

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Dasar Teori

Berikut ini adalah uraian tentang teoritis yang dipakai dalam penelitian ini, hal ini menjelaskan untuk memperkuat dari penelitian yang dilakukan, diantaranya adalah:

2.1.1 Pengertian Logistik

Logistik merupakan suatu proses pengiriman barang dari perencanaan, penyimpanan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan biaya yang minimum. Tujuan dari manajemen logistik adalah menyalurkan barang mentah maupun barang jadi kepada konsumen pada waktu yang tepat dengan jumlah yang tepat serta lokasi yang tepat dengan biaya yang serendah mungkin. Misi logistik mengembangkan suatu sistem yang dapat menyelesaikan masalah administrasi dengan biaya yang diperlukan (Ariyana, 2012).

2.1.2 Pengertian Studi Kelayakan

Studi kelayakan digunakan untuk menilai kelayakan investasi baik pada suatu proyek maupun bisnis yang sedang berlangsung. Studi kelayakan yang digunakan untuk menilai kelayakan suatu proyek yang akan dilakukan disebut studi kelayakan proyek, sedangkan studi kelayakan yang dilakukan untuk menilai

kelayakan pengembangan usaha disebut studi kelayakan bisnis (Sunarji Harahap, 2018: 3).

Analisis dari kelayakan usaha merupakan perencanaan perhitungan dalam suatu usaha yang menggambarkan secara detail karakteristik usaha yang sudah dijalankan maupun usaha yang baru mau dijalankan agar lebih dikembangkan lagi (Fiddini, Chumaidiyah, & Aryani, 2018).

Tujuan dari studi kelayakan adalah sebagai berikut:

1. Menghindari resiko kerugian

Untuk mengatasi kerugian yang diakibatkan dari ketidakpastian untuk masa depan, maka perlu dilakukan studi kelayakan untuk meminimalisasi resiko.

2. Memudahkan perencanaan

Perencanaan perlu dilakukan dalam mengetahui jumlah investasi yang harus digunakan, di mana melakukan suatu bisnis, kapan usaha bisnis dilaksanakan, bagaimana melakukan usaha bisnis, berapa keuntungan yang diperoleh dari bisnis dan bagaimana cara mengawasi bisnis jika terjadi penyimpangan.

3. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan

Dengan melakukan suatu perencanaan yang sudah tersusun, maka akan memudahkan dalam melakukan bisnis dan pelaksanaan usaha dapat dilaksanakan secara sistematis.

4. Memudahkan pengawasan

Dengan melakukan proyek atau bisnis sesuai dengan rencana yang ditetapkan, maka akan memudahkan untuk melakukan pengawasan terhadap proyek atau usaha yang dijalankan.

5. Memudahkan pengendalian

Jika suatu usaha terdapat pengawasan maka dapat memudahkan untuk melakukan pengendalian jika terdapat penyimpangan.

Manfaat dari studi kelayakan adalah sebagai berikut:

1. Pihak Pertama (bagi analisis)

- a. Dapat mengetahui pengetahuan tentang cara berpikir yang sistematis (runtut) dalam menghadapi suatu masalah (*problem*) serta dapat mencari solusi dari masalah yang dihadapi.
- b. Dapat mengetahui berbagai disiplin ilmu yang dipelajari sebelumnya dan menjadikannya sebagai alat dalam menghitung atau pengukuran, mengevaluasi serta membuat keputusan.
- c. Melakukan studi kelayakan berarti mempelajari objek bisnis secara komprehensif sehingga persiapannya akan mendapatkan pembelajaran dan pengalaman yang berharga.

2. Pihak kedua (bagi masyarakat)

a. Calon Investor

Dalam menilai studi kelayakan bisnis, calon investor dapat mengetahui tingkat manfaat yang diharapkan yang dapat diperoleh dari suatu investasi bersama dengan risiko dari investasi itu.

b. Mitra penyerta modal

Calon investor biasanya membutuhkan mitra modal, baik perorangan maupun perusahaan. Hasil studi kelayakan akan membantu calon investor meyakinkan mitra mereka.

c. Perbankan

Untuk melakukan proses kredit dari bank, bank mengharapkan perusahaan untuk dapat mengembalikan pinjaman dalam waktu yang ditentukan.

d. Pemerintah

Pemerintah lebih mementingkan manfaat proyek bisnis bagi perekonomian nasional.

e. Manajemen Perusahaan

Studi kelayakan bisnis untuk pengembangan bisnis baru akan berhubungan dengan manajemen terutama direktur.

Faktor penyebab kegagalan suatu bisnis adalah sebagai berikut (Sunarji Harahap, 2018: 6):

1. Data dan Informasi tidak lengkap
2. Tidak teliti
3. Perhitungan yang salah
4. Melakukan pekerjaan yang salah
5. Kondisi lingkungan
6. Tidak sengaja

Manfaat yang muncul dari studi kelayakan bisnis adalah sebagai berikut (Husnan & Muhammad, 2014: 4):

1. Manfaat ekonomis proyek bisnis tersebut bagi proyek bisnis itu sendiri (keuntungan finansial)

Hal ini berarti bahwa bisnis akan dianggap cukup menguntungkan bagi pebisnis sendiri jika bisnis dibandingkan dengan risiko yang harus ditanggung.

2. Manfaat ekonomis proyek bisnis untuk negara tempat proyek (manfaat ekonomi nasional)

Hal ini berarti bahwa jika bisnis dijalankan, ini dapat menunjukkan bahwa bisnis tersebut memberikan manfaat yang lebih luas kepada negara.

3. Manfaat sosial

Hal ini berarti bahwa komunitas di sekitar lokasi proyek bisnis dapat mengambil manfaat langsung dari bisnis, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Adapun aspek-aspek dalam studi kelayakan bisnis adalah sebagai berikut

2.1.2.1 Aspek Hukum

Aspek hukum adalah aspek mempelajari ketentuan hukum dalam bentuk legalitas suatu entitas yang harus dipenuhi sebelum menjalankan bisnis. Ketentuan hukum untuk jenis bisnis bervariasi, tergantung pada kompleksitas bisnis. Adanya otonomi daerah menyebabkan ketentuan dan perizinan hukum antara satu daerah dengan daerah yang lain berbeda. Oleh karena itu, memahami mengenai ketentuan

hukum dan perizinan investasi untuk setiap daerah sangat penting untuk melakukan analisis kelayakan ditinjau dari aspek hukum.

Aspek hukum dalam studi kelayakan bisnis menyangkut semua hal yang berkaitan dengan legalitas rencana bisnis yang akan dilakukan oleh perusahaan.

Ketentuan hukum meliputi:

1. Izin lokasi
2. Akta notaris mengenai pendirian perusahaan

Akta pendirian ini biasanya dalam bentuk akta notaris yang memuat keputusan/rapat pendirian oleh pendiri mengenai anggaran dasar dan anggaran rumah tangga badan usaha. Perusahaan/bisnis mikro pada prinsipnya dapat memperoleh lisensi melalui sertifikat bisnis dari kelurahan setempat (kepala desa) atau dari kepala pasar tempat pengusaha mikro menjalankan usahanya.

3. Pengesahan Surat Pendirian Perusahaan dari Pengadilan Tinggi Setempat
4. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

Untuk mendapatkan surat dari badan/dinas/departemen pemerintah dalam bentuk SIUP, dalam penentuannya pemohon harus sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), NPWP ini dikeluarkan oleh kantor pajak setempat tempat lokasi bisnis akan didirikan. Untuk mendapatkan NPWP, badan hukum harus menyiapkan akta notaris pendirian yang berisi AD/ART, fotokopi KTP dari penanggung jawab/pemilik, dan sertifikat Domisili Bisnis.

5. Surat pendaftaran perusahaan

Undang-undang No.3 tahun 1983 mewajibkan setiap pengusaha di Indonesia terdaftar dalam Daftar perusahaan di Departemen Pmerindustrian dan Perdagangan. Perusahaan tersebut kemudian diberi nomor Tanda Daftar Perusahaan (TDP).

6. Surat izin lokasi bisnis dari Pemerintah Daerah setempat
7. Surat tanda rekanan dari Pemerintah Daerah setempat
8. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

2.1.2.2 Aspek Teknis

Aspek teknis adalah suatu aspek yang berkaitan dengan proses pembangunan maupun pengembangan proyek bisnis secara teknis dan pengoperasiaanya setelah proyek bisnis tersebut selesai dibangun.

Aspek teknis memerlukan beberapa perhatian yaitu:

1. Lokasi proyek bisnis, yaitu letak suatu proyek bisnis didirikan untuk mempertimbangkan tanah pabrik maupun lokasi nonpabrik.
2. Seberapa besar skala operasi atau area produksi ditentukan untuk mencapai tingkat skala ekonomis.
3. Kriteria untuk memilih mesin dan peralatan utama
4. Bagaimana proses produksi dilakukan dan tata letak pabrik yang dipilih, termasuk juga tata letak bangunan dan fasilitas lainnya.
5. Apakah jenis teknologi yang diajukan cukup tepat, termasuk didalamnya pertimbangan variabel sosial.

2.1.2.3 Aspek Manajemen

Analisis pekerjaan merupakan tahap pertama dari kegiatan manajemen sumber daya manusia seperti kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan manajemen sumber daya manusia yaitu pengadaan, pelatihan, dan pengembangan (Bangun, 2014: 74)

Dalam uraian tugas, fomulir-fomulir yang sering disusun adalah sebagai berikut: (Bangun, 2014: 75)

1. Idenfikasi pekerjaan
2. Ringkasan pekerjaan
3. Tugas yang dilakukan
4. Tanggung jawab pekerjaan
5. Wewenang atas pekerjaan
6. Hubungan dengan pekerjaan lain
7. Bahan dan alat yang digunakan
8. Kondisi kerja

Proses pengorganisasian terdiri dari tiga langkah prosedur, yaitu sebagai berikut:

1. Memperincikan pekerjaan-pekerjaan yang dilaksanakan untuk mencapai tujuan perusahaan.
2. Membagikan beban kerja ke dalam berbagai kegiatan yang mudah dan nyaman dilakukankan oleh karyawan.

3. Mengembangkan mekanisme untuk mengoordinasikan pekerjaan anggota organisasi menjadi unit yang harmonis dan terintegrasi.

Aspek manajemen mempelajari tentang:

1. Manajemen dalam masa pembangunan proyek bisnis. Siapa pelaksana proyek bisnis tersebut? Bagaimana jadwal penyelesaian proyek bisnis tersebut? Siapa yang mempelajari studi masing-masing aspek: pemasaran, teknis?
2. Manajemen dalam operasi. Bentuk organisasi/badan usaha yang dipilih. Struktur organisasi, deskripsi pekerjaan, dan spesifikasi jabatan.

2.1.2.4 Aspek Pasar dan Pemasaran

Kelayakan pasar harus mencakup berikut (menunjukkan sumber data dan metode yang digunakan untuk sampai pada penyediaan jawaban atau informasi) (Arvantis, Stavros. & Esteves, 2018):

1. Permintaan atau pasar: Apa permintaannya? Siapa pelanggan (profil mereka) untuk produk atau layanan yang diusulkan?
2. Ukuran pasar: Jumlah pelanggan potensial, siapa mereka dan mereka lokasi. Apa faktor yang mempengaruhi pertumbuhan pasar?
3. Analisis pesaing: Mengatasi pertanyaan seperti: Siapa pesaing? Apa kelemahan mereka (dan cara untuk mengambil keuntungan)? Apa milik mereka kekuatan (dan cara mengimbangi kekuatan ini)?
4. Penawaran: Karakteristik atau aspek apa dari produk yang menarik bagi potensi pelanggan? Apa proposisi penjualan unik dari bisnis ini?

5. Kebijakan dan strategi pemasaran: Bagaimana perusahaan akan memasarkan produknya atau layanan? Beberapa topik yang harus dimasukkan adalah: Bagaimana cara membedakannya sendiri dari para pesaingnya? Siapa target pasarnya? Apa penjualannya? kebijakan dan strategi? Apa saluran distribusi? Jenis apa pemasaran yang akan ia manfaatkan? Upaya pemasaran harus difokuskan pada target yang tepat kelompok untuk menghasilkan pengembalian investasi terbesar.

Dalam menyusun rencana pemasaran (*marketing mix*) terdiri atas 4 elemen atau disebut 4P yaitu (Wijayanto, 2012: 282-284):

1. *Product* (produk), meliputi variasi produk, kualitas, desain, merek dagang, ukuran, jasa, dan garansi.
2. *Price* (harga), meliputi daftar harga, diskon, waktu pembayaran, dan kredit.
3. *Place* (tempat), meliputi saluran, jangkauan, lokasi, penyimpanan, dan transportasi.
4. *Promotion* (promosi), meliputi *sales promotion*, iklan, *public relations*, dan *direct marketing*.

Pasar dapat dikelompokkan menjadi empat golongan, yaitu sebagai berikut:

1. Pasar konsumen yaitu sekelompok pembeli yang membeli barang untuk dikonsumsi, daripada menjual atau memproses lebih lanjut. Termasuk

dalam pasar konsumen ini adalah pembeli-pembeli perorangan atau pembeli rumah tangga non-bisnis. Barang yang dibeli adalah barang konsumsi.

2. Pasar industri yaitu pasar yang terdiri atas individu-individu dan lembaga atau organisasi yang membeli barang-barang untuk digunakan kembali, baik secara langsung maupun secara tidak langsung, dalam memproduksi barang lain yang kemudian dijual. Barang yang dibeli adalah barang industri.
3. Pasar penjual yaitu pasar yang terdiri atas individu-individu dan organisasi yang membeli barang-barang dengan tujuan menjualnya kembali atau menyewanya untuk menghasilkan keuntungan.
4. Pasar pemerintah yaitu pasar di mana terdapat lembaga-lembaga pemerintah seperti departemen-departemen, direktorat, kantor-kantor dinas, dan lembaga lain.

Manfaat dari segmentasi pasar, yaitu sebagai berikut (Oentoro, 2012: 51):

1. Memberikan keinginan dan kebutuhan pelanggan yang lebih baik. Produsen dapat memenuhi berbagai keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan menggunakan berbagai target, promosi di setiap segmen yang ditargetkan. Hal ini terbukti bahwa perusahaan mampu memberikan layanan dan pasokan yang lebih baik.
2. Peningkatkan pendapatan lebih sulit bagi produsen untuk menaikkan harga di seluruh pasar, kecuali jika produsen mengklasifikasikan segmen premium yang akan menerima harga yang lebih tinggi. Hal ini perusahaan dapat

mengetahui pasar mana yang berpotensi meningkatkan pendapatan yang lebih besar.

3. Peluang untuk tumbuh dengan segmentasi pasar organisasi dapat menciptakan “*niche product*” yang akan menarik konsumen lain untuk mencoba dan kemudian membeli produk tersebut.

Pada aspek pasar dan pemasaran ini dapat menggunakan metode peramalan. Metode peramalan juga dapat digunakan pada peramalan pendapatan saham per share dengan mencari MAD dan MSE serta nilai dari hasil peramalan yang kesalahannya terkecil akan didata guna untuk mendapatkan peramalan kedepannya (Susanti, 2019)

2.1.2.5 Aspek Finansial

Aspek keuangan adalah aspek yang digunakan untuk menilai keuangan perusahaan secara keseluruhan dan merupakan aspek yang penting untuk diteliti studi kelayakannya. Hal ini berkaitan dengan modal dan investasi yang digunakan dalam pembiayaan suatu usaha/bisnis.

Investasi dibedakan dalam dua bentuk yaitu sebagai berikut (Fahmi, 2015: 3-4):

1. Investasi nyata

- a. Tanah dan pengembangan lokasi

Biaya ini termasuk harga tanah, biaya pendaftaran, pembersihan, penyiapan tanah.

- b. Bangunan

Biaya ini termasuk bangunan untuk pabrik, bangunan untuk administrasi, gudang, pos keamanan, jasa arsitektur, dan lain-lain.

c. Pabrik dan mesin

Biaya ini termasuk biaya harga mesin, biaya pemasangan, biaya pengangkutan, dan lain-lain.

2. Investasi keuangan

Investasi keuangan melibatkan kontak tertulis, seperti saham biasa dan obligasi

Penilaian kelayakan bisnis dalam aspek ini meliputi: penilaian terhadap sumber-sumber dana yang diperoleh, biaya kebutuhan investasi, estimasi pendapatan yang akan diperoleh, estimasi biaya operasi dan pemeliharaan, *break even point* (BEP), serta arus kas (*cash flow*).

Kas final penting bagi investor jika dibandingkan dengan keuntungan yang diterima oleh perusahaan dikarenakan:

1. Uang tunai diperlukan untuk memenuhi kebutuhan uang tunai harian
2. Uang tunai digunakan untuk membayar berbagai kewajiban yang akan jatuh tempo
3. Uang tunai digunakan untuk menginvestasikan kembali

Jenis-jenis arus kas yang terkait dengan bisnis, antara lain (Husnan & Muhammad, 2014: 185-190):

1. *Initial cash flow* (arus kas awal) adalah pengeluaran-pengeluaran pada awal periode untuk investasi (prainvestasi). Misalnya pembelian lahan, bangunan, dan lain-lain.

2. *Operasional cash flow* (arus kas operasional) adalah kas yang diterima dan disalurkan selama operasi bisnis, seperti pendapatan yang diterima dan dikeluarkan selama satu periode.
3. *Terminal cash flow* merupakan uang kas yang diterima ketika bisnis tersebut berakhir.

Kriteria-kriteria yang biasa digunakan untuk menilai investasi adalah sebagai berikut:

1. NPV (*net present value*)

Adalah selisih antara nilai sekarang dari investasi dengan nilai sekarang dari penerimaan-penerimaan kas bersih (aliran kas operasional maupun aliran kas terminal) (Amilia & Choiron, 2017).

$$NPV = \frac{CF1}{(1+i)^1} + \frac{CF2}{(1+i)^2} + \frac{CF3}{(1+i)^3} + \frac{CFn}{(1+i)^n}$$

Rumus 2.1 NPV

Setelah memperoleh hasil yang dengan:

- a. NPV positif, maka usaha layak dijalankan.
- b. NPV negatif, maka usaha tidak layak dijalankan.

2. *Internal rate of return* (IRR)

Adalah metode untuk menemukan tingkat pengembalian dari arus kas nilai investasi sekarang (Firdaus & Komalasari, 2010).

$$IRR = i1 + \frac{NPV1}{(NPV1 - NPV2)}(i2 - i1)$$

Rumus 2.2 IRR

Setelah memperoleh hasil yang dengan:

- a. IRR lebih besar (>) dari i maka layak dijalankan
- b. IRR lebih kecil (<) dari i maka tidak layak untuk dijalankan

3. *Profitability indeks (PI)*

Adalah Perbandingan antara nilai cash flow investasi dengan biaya investasi yang dikeluarkan (Nasarudin, 2013).

$$PI = \frac{\text{Arus kas}}{\text{Investasi}}$$

Rumus 2.3 PI

- a. PI lebih besar (>) dari 1 maka investasi layak diterima
- b. PI lebih kecil (<) dari 1 maka investasi ditolak.

2.1.3 *Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT)*

SWOT adalah singkatan yang terdiri dari kata-kata *Strength* (kekuatan perusahaan), *Weaknesses* (kelemahan perusahaan), *Opportunities* (peluang bisnis) dan *Threats* (hambatan untuk mencapai tujuan). Analisis SWOT adalah analisis yang terdiri dari analisis lingkungan mikro yang bertujuan untuk menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan, dan analisis lingkungan makro yang bertujuan untuk menentukan peluang dan ancaman bagi perusahaan (Prastiyo, Fathoni, & Malik, n.d.).

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan kekuatan faktor internal (*strenghts*) dan kelemahan (*weaknesses*). Matrik SWOT dapat menghasilkan empat set alternatif strategis yang memungkinkan, dimana setiap hubungan diberi solusi strategis yang harus dilaksanakan.

Strategi adalah rencana untuk mencapai tujuan organisasi. Pentingnya strategi perlu ditekankan; strategi organisasi memiliki dampak besar pada apa

yang dilakukan organisasi dan bagaimana cara melakukannya. (Stevenson & Chuong, 2014: 43)

2.2 Penelitian Terdahulu

Penulis mengambil beberapa penelitian yang dianggap relevan, memiliki kesamaan variabel dan dianggap dijadikan acuan penelitian ini adalah:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

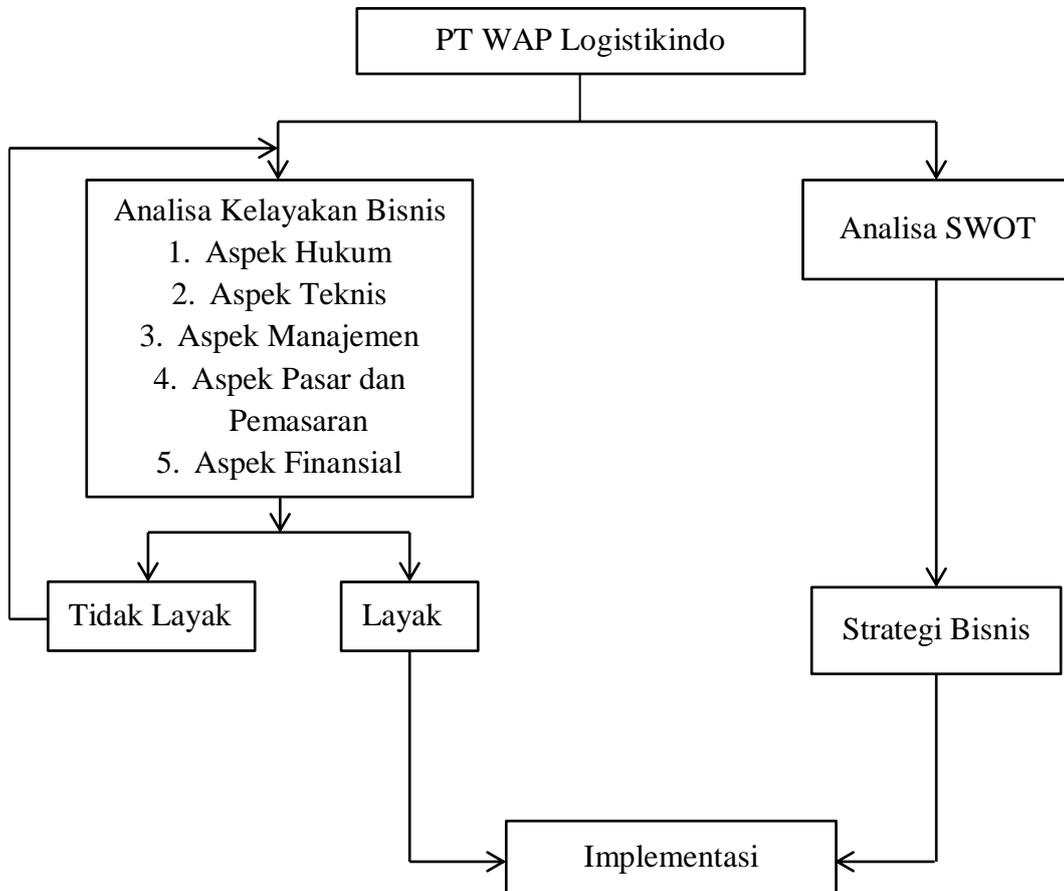
No	Peneliti, tahun	Pembahasan
1	(Fiddini et al., 2018)	Melakukan penelitian terhadap usaha PT XYZ dengan menggunakan aspek finansial, aspek pasar dan aspek teknis. Pada aspek pasar dan aspek teknis menggunakan data historis dan aspek keuangan menggunakan metode NPV, IRR, <i>payback period</i> , BEP dan analisis sensitivitas.
2	(Dwi Kristanto, Jeni, & Agus, 2016)	Melakukan penelitian dengan memperhatikan aspek finansial. Pada aspek finansial menggunakan metode NPV, IRR, <i>payback period</i> , <i>Profitability Index</i> , <i>Average Rate of Return</i> dan analisis sensitivitas.
3	(Wirawan, Chumaidiyah, & Aryani, 2017)	Melakukan penelitian pada UMKM peyek belut Sido Urip di Yogyakarta. Aspek yang digunakan dalam penelitian ini adalah aspek pasar, aspek teknis dan teknologis, aspek keuangan, serta melakukan analisis sensitivitas dan analisis risiko. Pada aspek keuangan menggunakan metode NPV, IRR, dan <i>pay back period</i> .

Tabel 2.2 Lanjutan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, tahun	Pembahasan
4	(Gunawan & Sudarwati, 2017)	Melakukan penelitian tentang kelayakan usaha bisnis Cassava Chips. Aspek yang digunakan adalah aspek pasar, aspek teknis, aspek legal, aspek manajemen, aspek ekonomi sosial, aspek lingkungan dan aspek finansial kemudian di uji analisis SWOT untuk menentukan strategi pemasaran.
5	(Fatmawati, Lestari, & Fatmawati, 2018)	Melakukan penelitian tentang kelayakan finansial agroindustri kopi Lengkuas. Aspek yang digunakan adalah aspek finansial yaitu menggunakan metode NPV, Net B/C, PP, IRR.
6	(Berry & Wicaksono, 2017)	Melakukan penelitian pada usaha baru nirlaba. Aspek yang digunakan dalam penelitian ini adalah aspek pasar dan aspek keuangan, Pada aspek keuangan menggunakan metode BEP.
7	(Nugraha, Hardyastuti, & Mulyo, 2017)	Melakukan penelitian tentang analisis kelayakan finansial usaha terasi sujuk. Aspek yang digunakan aspek keuangan yaitu menggunakan metode <i>return of investment</i> (ROI), Payback Period, NPV, IRR, PI

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan pola didalam konsep menentukan variabel penelitian. Dimana kerangka pemikiran berisi konsep hubungan antar variabel penelitian.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran