan atau usaha yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung di dalam dunia perniagaan (produsen, pedagang, konsumen, dan industri di mana perusahaan berada) untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan tujuan dan target yang diinginkan dalam berbagai bidang baik jumlah maupun waktunya guna untuk memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka.

2.3.2. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Berdasarkan pendapat Umar (2007, p8) "Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisni yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan."

Menurut pendapat Suryana (2003, p140) "Studi kelayakan bisnis adalah suatu penelitian layak atau tidaknya suatu bisnis dilaksanakan dengan menguntungkan secara terus-menerus."

Menurut Kasmir dan Jakfar (2008, p6) "Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan."

Menurut pendapat Sutojo (2000, p1) "Studi kelayakan bisnis adalah suatu penelitian yang dilakukan dalam usaha mengetahui layak atau tidaknya suatu proyek bisnis yang biasanya bersangkutan dengan investasi, baik itu untuk bisnis baru, maupun untuk pengembangan bisnis."

Menurut Ibrahim (2003, p1) "Studi kelayakan bisnis yang juga sering disebut *Feasibility Study* merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima atau menolak dari suatu gagasan usaha/ proyek yang direncanakan."

Dari pendapat-pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan dari pengertian studi kelayakan proyek, yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk menilai layak atau tidaknya keberhasilan suatu investasi baik untuk bisnis baru maupun untuk pengembangan bisnis yang dilakukan di masa mendatang yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan secara terus menerus yang diindikasikan dengan adanya penyerapan tenaga kerja, pemanfaatan sumber daya, penghematan devisa bagi pemerintah, membuka peluang usaha lain.

2.3.3. Tujuan Studi Kelayakan bisnis

Menurut pendapat yang dikemukakan oleh Kasmir dan Jakfar (2008, pp 12-13) paling tidak ada lima tujuan mengapa perlu dilakukan studi kelayakan sebelum memulai suatu bisnis, yaitu:

1. Menghindari risiko kerugian

Dilakukannya studi kelayakan yaitu untuk meminimalkan risiko yang tidak kita inginkan, baik risiko yang dapat kita kendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.

2. Memudahkan perencanaan

Jika peramalan apa yang akan terjadi di masa mendatang sudah dilakukan maka akan mempermudah kita dalam melakukan perencanaan dan hal-hal apa saja yang perlu direncanakan. Perencanaan meliputi berapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha atau proyek akan dijalankan, dimana lokasi proyek akan dibangun, siapa-siapa yang akan melaksanakannya, bagaimana cara menjalankannya, berapa besar keuntungan yang akan diperoleh serta bagaimana mengawasinya jika terjadi penyimpangan.

3. Memudahkan pelaksanaan pekerja

Setelah perencanaan sudah tersusun dengan baik, maka para pelaku bisnis telah memiliki pedoman yang harus dikerjakan. Kemudian pengerjaan usaha dapat dilakukan secara sistematis, sehingga tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang sudah disusun.

4. Memudahkan pengawasan

Pelaksanaan proyek yang sesuai dengan perencanaan akan memudahkan perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap

jalannya usaha. Pengawasan perlu dilakukan agar jalannya usaha tidak melenceng dari rencana yang telah disusun.

5. Memudahkan pengendalian

Jika pelaksanaan pekerjaan telah dilakukan pengawasan, maka apabila terjadi penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga akan bisa dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut.

Selain itu menurut pendapat Husnan dan Suwarsono (2000, p6) "Tujuan diadakannya studi kelayakan adalah untuk menghindari penanaman modal yang terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan."

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Suratman (2001, p8) "Tujuan dilakukannya studi kelayakan adalah untuk menghindari keterlanjutan investasi yang memakan dana relatif besar yang ternyata tidak memberi keuntungan secara ekonomi."

Dari tujuan-tujuan yang terdapat di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan dari dilaksanakannya studi kelayakan adalah menghindari risiko kerugian akibat penanaman modal investasi yang relatif besar yang ternyata tidak menguntungkan, memudahkan perencanaan, memudahkan pelaksanaan pekerjaan, memudahkan pengawasan, memudahkan pengendalian.

2.3.4. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Suratman (2001, p8) "Manfaat yang diharapkan dari dilakukannya studi kelayakan adalah memberikan masukan informasi kepada *decision maker* dalam rangka untuk memutuskan dan menilai alternatif proyek investasi yang akan dilakukan."

Menurut pendapat Kamaluddin (2004, p2) ada tiga manfaat yang ditimbulkan dari adanya studi kelayakan bisnis, yaitu:

1. Manfaat Finansial

Artinya bisnis sangat menguntungkan bagi pelaku bisnis sendiri, apabila bisnis tersebut dibandingkan dengan risiko yang akan di tanggung.

2. Manfaat Ekonomi Nasional

Artinya jika bisnis tersebut akan di jalankan mampu menunjukkan manfaat makro bagi negara, hal ini biasa ditunjukkan dengan semakin banyak tenaga kerja yang terserap, GNP (*Gross National Product*) meningkat, dan lain-lain.

3. Manfaat Sosial

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

2.3.5. Pihak-Pihak yang Berkepentingan Terhadap Hasil Studi Kelayakan

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 harus 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 atas hasil dari studi kelayakan menurut Kasmir dan Jakfar (2008, pp 13-14) adalah:

- 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. Oleh sebab itu, hasil studi kelayakan yang sudah di buat benar-benar dipelajari oleh para pemilik, apakah akan memberikan keuntungan atau tidak.

b. Kreditor

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 akan macet, akibat usaha atau proyek tersebut sebenarnya tidak layak untuk dijalankan. Oleh karena itu, untuk usaha-usaha tertentu pihak perbankan akan melakukan studi kelayakan terlebih dahulu secara mendalam sebelum pinjaman diberikan kepada pihak peminjam.

c. Pemerintah

Bagi pemerintah pentingnya studi kelayakan adalah untuk meyakinkan apakah bisnis yang akan dijalankan akan memberikan manfaat baik bagi perekonomian secara umum. Pemerintah juga berharap bahwa bisnis yang akan dijalankan dapat memberi manfaat pada masyarakat luas yaitu dengan penyediaan lapangan pekerjaan, tidak merusak lingkungan sekitarnya, baik terhadap manusia, binata, dan tumbuh-tumbuhan.

d. Masyarakat Luas

Bagi masyarakat luas dengan adanya bisnis, terutama bagi masyarakat sekitarnya akan memberikan manfaat seperti tersedia lapangan kerja, baik bagi pekerja di sekitar lokasi proyek maupun bagi masyarakat lainnya. Manfaat lainnya adalah terbukanya wilayah tersebut dari

ketertutupan. Dengan adanya bisnis juga dapat menyebabkan tersedianya sarana dan prasarana seperti tersedianya fasilitas umum seperti jalan, jembatan, listrik, telepon, rumah sakit, sekolah, sarana ibadah, sarana olahraga, taman, dan fasilitas lainnya.

e. Manajemen

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

2.3.6. Tahap-Tahap Dalam Studi Kelayakan

Menurut Kasmir dan Jakfar (2008, pp 17-18) ada lima tahapan dalam studi kelayakan, yaitu:

1. Pengumpulan data dan informasi

Mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan selengkap mungkin, baik yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif.

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-ukuran yang telah lazim digunakan untuk bisnis.

3. Analisis data

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

dari kriteria-kriteria yang layak digunakan. Setiap jenis usaha memiliki kriteria sendiri 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 terhadap hasil tersebut. Mengambil keputusan sesuai dengan kriteria-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, jika memang masih dibutuhkan, baik kelengkapan dokumen-dokumen maupun persyaratan-persyaratan lainnya. Rekomendasi diberikan jika hasil studi kelayakan dinyatakan layak untuk dijalankan.

2.3.7. Aspek-Aspek Penilaian Dalam Studi Kelayakan

Ada beberapa aspek yang perlu dianalisis dalam melakukan studi kelayakan. Masing-masing aspek tidak berdiri sendiri, melainkan saling berkaitan. Artinya jika salah satu aspek tidak dipenuhi maka perlu dilakukan perbaikan atau tambahan yang diperlukan.

Secara umum prioritas aspek-aspek yang perlu dilakukan studi kelayakan menurut Kasmir dan Jakfar (2008, pp 15-16) adalah sebagai berikut:

- a. Aspek Pasar dan Pemasaran
- b. Aspek Manajemen dan Organisasi
- c. Aspek AMDAL
- d. Aspek Hukum
- e. Aspek Ekonomi dan Sosial
- f. Aspek Teknis/ operasi
- g. Aspek Keuangan

2.3.7.1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Dalam kaitan dengan studi kelayakan suatu usaha atau proyek, aspek pasar dan pemasaran merupakan salah satu aspek yang paling penting. Hal ini disebabkan aspek pasar dan pemasaran sangat menentukan hidup dan matinya suatu perusahaan. Intinya aspek pasar dan pemasaran adalah untuk mengetahui berapa besar pasar yang akan dimasuki, struktur pasar dan peluang pasar yang ada, prospek pasar di masa yang akan datang serta bagaimana strategi pemasaran yang harus dilakukan.

Menurut Stanton yang dikutip oleh Umar (2005, p35) "Pasar adalah kumpulan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan kemauan untuk membelanjakannya."

Menurut Kasmir dan Jakfar (2008, p43) "Pasar dalam arti sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pasar dalam arti yang lebih luas yaitu sebagai suatu mekanisme yang terjadi antara pembeli dan penjual atau tempat pertemuan antara kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pasar adalah tempat bertemunya penjual dan sekumpulan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan kemauan untuk membelanjakannya yang berperan sebagai pembeli sehingga terjadi suatu transaksi.

Pengertian pemasaran menurut Kotler yang dikutip oleh Kasmir dan Jakfar dalam buku *Studi Kelayakan Bisnis* (2008, p46) "Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.

Adapun jenis struktur pasar menurut Kasmir dan Jakfar (2008, pp 45-46) yang ada bisa dikelompokkan ke dalam:

1. Pasar Persaingan Sempurna

Suatu pasar di mana terdapat sejumlah besar penjual dan pembeli, sehingga tindakan penjual secara individu tidak dapat memengaruhi harga barang di pasar. Produk yang dihasilkan relatif sama, dalam pasar ini perusahaan bebas keluar masuk industri, setiap produsen adalah pengambil harga (*Price taker*). Promosi tidak terlalu diperlukan.

2. Pasar Persaingan Monopolistis

Suatu pasar di mana terdapat banyak penjual atau perusahaan dan memiliki ukuran-ukuran yang relatif sama besarnya. Produk yang dihasilkan berbeda corak, masuk ke dalam industri ini relatif mudah, perusahaan memiliki sedikit kekuatan dalam menentukan dan mempengaruhi harga. Agar dapat memperoleh tingkat penjualan yang tinggi membutuhkan promosi yang sangat besar.

3. Pasar Oligopoli

Sebuah struktur pasar yang hanya terdapat sedikit penjual. barang yang dihasilkan adalah barang standar dan barang berbeda corak. Perusahaan yang ingin memasuki industri ini sedikit sulit, karena membutuhkan modal yang besar. Peran iklan sangat menentukan tingkat penjualan. Dalam pasar oligopoli kekuatan menentukan harga sangat tergantung keadaan, adakalanya kuat dan adakalanya lemah.

4. Pasar Monopoli

Struktur pasar di mana hanya terdapat satu penjual saja. Barang yang dihasilkan tidak mempunyai barang pengganti yang mirip. Perusahaan yang ingin masuk ke dalam industri memiliki tingkat kesulitan yang tinggi karena terdapat hambatan seperti: penguasaan bahan mentah yang strategis oleh pihak tertentu, terdapat skala ekonomi, peraturan pemerintah.

Dalam praktiknya menurut Kasmir dan Jakfar (2008, p46) kelompok pasar terdiri dari:

1. Pasar Konsumen

Pasar dimana individu dan rumah tangga bisa membeli/ memperoleh barang dan jasa untuk dikonsumsi sendiri.

2. Pasar Industrial

Dimana pihak-pihak yang membeli barang dan jasa digunakan kembali untuk menghasilkan barang dan jasa lain atau disewakan kepada pihak lain untuk mengambil untung.

3. Pasar *Reseller*

Suatu pasar yang terdiri dari individu dan organisasi yang melakukan penjualan kembali barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan.

4. Pasar Pemerintah

Pasar yang terdiri dari unit-unit pemerintah yang membeli atau menyewa barang dan jasa untuk melaksanakan fungsi utama pemerintah.

Agar investasi atau bisnis yang akan dijalankan dapat berhasil dengan baik, maka sebelumnya perlu melakukan strategi bersaing yang tepat. Unsur strategi persaingan tersebut dikenal dengan STP (*Segmentation, Targeting, and Positioning*):

1. Segmentasi pasar (*Market Segmentation*)

Yaitu membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau *marketing mix* yang berbeda pula.

Berikut ini merupakan variabel utama dalam melakukan segmentasi pasar industrial menurut Kotler yang dikutip oleh Kasmir dan Jakfar (2008, p48):

- a. Segmentasi berdasarkan demografis terdiri dari: Jenis industri, besar perusahaan, lokasi perusahaan.
- b. Karakteristik pengoperasian terdiri dari: Teknologi yang difokuskan, status pengguna (berat, sedang atau ringan), kemampuan pelanggan.
- c. Pendekatan pembeli terdiri dari: Organisasi berfungsi pembeli, sifat hubungan yang ada, struktur kekuatan, kebijakan pembelian umum, kriteria.
- d. Karakteristik personil industri terdiri dari: Kesamaan pembeli, sikap terhadap risiko, kesetiaan.

e. Faktor situasional terdiri dari: Urgensi, pengguna khusus, besarnya pesanan.

2. Pasar sasaran (*Market Targeting*)

Secara umum pengertian menetapkan pasar sasaran adalah mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani.

3. Posisi Pasar (*Market Positioning*)

Menentukan posisi pasar yaitu menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Posisi produk adalah bagaimana suatu produk yang didefinisikan oleh konsumen atas dasar atribut-atributnya. Tujuan dari penetapan posisi pasar adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang dihasilkan ke dalam benak konsumen.

Setelah strategi bersaing dan unsur segmentasi, target dan posisi pasar ditetapkan, maka selanjutnya perlu diselaraskan dengan kegiatan pemasaran lainnya seperti strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix Strategy*). Adapun strategi bauran pemasaran tersebut menurut Kasmir dan Jakfar (2008, pp 51-59) adalah:

1. Strategi produk

Pengertian produk menurut Kotler yang dikutip oleh Kasmir dan Jakfar adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Jadi produk dapat dikatakan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Jadi, Pihak perusahaan terlebih dahulu harus mendefinisikan, memilih dan mendesain suatu produk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang akan dilayaninya agar investasi yang ditanam dapat berhasil dengan baik.

2. Strategi harga

Menurut Kasmir dan Jakfar harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang dan jasa. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga adalah salah satu penyebab laku tidaknya produk yang ditawarkan. Oleh karena itu kesalahan dalam penetapan harga dapat berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya broduk tersebut.

3. Strategi lokasi dan distribusi

Penentuan lokasi dan distribusi beserta sarana dan prasarana pendukung sangatlah penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang atau jasa dengan lebih mudah. Demikian pula dengan sarana dan prasarana yang harus dapat memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh konsumennya.

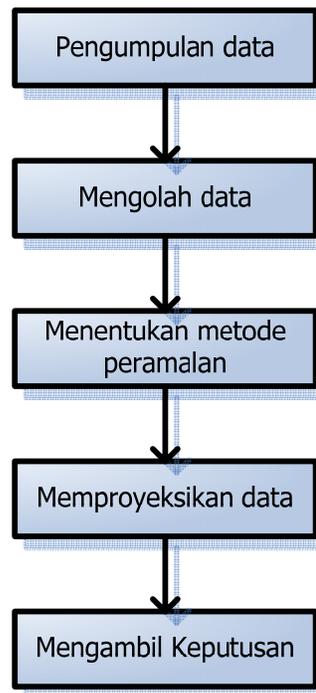
4. Strategi promosi

Promosi merupakan kegiatan yang tidak kalah pentingnya bila dibandingkan dengan ketiga kegiatan di atas. Tanpa diadakannya usaha promosi jangan berharap pelanggan dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Oleh karena itu

kegiatan promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya.

2.3.7.1.1. Meramalkan Permintaan

Mengingat di masa yang akan datang penuh dengan ketidakpastian maka perlu bagi perusahaan untuk melakukan peramalan guna menghadapi masa yang akan datang. Menurut kasmir dan jakfar (2006, p63) langkah-langkah dalam melakukan peramalan adalah



Sumber: kasmir dan jakfar (2006, p63)

Gambar 2.1. Langkah-Langkah Melakukan Peramalan

Menurut Render dan Heizer (2006, p165) adapun metode analisis yang dapat digunakan untuk meramalkan permintaan yaitu:

Analisis regresi

Menggabungkan variabel atau faktor yang mungkin mempengaruhi kuantitas yang sedang diramalkan, seperti regresi linear.

Analisis regresi linear merupakan model matematis garis lurus yang menjelaskan hubungan fungsional antara variabel bebas dan variabel terkait

$$\hat{y} = a + bx \qquad \bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

$$b = \frac{\sum xy - n\bar{x}\bar{y}}{\sum x^2 - n\bar{x}^2} \qquad \bar{y} = \frac{\sum y}{n}$$

$$a = \frac{\sum y}{n} - b \frac{\sum x}{n}$$

Dimana:

\hat{y} = nilai variabel terikat

a = perpotongan sumbu y

b = kemiringan garis regresi

x = variabel bebas

2.3.7.2. Aspek Manajemen dan Organisasi

Aspek manajemen dan organisasi merupakan aspek yang cukup penting dianalisis untuk kelayakan suatu usaha. Karena walaupun suatu usaha telah dinyatakan layak untuk dilaksanakan tanpa didukung dengan manajemen dan organisasi yang baik, bukan tidak mungkin akan mengalami kegagalan.

Agar lebih mudah dalam mencapai sasaran perusahaan manajemen harus memenuhi kaidah-kaidah atau tahapan dalam proses manajemen, proses manajemen tergambar dari masing-masing fungsi yang ada dalam manajemen. Adapun fungsi-fungsi manajemen menurut Kasmir dan Jakfar (2008, pp 161-162) adalah:

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah proses menentukan arah yang akan ditempuh dan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian adalah proses mengelompokkan kegiatan-kegiatan atau pekerjaan-pekerjaan dalam unit-unit. Tujuannya adalah agar tertata dengan jelas antara tugas, wewenang dan tanggung jawab serta hubungan kerja dengan sebaik mungkin dalam bidangnya masing-masing.

3. Pelaksanaan (*Actuating*)

Menggerakkan atau melaksanakan adalah proses untuk menjalankan kegiatan/ pekerjaan dalam organisasi. Dalam menjalankan organisasi para pimpinan/ manajer harus menggerakkan bawahannya untuk mengerjakan pekerjaan yang telah ditentukan dengan cara memimpin, memberi perintah, memberi petunjuk dan memberi motivasi.

4. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan adalah proses untuk mengukur dan menilai pelaksanaan tugas apakah telah sesuai dengan rencana. Jika dalam

proses tersebut terjadi penyimpangan, maka akan segera dikendalikan.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2008, p173) "Organisasi secara statis diartikan sebagai suatu wadah atau tempat kerja yang sama untuk melaksanakan tugas-tugas sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Organisasi secara dinamis dapat diartikan sebagai suatu proses kerja sama antara dua orang atau lebih dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan."

Tujuan organisasi akan menentukan struktur organisasinya, yaitu dengan menentukan tugas, hubungan antar tugas, batas wewenang dan tanggung jawab untuk menjalankan masing-masing tugas tersebut.

2.3.7.3. Aspek Analisis Dampak Lingkungan Hidup (AMDAL)

Sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan maka sebaiknya dilakukan terlebih dahulu studi tentang dampak lingkungan yang akan timbul, baik dampak sekarang maupun di mendatang. Studi ini di samping untuk mengetahui dampak yang akan timbul, juga mencarikan jalan keluar untuk mengatasi dampak tersebut, studi ini dikenal dengan nama Analisis Dampak Lingkungan Hidup (AMDAL).

Pengertian AMDAL menurut PP No.27 Tahun 1999 Pasal 1 yang di kutip oleh Kasmir dan Jakfar (2008, p204) "AMDAL adalah telaahan secara cermat dan mendalam tentang dampak besar dan penting suatu rencana usaha dan kegiatan."

Definisi AMDAL menurut Mukono (2005, p3) " AMDAL adalah kajian mengenai dampak besar dan penting suatu usaha dan/atau

kegiatan yang direncanakan pada lingkungan hidup yang diperlukan bagi proses pengambilan keputusan tentang penyelenggaraan usaha dan/atau kegiatan.

Adapun komponen lingkungan hidup yang harus dipertahankan dan dijaga serta dilestarikan fungsinya menurut Kasmir dan Jakfar (2008,p 204) antara lain:

1. Hutan lindung, hutan konservasi, dan cagar biosfer
2. Sumber daya manusia
3. Keanekaragaman hayati
4. Kualitas udara
5. Warisan alam dan warisan budaya
6. Kenyamanan lingkungan hidup
7. Nilai-nilai budaya yang berorientasi selaras dengan lingkungan hidup

Menurut Kasmir dan Jakfar (2008, p208) Hal-hal yang harus dilakukan dalam rangka mencapai tujuan studi AMDAL adalah:

1. Mengidentifikasi semua rencana usaha dan kegiatan yang akan dilaksanakan terutama yang menimbulkan dampak besar dan penting terhadap lingkungan hidup
2. Mengidentifikasi komponen-komponen lingkungan hidup yang akan terkena dampak besar dan penting
3. Memprakirakan dan mengevaluasi rencana usaha dan kegiatan usaha yang menimbulkan dampak besar dan penting terhadap lingkungan hidup
4. Merumuskan RKL dan RPL

Kegunaan dilaksanakannya studi AMDAL menurut Kasmir dan Jakfar (2008,p208) adalah:

1. Sebagai bahan bagi perencana dan pengelola usaha dan pembangunan wilayah
2. Membantu proses pengambilan keputusan tentang kelayakan lingkungan hidup dari rencana usaha atau kegiatan
3. Memberi masukan untuk penyusunan desain rinci teknis dari rencana usaha atau kegiatan
4. Memberi masukan untuk penyusunan rencana pengelolaan dan pemantauan lingkungan hidup dari rencana usaha atau kegiatan
5. Memberi informasi bagi masyarakat atas dampak yang ditimbulkan dari suatu rencana usaha atau kegiatan

2.3.7.4. 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 di kemudian hari timbul masalah.

Tujuan dari aspek hukum adalah meneliti keabsahan, kesempurnaan, dan keaslian dari dokumen-dokumen yang dimiliki. Penelitian ini sangat penting mengingat sebelum usaha tersebut dijalankan, maka segala prosedur yang berkaitan dengan izin-izin atau berbagai persyaratan harus terlebih dahulu sudah terpenuhi.

Banyaknya dokumen yang akan diteliti sangat tergantung dari jenis usahanya. Yang terpenting adalah urutan prioritas dokumen yang menjadi

pokok perhatian. Secara umum dokumen-dokumen yang akan diteliti sehubungan dengan aspek hukum menurut Kasmir dan Jakfar (2008, pp 33-35) adalah sebagai berikut:

1. Bentuk badan usaha

Ada beberapa jenis bentuk badan hukum yang lazim di Indonesia, misalnya Perseroan Terbatas (PT), Perseroan Komanditer (CV), koperasi, yayasan, firma (Fa), dan lainnya.

2. Bukti diri

Yaitu kartu identitas diri para pemilik usaha yang dikeluarkan oleh kelurahan setempat yang dikenal dengan nama Kartu Tanda Penduduk (KTP).

3. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

Setiap perusahaan yang beroperasi di Indonesia, haruslah membuat surat Tanda Daftar Perusahaan (TDP) sesuai dengan bidang usahanya masing-masing. Biasanya pengurusan TDP adalah pada saat perusahaan mengurus akta pendirian perusahaan tersebut. Departemen yang mengeluarkan TDP adalah Departemen Perindustrian dan Perdagangan.

4. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

Nomor Pokok Wajib Pajak merupakan hal yang penting untuk diteliti apakah sudah dimiliki atau belum. Pengurusan NPWP juga dilakukan bersamaan dengan pengajuan akta notaris ke Departemen Kehakiman. Pentingnya NPWP adalah agar setiap usaha yang dijalankan nantinya akan memberikan penghasilan kepada pemerintah.

5. Izin-izin perusahaan

Selanjutnya adalah meneliti izin-izin yang dimiliki sesuai dengan bidang usaha perusahaan tersebut. Izin-izin tersebut antara lain:

1. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

Bagi usaha perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha perdagangan dari Departemen Perdagangan dan Perindustrian.

2. Surat Izin Usaha Industri (SIUI)

Bagi perusahaan atau usaha yang bergerak dalam bidang usaha industri dari Departemen Perdagangan dan Perindustrian.

3. Izin usaha tambang dari Departemen Pertambangan

4. Izin usaha perhotelan dan pariwisata dari Departemen Pariwisata Pos dan Telekomunikasi.

5. Izin usaha farmasi dan rumah sakit dari Departemen Kesehatan.

6. Izin usaha peternakan dan pertanian dari Departemen Pertanian.

7. Izin domisili di mana perusahaan/ lokasi proyek berada dari Pemda.

8. Izin gangguan untuk usaha tertentu guna menghindari segala kemungkinan hal-hal yang tidak diinginkan.

9. Izin Mendirikan Bangunan (IMB), Khusus untuk pendirian gedung baru atau merehab pembangunan suatu gedung

10. Izin tenaga kerja asing jika ada

6. Keabsahan dokumen lainnya

Disamping keabsahan dokumen yang tertulis diatas yang tidak kalah pentingnya adalah penelitian dokumen lainnya, yaitu:

1. Status Hukum Tanah

Keabsahannya sertifikat tanah sampai ke pihak yang berwenang yang mengeluarkannya seperti Badan Pertahanan Nasional (BPN). Yang perlu diperhatikan adalah status tanah tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. Jenis hak atas tanah: Hak milik, Hak Guna Bangunan, Hak Guna Usaha, Hak Pakai, Hak Sewa.
- b. Harga tanah sekarang dan prediksi di masa yang akan datang
- c. Nama dan alamat pemilik sebenarnya
- d. Kondisi tana dalam sengketa atau tidak
- e. Rencana tata kota
- f. Tanah tersebut dapat diperjualbelikan atau tidak, karena tanah yang tidak dapat diperjualbelikan adalah: Tanah adat, tanah wakaf, tanah sengketa, tanah transmigrasi, tanah badan pemerintah.

2. Kendaraan Bermotor

Keaslian surat-surat kendaraan yang akan digunakan untuk usaha tersebut seperti usaha jasa angkutan, yaitu:

- a. Bukti Pemilikan Kendaraan Bermotor (BPKB)
- b. Harga beli (faktur dan kuitansi)
- c. Kondisi kendaraan
- d. Izin trayek, jika usaha transportasi

3. Serta surat-surat atau sertifikat lainnya yang kita anggap perlu.

2.3.7.5. Aspek Ekonomi dan Sosial

Setiap usaha yang dijalankan, tentunya akan memberikan dampak positif dan negatif. Dampak positif dan negatif ini akan dapat dirasakan oleh berbagai pihak, baik pengusaha itu sendiri, pemerintah, ataupun masyarakat luas. Oleh karena itu, aspek ekonomi dan sosial ini perlu dipertimbangkan, karena dampak yang ditimbulkan nantinya sangat luas apabila salah dalam melakukan penilaian.

Secara garis besar dampak dari aspek ekonomi dengan adanya suatu usaha atau investasi menurut Kasmir dan Jakfar (2008, pp 194-196) antara lain:

1. Dapat meningkatkan ekonomi rumah tangga.
2. Menggali, mengatur, dan menggunakan ekonomi sumber daya alam.
3. Meningkatkan perekonomian pemerintah baik lokal maupun regional.
4. Pengembangan wilayah.

Sedangkan dampak sosial dengan adanya suatu proyek atau investasi antara lain menurut Kasmir dan Jakfar (2008, pp 196-197):

1. Adanya perubahan demografi
2. Perubahan budaya
3. Perubahan kesehatan masyarakat

Diharapkan dari aspek ekonomi dan sosial yang akan dijalankan akan memberikan dampak yang positif lebih banyak. Artinya, dengan berdirinya usaha atau proyek secara ekonomi dan sosial lebih banyak memberikan manfaat dibandingkan kerugiannya.

2.3.7.6. Aspek Teknis/ Operasi

Aspek Teknis/operasi juga dikenal sebagai aspek produksi. Analisis pada aspek operasi adalah untuk menilai kesiapan perusahaan dalam menjalankan usahanya dengan menilai masalah ketepatan penentuan lokasi, luas produksi, tata letak (*Layout*), penyusunan peralatan pabrik dan proses produksinya termasuk pemilihan teknologi. Secara keseluruhan aspek operasi ini akan dinilai bekerja secara efisien atau tidak, karena pada akhirnya efisiensilah yang akan menentukan salah satu faktor besar kecilnya laba yang akan diperoleh perusahaan.

Tujuan dalam melakukan penilaian tentang aspek teknis/ operasi menurut Kasmir dan Jakfar (2008, pp 146-147) adalah:

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 di masa yang akan datang.

Dalam kaitannya dengan studi kelayakan bisnis hal yang paling kompleks dan rumit adalah penentuan lokasi pabrik, mengingat banyaknya pertimbangan yang harus diperhitungkan sebelum suatu lokasi pabrik diputuskan. Pertimbangannya apakah dekat dengan bahan baku atau dekat pasar atau dekat konsumen. Kemudian ada pertimbangan dalam faktor biaya yang harus dikeluarkan untuk suatu lokasi.

Kemudian penentuan luas produksi yaitu berapa jumlah produksi yang dihasilkan dalam waktu tertentu dengan biaya yang paling efisien, sehingga dapat diperoleh profit margin yang tinggi.

Demikian pula penentuan *Layout* untuk pabrik yang didirikan juga mempertimbangkan banyak faktor. Kemudian tidak kalah pentingnya adalah penyusunan peralatan mesin di dalam gedung tersebut.

Selanjutnya adalah pemilihan teknologi melalui teknologi produksi yang diinginkan, biasanya terkait dengan teknologi yang diinginkan apakah padat karya atau padat modal. Untuk negara sedang berkembang seperti Indonesia, biasanya lebih diutamakan teknologi padat karya mengingat tingginya tingkat pengangguran di Indonesia. Pemilihan teknologi melalui proses produksi yang diinginkan, terdapat beberapa jenis proses produksi menurut Soeharto (2002,p50), seperti:

1. *Continue Process*

Proses ini dimaksudkan untuk menghasilkan volume output yang besar, karena sifat operasinya berulang-ulang maka dapat dicapai optimasi dan efisiensi yang tinggi dalam penggunaan sumber daya.

2. *Intermittent process*

Proses ini digunakan bila pabrik menangani bermacam-macam proses yang berbeda.

2.3.7.7. Aspek Keuangan

Tujuan dari menganalisis aspek keuangan dari suatu studi kelayakan proyek bisnis adalah untuk menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan, dengan membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan, seperti ketersediaan dana, biaya modal, kemampuan proyek untuk membayar kembali dana tersebut dalam waktu yang telah ditentukan dan menilai apakah proyek akan dapat berkembang terus.

Secara keseluruhan penilaian dalam aspek keuangan meliputi hal-hal seperti:

2.3.7.7.1. Sumber-sumber dana

Untuk mendanai suatu kegiatan investasi maka biasanya diperlukan dana yang relatif cukup besar. Perolehan dana dapat dicari dari berbagai sumber dana yang ada seperti dari modal sendiri atau dari modal pinjaman atau gabungan dari keduanya tergantung dari jumlah modal yang dibutuhkan dan kebijakan pemilik perusahaan. Pertimbangannya tidak lain adalah untung ruginya jika menggunakan salah satu modal atau dengan modal gabungan.

Dilihat dari segi sumber asalnya, menurut Kasmir dan Jakfar (2008, pp 88-89) modal dibagi menjadi dua macam, yaitu:

a. Modal asing (modal pinjaman)

Modal asing atau modal pinjaman merupakan modal yang diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh secara pinjaman. Menggunakan modal pinjaman akan dikenakan beban biaya, seperti: biaya administrasi, provisi, dan komisi. Kemudian adanya kewajiban untuk mengembalikan pinjaman

setelah jangka waktu tertentu sesuai dengan perjanjian sebelumnya.

Sumber dana dari modal asing dapat diperoleh antara lain dari:

- Pinjaman dari dunia perbankan
- Pinjaman dari lembaga keuangan seperti: perusahaan modal ventura, asuransi, *Leasing*, dana pensiun, atau lembaga keuangan lainnya.
- Pinjaman dari perusahaan nonbank.

Menurut Umar (2007, p 206) biaya untuk *leasing* dapat dihitung dengan:

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

Dimana:

NAL = Net Advantage of Leasing

L_t = Pembayaran secara periodic

Dep_t = Penyusutan mesin dalam periode t

T = Tarif pajak perusahaan *lessor*

K_b = Biaya hutang sebelum pajak

I_0 = Harga mesin

n = Umur penyusutan dan umur ekonomis

Kriteria penilaian:

- Jika $NAL = 0$, artinya biaya untuk meminjam sama dengan biaya untung *Leasing*.
- Jika $NAL > 0$, artinya biaya meminjam lebih besar daripada biaya *Leasing*.

- Jika $NAL < 0$, artinya biaya meminjam lebih kecil daripada biaya *Leasing*.

b. Modal sendiri

adalah modal yang diperoleh dari pemilik perusahaan dengan cara mengeluarkan saham baik secara tertutup maupun terbuka. Tertutup artinya dari kalangan internal pemilik saham, terbuka artinya dengan menjual saham kepada masyarakat luas.

Perolehan dana dari modal sendiri biasanya berasal dari:

- Setoran dari pemegang saham
- dari cadangan laba
- atau dari laba yang belum dibagi.

2.3.7.7.2. Biaya kebutuhan investasi

Sebelum melakukan investasi, investor harus terlebih dahulu membuat biaya kebutuhan investasi. Secara garis besar biaya kebutuhan investasi menurut Kasmir dan Jakfar (2008, pp 89-90) meliputi:

1. Biaya pra-investasi:
 - a. Biaya pembuatan studi
 - b. Biaya pengurusan izin-izin
2. Biaya aktiva tetap:
 - a. Aktiva tetap berwujud antara lain: Tanah, mesin-mesin, bangunan, peralatan, inventaris kantor, aktiva berwujud lainnya.
 - b. Aktiva tetap tidak berwujud antara lain: *Good will*, hak cipta, lisensi, merek dagang.

3. Biaya operasional:
 - a. Upah dan gaji karyawan
 - b. Biaya listrik
 - c. Biaya telepon dan air
 - d. Biaya pemeliharaan
 - e. Pajak
 - f. Premi asuransi
 - g. Biaya pemasaran
 - h. Biaya lain-lain

Pembiayaan untuk aktiva tetap biasanya bersumber dari pinjaman jangka panjang, hal ini disebabkan karena aktiva tetap digunakan dalam jangka waktu relatif panjang pula, sehingga pengembalian pinjamannya pun dapat dilakukan dalam jangka panjang. Sedangkan untuk biaya operasional biasa berasal dari pinjaman jangka pendek.

2.3.7.7.3. Arus kas (*Cash Flow*)

Cash Flow merupakan arus kas atau aliran kas yang ada diperusahaan dalam suatu periode tertentu. *Cash Flow* menggambar berapa uang yang masuk (*Cash In*) perusahaan dan berapa uang yang keluar (*Cash Out*), serta menggambarkan jenis-jenis pemasukan dan pengeluaran tersebut.

Dalam *Cash Flow* semua data pendapatan yang akan diterima dan biaya yang akan dikeluarkan baik jenis, maupun jumlahnya

diestimasi sedemikian rupa, sehingga menggambarkan kondisi pemasukan dan pengeluaran di masa yang akan datang.

Jadi pengertian arus kas menurut Kasmir dan Jakfar (2008, p92) " arus kas adalah jumlah uang yang masuk dan keluar dalam suatu perusahaan mulai dari investasi dilakukan sampai dengan berakhirnya investasi tersebut.

Pentingnya kas bagi investor jika dibandingkan dengan laba yang diterima perusahaan dikarenakan:

1. Kas diperlukan untuk memenuhi kebutuhan uang tunai sehari-hari.
2. Kas digunakan untuk membayar semua kewajiban yang jatuh tempo.
3. Kas juga digunakan untuk melakukan investasi kembali.

Jenis-jenis *cash flow* menurut Kasmir dan Jakfar (2008, p 93) yang dikaitkan dengan suatu usaha terdiri dari:

1. *Initial cash flow* atau lebih dikenal kas awal yang merupakan pengeluaran-pengeluaran pada awal periode untuk investasi.
2. *Operational cash flow* merupakan kas yang diterima atau dikeluarkan pada saat operasi usaha.
3. *Terminal cash flow* merupakan uang kas yang diterima pada saat usaha tersebut berakhir.

Adapun ada beberapa rumus pada *Operational cash flow* menurut penggunaan modalnya menurut Kasmir dan Jakfar (2008, p93), yaitu:

1. Penggunaan modal sendiri

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Investasi} - \text{Modal Kerja}}{\text{Umur Ekonomis}}$$

Estimasi laporan laba rugi:

EBT (*Earning Before Tax*) =

Pendapatan – Biaya yang keluar (Total biaya + penyusutan)

EAT (*Earning After Tax*) = EBT – pajak

Aliran kas masuk bersih = EAT + Penyusutan

2.3.7.7.4. Kriteria penilaian investasi

Dalam praktiknya ada beberapa kriteria dan metode untuk menentukan apakah suatu usaha layak atau tidak untuk dijalankan atau dikembangkan ditinjau dari aspek keuangan. Setiap metode yang digunakan memiliki kelebihan masing-masing, dalam melakukan penilaian sebaiknya penilai menggunakan beberapa metode sekaligus. Artinya, semakin banyak metode yang digunakan, maka semakin memberikan gambaran yang lengkap agar hasil yang diperoleh mendekati sempurna.

Adapun beberapa kriteria atau metode dalam menentukan kelayakan suatu usaha menurut Kasmir dan Jakfar (2008, pp 98-105) adalah:

1. *Net Present value* (NPV):

Net Present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PV kas bersih (*PV of proceed*)

dengan PV investasi (*capital outlays*) selama umur investasi. selisih antara kedua PV tersebutlah yang kita kenal dengan NPV.

Rumusan yang biasa digunakan dalam menghitung NPV adalah sebagai berikut:

$$NPV = \frac{\text{Kas Bersih 1}}{(1+r)} + \frac{\text{Kas Bersih 2}}{(1+r)^2} + \dots + \frac{\text{Kas Bersih N}}{(1+r)^N} - \text{Investasi}$$

Setelah memperoleh hasil-hasil yang dengan:

- ❖ NPV positif, maka investasi diterima
- ❖ NPV negatif, maka sebaiknya investasi ditolak

Untuk mencari *discount factor* (DF) maka digunakan rumus:

$$DF(\text{tahun } X) = \frac{1}{(1+r)^X}$$

2. *Internal Rate of Return* (IRR):

Internal Rate of Return (IRR) merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern. ada dua rumus dalam mencari IRR:

$$a. \quad IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (i_2 - i_1)$$

Dimana:

i_1 = Tingkat bunga 1

i_2 = Tingkat bunga 2

NPV_1 = *Net Present Value* 1

NPV_2 = *Net Present Value* 2

$$b. \quad IRR = P1 - C1 \times \frac{P2 - P1}{C2 - C1}$$

Dimana:

P1= Tingkat bunga 1

P2= Tingkat bunga 2

C1= NPV1

C2= NPV2

Kesimpulan:

- ❖ Jika IRR lebih besar (>) dari bunga pinjaman, maka diterima
- ❖ Jika IRR lebih kecil (<) dari bunga pinjaman, maka ditolak.

3. *Profitability Index* (PI):

Profitability Index (PI) atau *Benefit and cost ratio* (B/C *Ratio*) merupakan rasio aktivitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi. Rumusan yang digunakan dalam mencari PI adalah:

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

Kesimpulannya:

- ❖ Apabila PI lebih besar (>) dari 1, maka diterima
- ❖ Apabila PI lebih kecil (<) dari 1, maka ditolak

2.3.7.7.5. Laporan Keuangan

Bagi perusahaan yang sudah berjalan, terkadang sering kali setelah mengalami kemajuan ingin memperluas usahanya atau melakukan usaha yang baru. Bagi perusahaan yang memiliki modal sendiri hal ini tidak menjadi masalah, akan tetapi jika modal diperoleh dari pinjaman, maka perlu dibuatkan laporan keuangan yang dapat meyakinkan para kreditor.

Laporan keuangan bertujuan untuk memberikan informasi keuangan suatu perusahaan baik kepada pemilik, manajemen, maupun pihak luar yang berkepentingan terhadap laporan tersebut. Secara umum tujuan pembuatan laporan keuangan menurut Kasmir dan Jakfar (2008, p 110) adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi keuangan tentang, jumlah aktiva, jenis-jenis aktiva.
2. Jumlah kewajiban, jenis-jenis kewajiban, dan jumlah modal.
3. Memberikan informasi tentang hasil usaha yang tercermin dari jumlah pendapatan yang diperoleh, sumber-sumber pendapatan.
4. Jumlah biaya-biaya yang dikeluarkan berikut jenis-jenis biaya yang dikeluarkan dalam periode tertentu.
5. Memberikan informasi tentang perubahan-perubahan yang terjadi dalam aktiva, kewajiban, dan modal suatu perusahaan.
6. Memberikan informasi tentang kinerja manajemen dalam suatu periode dari hasil laporan keuangan yang disajikan.

Laporan keuangan yang disajikan harus sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan. Artinya, laporan keuangan dibuat

sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Dalam praktiknya jenis-jenis laporan keuangan menurut Kasmir dan Jakfar (2008, pp 112-113) adalah:

a. Neraca

Neraca merupakan laporan yang menunjukkan posisi keuangan perusahaan pada tanggal tertentu. Posisi keuangan yang dimaksudkan adalah posisi aktiva dan pasiva suatu perusahaan.

b. Laporan Laba/Rugi

Laporan laba/rugi merupakan laporan keuangan yang menggambarkan hasil usaha dalam suatu periode tertentu. Dalam laporan ini tergambar jumlah pendapatan dan sumber-sumber pendapatan serta jumlah biaya dan jenis-jenis biaya yang dikeluarkan.

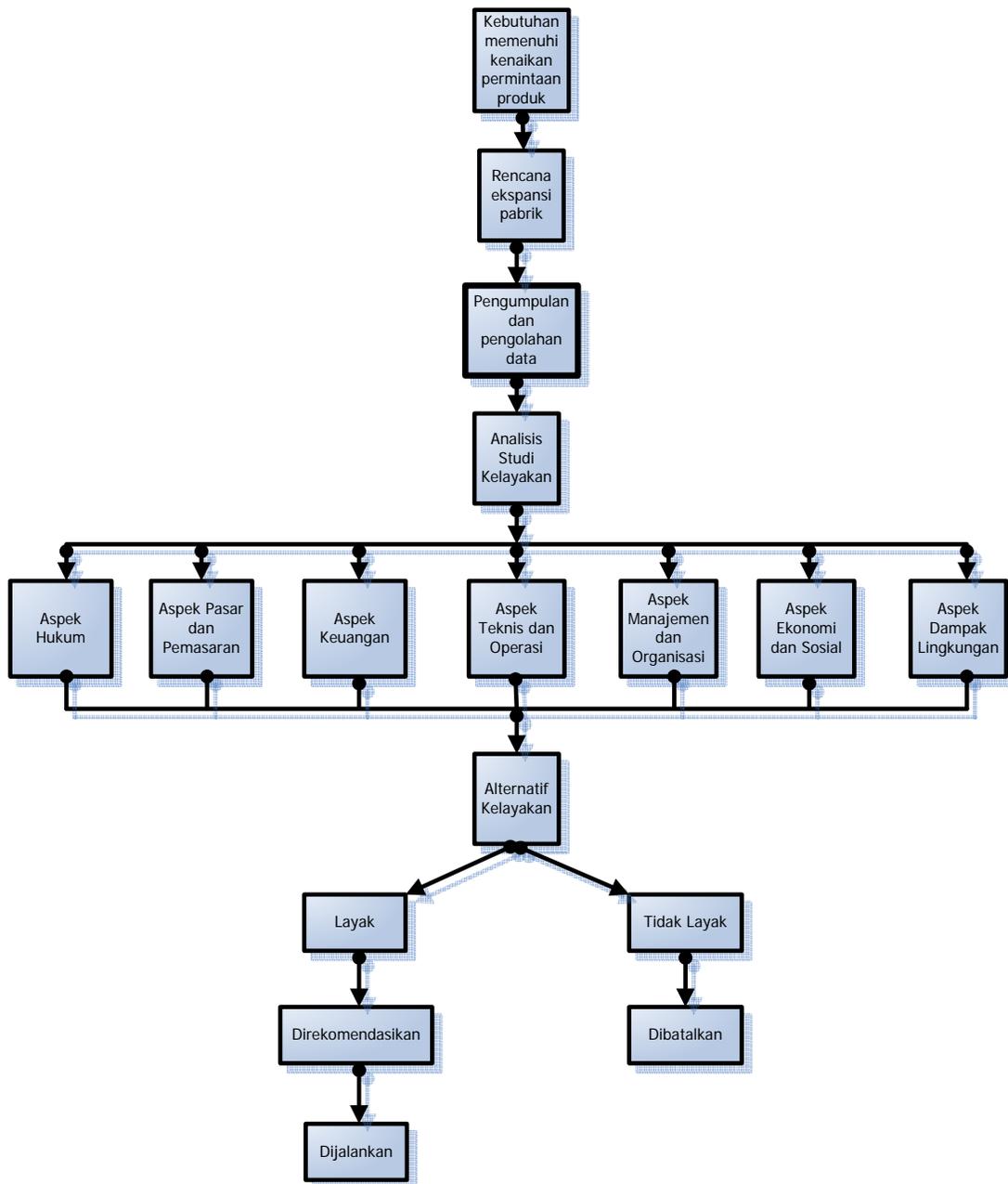
c. Laporan Arus Kas

Laporan arus kas merupakan laporan yang menunjukkan semua aspek yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan.

d. Laporan perubahan modal

Merupakan laporan yang berisi catatan terjadinya perubahan modal di perusahaan.

2.4. Kerangka Pemikiran



Sumber: Penulis

Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran