

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Dasar

2.1.1. Futsal

Futsal telah menjadi olahraga yang sangat populer di zaman modern ini. Sangat sedikit masyarakat belum tau tentang apa itu futsal, baik itu anak kecil, kecil menuju remaja, dan masyarakat dewasa pasti mengetahuinya. Olahraga futsal membuat perhatian masyarakat menjadi penasaran karena merupakan permainan yang relative sederhana dan dapat dimainkan oleh siapa saja dan mirip dengan sepakbola. Futsal yang dimainkan didalam ruangan membuat suasana berbeda karena memungkinkan masyarakat yang belum memiliki waktu renggang di siang hari berolahraga futsal untuk melatih hobinya di malam hari. Futsal adalah permainan yang sama dengan sepakbola dimana bermain dilapangan yang lebih kecil. Olahraga futsal dapat bermain hanya dengan jumlah 10 orang (5 orang pada setiap tim), dengan bola dan gawang yang lebih kecil dari yang digunakan dalam sepakbola. Pergerakan dalam olahraga futsal berdinamika cepat dan pemain tidak boleh terlalu lama memegang bola seperti halnya sepakbola (Nabila, 2019).

Futsal secara resmi diakui oleh Asosiasi Sepak Bola Internasional (FIFA) dan merupakan salah satu cabang olahraga yang dimainkan oleh tim paling populer, diikuti oleh 12 juta masyarakat didunia lebih dari 100 negara (Jayadi, 2021). Menurut (Abdurahman, 2020) futsal merupakan olahraga antara dua tim, masing-masing tim terdiri dari lima orang pemain, termasuk seorang penjaga gawang. Tujuan permainan futsal sama dengan sepakbola, yaitu memasukkan bola

sebanyak-banyaknya ke dalam gawang lawan dan menjaga gawang agar tidak kebobolan. Dari segi keterampilan, futsal mirip dengan sepakbola dilapangan, Perbedaannya hanya satu, yaitu dalam futsal kita banyak menggunakan telapak kaki untuk menahan bola karena lapangannya datar dan keras, rumputnya berbeda dan lapangannya kecil sehingga bola tidak bisa melaju jauh.

Dapat dikatakan bahwa olahraga futsal adalah olahraga yang dimodifikasi dari olahraga sepakbola. Futsal adalah olahraga yang bermain dengan cepat dan siap dapat menerima dan mengumpan bola ke arah teman karena lapangannya yang relatif kecil dari sepakbola, sehingga ketika tidak sigap dan siap maka akan segera direbut oleh lawan. Dengan mempertandingkan dua tim, jumlah dari setiap timnya ada 5 orang atau pemain. Dalam pengertian yang lain futsal juga merupakan jenis olahraga tertutup yang secara resmi disahkan oleh Badan Perkumpulan Antar Negara Sepakbola, *Federation Internationale de Football Association* (FIFA) pada tahun 1989, dimana nama berasal dari bahasa Portugis yaitu *futebol de salao*, dan bahasa Spanyol *futbol de salon*. Keduanya memiliki arti sama-sama sepakbola dalam ruangan. Sebelumnya, ada beberapa julukan yang sering dipakai untuk olahraga ini. Antara lain *five-a-side-game*, *mini soccer*, atau pun *indoor soccer* (Madita et al, 2023).

2.1.2. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

1. Definisi UMKM

UMKM didefinisikan secara berbeda dari satu negara ke negara lain dan juga menurut definisi yang diberikan oleh organisasi internasional yang berbeda. Definisi UMKM belum diterima secara luas karena definisi UMKM seringkali

dididentifikasi berdasarkan kriteria dan karakteristik tertentu, seperti jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan, jumlah modal yang ditanam, dan pendapatan yang dihasilkan dari kegiatan yang dijalankan.

Sebelum undang-undang nomor 20 tahun 2008 disahkan, ada sejumlah definisi yang dibuat oleh berbagai lembaga di Indonesia dan yang digunakan sebagai referensi. Definisi ini dibuat oleh badan pusat statistik, Bank Indonesia, Kementerian Koperasi dan UMKM, dan lembaga lainnya serta masing-masing melakukannya berdasarkan tujuan organisasi mereka sendiri (Nurfadillah, 2022). Setelah disahkan dan diberlakukannya undang-undang nomor 20 tahun 2008, definisi UMKM berubah sebagai berikut:

- a) Usaha mikro adalah perusahaan sukses yang dijalankan oleh orang atau perusahaan kecil yang sesuai dengan definisi mikro.
- b) Bisnis kecil adalah perusahaan yang sukses secara ekonomi yang beroperasi secara independent, dijalankan oleh orang atau organisasi yang bukan cabang atau anak perusahaan yang dimiliki, dikendalikan, atau terikat langsung dengan perusahaan menengah atau skala besar.
- c) Bisnis menengah adalah usaha ekonomi independent dan produktif yang dijalankan oleh orang atau badan hukum yang bukan cabang atau anak perusahaan dari perusahaan manapun yang secara langsung dimiliki, dikendalikan, atau berafiliasi dengan bisnis kecil atau besar dan memiliki total kekayaan bersih atau pendapatan penjualan tahunan yang memenuhi persyaratan hukum.

2. Ciri dan Karakteristik UMKM

Adapun ciri UMKM adalah menggunakan teknologi sederhana atau manual sehingga mudah dilakukan ahli teknologi, bahan baku modeh diperolehnya, memiliki keterampilan dasar umumnya didapat secara turun temurun, peluang pasar cukup luas, bersifat padat karya atau menyerap tenaga kerja yang cukup banyak, dan sebagian besar produknya dipasarkan di pasar lokal atau domestik dan tidak tertutup sebagian lainnya berpotensi untuk di ekspor (Evi Suryani, 2021). Berbeda dari bisnis yang lebih besar tidak hanya dalam hal modal, pendapatan, dan jumlah karyawan. Berdasarkan sifat yang dimiliki UMKM itu sendiri, dimungkinkan untuk membedakan antara UMKM dan perusahaan besar. Menurut (Sajidil et al 2019), ciri-ciri UMKM dapat dijabarkan berdasarkan kelompok usahanya. Usaha mikro, dicirikan oleh beberapa kondisi berikut:

- a) Belum melakukan pengelolaan dan pencatatan keuangan, padahal mudah atau hanya sedikit orang yang mampu menyusun neraca organisasinya.
- b) Tingkat pendidikan wirausaha dan sumber daya manusia masih cukup rendah, biasanya hanya pada Tingkat dasar dan belum memiliki jiwa kewirausahaan yang diperlukan.
- c) Pada umumnya mereka belum mengenal dunia perbankan, namun lebih mengenal rentenir atau tengkulak.
- d) Umumnya tidak ada izin usaha atau persyaratan hukum lainnya, termasuk NPWP.
- e) Tenaga kerja atau karyawan yang dimiliki pada umumnya kurang dari empat orang.

Usaha kecil adalah suatu usaha ekonomi tertutup dan produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau afiliasi dari Perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau Sebagian, langsung atau tidak langsung, dari Perusahaan menengah atau besar. Berikut ciri-ciri usaha kecil diantaranya disebutkan sebagai berikut:

- a) Telah menangani pembukuan dan manajemen keuangan secara umum. Bahkan jika masih mudah, neraca bisnis telah dibuat untuk mulai memisahkan keuangan perusahaan dari keuangan keluarga.
- b) Dengan rata-rata Pendidikan sekolah menengah dan pengalaman kerja sebelumnya, sumber daya manusia lebih maju.
- c) Pada umumnya sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya.
- d) Mayoritas dari mereka terkait dengan perbankan, tetapi mereka masih memerlukan layanan konsultasi dan pendamping karena mereka tidak dapat menyiapkan rencana bisnis, studi kelayakan, dan penawaran pinjaman untuk bank.
- e) Tenaga kerja atau karyawan yang dimiliki antara 5 sampai 19 orang.

Usaha menengah sendiri memiliki ciri-cirinya tersendiri tidak jauh beda dengan usaha kecil, berikut ciri-cirinya:

- a) Manajemen dan organisasi umumnya telah membaik, menjadi lebih terstruktur, dan bahkan lebih kontemporer, dengan pemisahan pekerjaan yang berbeda antara bidang keuangan, pemasaran, dan produksi.

- b) Sudah sering melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan system akuntansi untuk mempermudah audit, evaluasi, atau iinspeksi, terutama yang dilakukan oleh bank.
- c) Telah melakukan pengaturan atau pengelolaan dan menjadi anggota organisasi perburuhan. Sudah ada program jamsostek dan pemeliharaan Kesehatan.
- d) Sudah memiliki segala persyaratan legalitas.
- e) Sudah sering bermitra dan memanfaatkan pendanaan yang ada di bank.
- f) Kualitas SDM meningkat dengan penggunaan sarjana sebagai manajer.

2.1.3. Studi Kelayakan Bisnis

1. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Secara umum, studi kelayakan didefinisikan sebagai peninjauan hasil bisnis. Selain itu, tindakan ini termasuk menyelidiki suatu bisnis terlepas dari apakah usahanya efektif atau tidak. Studi ini juga mengeksplorasi manfaat bisnis dan kemakmuran spekulatif, baik bagi pembeli maupun pelaku bisnis itu sendiri. Jika dijabarkan secara lebih lengkap, prestasi dapat mempunyai arti yang sangat besar. Memang hasil suatu pekerjaan tidak hanya dilihat dari pembayaran yang diterima saja, tetapi juga mencakup ketersediaan barang atau manajemen, proses produksi, kualitas sumber daya manusia, dan pembagian keuntungan antar organisasi yang bekerja sama (Citra Asmarawati et al., 2022).

Pengertian studi kelayakan usaha menurut para ahli adalah menurut Sutrisno, studi kelayakan usaha adalah suatu kajian atau penilaian untuk menentukan apakah suatu proyek/ide usaha yang diusulkan pada saat dilaksanakan dapat berfungsi dan

memberikan hasil yang sesuai dengan tujuannya atau tidak. Menurut Nitisetmito dan Burhan studi kelayakan bisnis adalah suatu Teknik mempelajari pemikiran bisnis untuk menentukan apakah pemikiran bisnis tersebut masuk akal atau tidak. Menurut husein, studi kelayakan bisnis adalah aspek praktis yang berfokus pada apakah siklus utama yang biasanya merupakan proyek bisnis dapat diselesaikan (Samsurijal, 2022).

Dari pengertian para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa studi kelayakan bisnis adalah suatu eksplorasi yang mencakup banyak perspektif yang berbeda, dari perspektif hukum, keuangan dan sosial, dari sudut pandang pasar dan periklanan, dari sudut pandang khusus dan inovasi, dari sudut pandang perspektif operasi dan moneter. Semua itu menjadi dasar penelitian dan hasilnya digunakan untuk menentukan pilihan, apakah suatu tugas atau pekerjaan dapat diselesaikan atau ditunda, atau bahkan tidak diselesaikan sama sekali (Ningrum, et al 2022).

Studi kelayakan dengan perspektif yang lebih luas telah muncul beberapa waktu sebelum adanya perbaikan ekonomi baru-baru ini. Revolusi industry di inggris pada abad ke-17, yang menyebabkan perkembangan industri dan perdagangan yang berlanjut hingga saat ini, hanyalah langkah awal dari perlunya studi kelayakan yang lebih disengaja dengan menggunakan teknik logika (Sutanto et al., 2022).

2. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Seperti yang kita ketahui, studi kelayakan bisnis merupakan suatu eksperimen yang harus dilakukan sebelum memulai suatu bisnis atau proyek. Hal ini dilakukan untuk mengurangi kerugian yang akan dialami pengusaha. Studi kelayakan dapat

dianggap sebagai persiapan awal sebelum suatu peristiwa diakui atau dilaksanakan.

Berikut adalah Sebagian dari tujuan studi kelayakan dilihat dari penilaian:

a. Menghindari resiko kerugian

Hal ini tentu diperlukan karena studi kelayakan merupakan gagasan untuk Menyusun dan mendalami ide bisnis yang telah dikemukakan. Dari penjelasan tersebut terlihat bahwa studi kelayakan telah dilakukan sebelum usaha tersebut dirancang. Apapun bentuk usahanya, jika dipersiapkan dengan matang, pemilik usaha tentu akan mengalami kerugian yang tidak sedikit. Inilah tujuan utama riset kelayakan bisnis yang selalu membuat para pemula bisnis resah.

b. Mempermudah perencanaan

Seperti yang telah disampaikan diatas, studi kelayakan dilakukan untuk menentukan apakah ide bisnis yang diusulkan layak untuk dilaksanakan atau lebih baik ditunda. Tentunya dari penelitian tersebut para pebisnis akan memiliki banyak pilihan ketika mempertimbangkan jenis bisnis apa yang benar-benar layak dan efektif untuk dijalankan.

c. Mempermudah pelaksanaan pekerjaan

Mempersiapkan banyak rencana berbeda akan membuat implementasi bisnis menjadi lebih mudah. Praktisi yang bekerja di bisnis ini memiliki instruksi yang harus diikuti. Pekerjaan komersial tersebut kemudian dapat dilaksanakan secara sistematis, sehingga benar-benar terfokus dan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Rencana yang telah disusun menjadi acuan pelaksanaan setiap langkah yang direncanakan.

d. Memudahkan pengawasan

Dalam proses pelaksanaan usaha sesuai rencana yang telah ditetapkan, hal ini akan menciptakan kondisi yang menguntungkan bagi perusahaan untuk melakukan pengendalian dalam pengelolaan usaha. Pemantauan ini perlu dilakukan secara berkala agar pelaksanaannya tidak menyimpang dari rencana yang telah ditetapkan.

e. Memudahkan pengendalian

Saat akan melakukan *monitoring* pada saat performa kerja, jika terjadi kesalahan akan lebih mudah dideteksi dan dikendalikan. Tujuan dari pengendalian ini adalah untuk memperbaiki prestasi kerja yang salah dibandingkan dengan kemajuan sebenarnya untuk pada akhirnya mencapai tujuan Perusahaan.

3. Tahapan penyusunan studi kelayakan bisnis

Menurut (Wafaretta, 2019), tahapan studi kelayakan dilakukan untuk memudahkan pelaksanaan studi kelayakan dan keakuratan penilaian. Langkah-langkah yang dilakukan untuk melakukan studi kelayakan adalah sebagai berikut:

a. Mengumpulkan Data dan Informasi

Kumpulkan data dan informasi yang diperlukan dengan lengkap, bisa itu secara perhitungan maupun kuantitatif. Mengumpulkan data dan informasi bisa didapatkan dari berbagai media yang terpercaya, contohnya dari instansi yang memiliki izin untuk mengeluarkannya, yaitu Badan Pusat Statistik, Badan Koordinasi Penanaman Modal, Otoritas Jasa Keuangan, Bank Indonesia, Divisi Teknis, dan instansi teknis atau penelitian lainnya, baik pemerintah maupun swasta.

b. Melaksanakan Pengolahan Data

Sesudah dikumpulkannya data dan informasi yang diperlukan, bagian lanjutannya adalah mengolah data dan informasi tersebut. Untuk mengolah data dilakukan secara tepat dan akurat dengan menggunakan metode dan pengukuran yang umum digunakan dalam bisnis. Pengolahan ini harus dilakukan secara hati-hati untuk setiap aspek yang ada. Perhitungan ini kemudian harus diperiksa kembali untuk memastikan kebenaran perhitungan yang dilakukan sebelumnya.

c. Analisis Data

Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data untuk menentukan kriteria kelayakan semua aspek. Kelayakan bisnis ditentukan berdasarkan kriteria pemenuhan persyaratan sesuai kriteria kesesuaian peruntukan. Setiap jenis usaha mempunyai kriteria tersendiri untuk menentukan layak atau tidaknya usaha tersebut. Kriteria kelayakan diukur aspek demi aspek untuk seluruh aspek yang dicapai.

d. Mengambil Keputusan

Jika sudah diukur menurut kriteria tertentu dan diperoleh hasil pengukuran, maka langkah selanjutnya adalah mengambil keputusan mengenai hasil tersebut. Mengambil keputusan sesuai kriteria yang telah ditentukan, layak atau tidaknya dengan tindakan yang telah ditentukan berdasarkan hasil perhitungan sebelumnya. Apabila tidak sesuai, harus dibatalkan dan disebutkan alasannya dengan jelas.

e. Memberikan Rekomendasi

Langkah terakhir adalah memberikan rekomendasi kepada beberapa pemangku kepentingan terkait laporan penelitian yang telah disusun. Dengan memberikan rekomendasi, juga dilakukan saran-saran dan perbaikan-perbaikan yang diperlukan, apabila masih diperlukan untuk menjamin kelengkapan dokumentasi serta persyaratan-persyaratan lain apabila hasil studi kelayakan akan dipublikasikan, sehingga layak untuk dilaksanakan.

4. Aspek-aspek Penilaian Bisnis

Menurut (Rahayu, 2019) aspek hukum, lingkungan, pasar dan pemasaran, teknis dan teknologi, manajemen dan sumber daya manusia, dan keuangan semuanya perlu dipertimbangkan dalam studi kelayakan untuk menarik kesimpulan yang tegas tentang apakah ide bisnis akan diterapkan atau tidak. Berikut rincian penilaian usaha yang dijelaskan:

a. Aspek hukum

Unsur hukum legalitas usaha meliputi jenis badan usaha yang harus dimiliki dan izin yang harus diterbitkan. Analisis terhadap permasalahan hukum dilakukan untuk mengetahui apakah suatu badan usaha dapat mematuhi peraturan dan memperoleh izin yang diperlukan untuk menjalankan usaha di suatu wilayah tertentu. Tergantung pada kompleksitas bisnisnya, peraturan hukum yang berbeda berlaku untuk jenis bisnis yang berbeda. Jika dikemudian hari timbul perselisihan, keaslian dan kelengkapan catatan akan menjadi landasan hukum yang sangat penting, perizinan mendirikan usaha, perizinan pengelolaan usaha, dan perizinan lokasi harus diverifikasi. Untuk mengajukan izin usaha, pebisnis harus memilih

jenis usahanya untuk mengetahui syarat-syarat mendirikan jenis usaha tersebut (Isa & Zuhriyah, 2021).

a) Mengurus Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

NPWP adalah angka yang diberikan kepada orang pajak untuk sarana bagian keadministrasian pajak. Untuk penerima pajak masyarakat pribadi, berkas yang diberikan agar mendapatkan nomor pokok wajib pajak hanyalah fotocopy kartu tanda penduduk atau kartu keluarga yang masih hidup. Bagi wajib pajak yang berbentuk instansi hukum, berkas yang dipersiapkan yaitu fotocopy izin mendirikan usaha, fotocopy kartu tanda penduduk pribadi, surat kelengkapan kegiatan bisnis kepala desa, dan bukti persyaratan masyarakat (TDP).

b) Pengurusan Izin Lokasi

Izin lokasi memungkinkan bisnis untuk memperoleh tanah yang digunakan untuk investasi atau bisnis sambil juga mengalihkan hak atas dan menggunakan situs tersebut. Dokumen persyaratan yang meliputi ialah perencanaan proposal investasi, rencana lokasi usaha, fotocopy akta pendirian perusahaan, fotocopy nomor pokok wajib pajak, fotocopy kartu tanda penduduk pengusaha, surat kesanggupan membayar ganti rugi, dan surat keterangan kepemilikan.

c) Lisensi Mendirikan Bangunan (IMB)

Lisensi mendirikan bangunan ialah lisensi yang wajib ada oleh perseorangan dan lembaga yang bergerak di bidang pembangunan, renovasi, atau pembongkaran konstruksi. berkas yang perlu dipersiapkan

untuk mendapatkan IMB yaitu fotocopy kartu tanda penduduk, salinan berkas kepemilikan tanah, fotocopy pembayaran akhir PBB tahunan, dan berkas pelengkap yang lain, serta *layout* denah konstruksi, perhitungan konstruksi serta pemasangan, permintaan agar pejabat publik diakui sebagai otoritas hukum.

b. Aspek Pasar dan Pemasaran

Karena penjualan produk jadi merupakan sumber pendapatan utama suatu bisnis, analisis aspek pasar dan pemasaran begitu diperlukan sebelum bisnis dimulai. Perspektif pasar menitikberatkan pada adanya kebutuhan akan kemungkinan penjualan barang yang dihasilkan, keadaan pasar atau konsumen sasaran atas terjualnya barang yang bersangkutan. Kegiatan usaha untuk mengembangkan, memajukan dan menahan penjualan produk disebut kegiatan pemasaran. Karakteristik pasar dan pemasaran diperiksa untuk menentukan ukuran pasar potensial untuk suatu barang tertentu dan pangsa pasar yang dimiliki oleh pesaing. Rencana pemasaran yang akan dilakukan bersamaan dengan riset pasar atau pengumpulan data dari berbagai sumber juga telah dikembangkan. Diharapkan usahanya lancar dan produknya mendapat pasar sehingga mendatangkan penjualan dan keuntungan (Utama, 2020).

Bauran pemasaran adalah alat untuk menganalisa empat P yaitu produk/barang (*product*), harga jual (*price*), promosi/iklan (*promotion*), dan tempat distribusi (*place*).

a) Produk (*product*)

Produk adalah sesuatu yang dapat tersedia untuk umum yang dipertimbangkan, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi persyaratan atau keinginan untuk komoditas dan layanan. Barang konsumsi dibagi menjadi 3 golongan yaitu Barang konvenien, yaitu barang yang mudah pemakaiannya, tersedia di banyak tempat, dan ada setiap waktu. Barang *shopping*, yaitu barang yang proses membelinya harus mencari terlebih dahulu dan memerlukan pertimbangan matang terkait kualitas, harga, kemasan, dan sebagainya. Barang *special*, yaitu barang yang mempunyai ciri khas sehingga hanya tersedia ditempat-tempat tertentu. Barang *industry* juga dibagi menjadi beberapa golongan, antara lain yaitu.

b) Promosi (*promotion*)

Menurut promosi mengacu pada semua Tindakan yang dilakukan bisnis untuk mengiklankan dan berkomunikasi dengan audiens targetnya. Diperlukan penetrapan strategi bauran untuk promosi (*promotion mix*) agar dapat mengkomunikasikan produk yaitu *Advertising* (periklanan) adalah komunikasi non individu menggunakan berbagai media seperti brosur, iklan melalui televisi, radio dan media sosial lainnya. *Personal selling*, yaitu kegiatan penjualan dengan tenaga penjual yang memperkenalkan produk agar masyarakat terbuju untuk membeli produk tersebut. *Public relation*, yaitu kegiatan periklanan yang tidak dilakukan secara langsung oleh perusahaan, melainkan oleh pihak lain. *Sales*

promotion, yaitu periklanan selain yang telah disebutkan yang dapat dilakukan melalui pameran, demonstrasi, dan lain-lain.

c) Tempat atau Distribusi (*place*)

Mayoritas produsen mempekerjakan perantara membangun jaringan distribusi atau pemasaran Ketika suatu produk diperkenalkan. Upaya yang dilakukan perusahaan untuk membuat barang dapat diakses oleh pelanggan dalam periode serta lokasi yang tepat disebut sebagai distribusi, dan saluran distribusi adalah rute yang diambil produk untuk mencapai tangan konsumen akhir

d) Harga (*price*)

Elemen ini berkaitan dengan penetapan harga produk atau layanan. Penetapan harga yang tepat memainkan peran penting dalam menarik pelanggan dan mempengaruhi permintaan pasar.

c. Aspek Teknis dan Teknologi

Penilaian aspek teknis akan terikat dengan standar usaha dalam menjalankan kegiatan serta faktor-faktor yang memudahkan berjalannya kegiatan bisnis, yaitu tempat bisnis, akses terhadap persediaan sereta penambahan personel, pasar dan pelanggan. Aspek teknologi mengacu pada peralatan atau teknologi yang digunakan untuk mendukung operasional bisnis. Lokasi bisnis, termasuk kantor pusat, cabang, pabrik, dan Gudang, harus dievaluasi karakteristik teknis dan teknologinya, serta memikirkan kedekatannya dengan pasar, pemberi bahan mentah, pekerjaan para pekerja, dan evaluasi prose barang. Penggunaan teknologi padat karya dan modal juga diidentifikasi. Dengan teknologi yang tepat, hal itu bisa

dicapai. Perusahaan menghasilkan produk berkualitas tinggi dengan cepat dan murah. Dengan menggunakan analisis aspek berdasarkan keakuratan lokasi, kinerja operasional dan kelengkapan peralatan, faktor teknis dan teknologi akan menentukan jalannya suatu bisnis (Komala Syachputri et al., 2022).

d. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Perencanaan dan penjadwalan proyek, penilaian tugas, deskripsi tugas, dan spesifikasi tugas hanyalah beberapa tahapan dan aktivitas yang perlu dilakukan selama proses pengembangan bisnis. Masalah manajemen yang berkaitan dengan kepemimpinan bisnis dan struktur organisasi juga penting. Jika suatu usaha dijalankan oleh orang-orang yang mumpuni dan memiliki tugas yang jelas, maka segala sesuatunya akan berjalan dengan baik. Komponen sumber daya manusia berfokus pada kesiapan tenaga kerja, termasuk peramalan berapa karyawan yang akan direkrut. Struktur organisasi, *jobdesk*, permintaan tenaga kerja, penyesuaian antara keterampilan para pekerja dan bisnis, serta cara bisnis memperlakukan karyawannya, semuanya dapat ditentukan dengan mempelajari faktor manajemen dan sumber daya manusia. Hal ini berkisar dari merekrut, memilih, memberi kompensasi dan memberi penghargaan kepada karyawan hingga pemecatan hubungan kerja. (Nurul et al, 2019).

e. Aspek Keuangan (finansial)

Bagian keuangan diperiksa untuk menghitung biaya yang harus dibayar, pendapatan yang akan diperoleh, dan persentase sumber daya keuangan seperti pinjaman, investor, atau ekuitas yang akan digunakan. Melakukan ringkasan pendapatan, ringkasan pengeluaran, dan memeriksa arus kas yang diperoleh

terhadap persyaratan kelayakan saat ini adalah tiga aktivitas utama untuk memverifikasi aspek keuangan (Utomo, 2020). Cara pengujian yang dilaksanakan adalah:

a) *Payback period (PP)*

PP adalah cara untuk mengetahui berapa lama periode waktu yang dibutuhkan untuk memulihkan uang yang diinvestasikan dari arus kas masuk (pendapatan) tahunan yang dihasilkan oleh proyek tersebut. Rumus yang digunakan untuk menghitung PP dengan *proceed* per tahun sama dari tahun ke tahun adalah:

$$\text{Rumus 2.1} \quad PP = \frac{\text{investasi}}{\text{cash flow}} \times 1 \text{ tahun.}$$

Dengan mengurangkan arus kas masuk dari investasi, PP dapat ditentukan jika arus kas tidak konstan dari tahun ke tahun. Jika sebuah investasi memenuhi persyaratan untuk menggunakan Teknik PP dan PP kurang dari jangka waktu pengembalian maksimum, itu dianggap praktis. Jika ada banyak pilihan investasi, investasi PP terpendek adalah pilihan terbaik.

b) *Net Present Value (NPV)*

NPV adalah proses yang melibatkan perbandingan nilai investasi saat ini dengan nilai sekarang arus kas masuk bersih. NPV adalah perbedaan antara dua nilai sekarang. Rumus yang digunakan yaitu:

$$\text{Rumus 2.2} \quad NPV = \sum_{t=0}^n \frac{At}{(1+k)^t}$$

Dimana:

At = Aliran kas masuk bersih pada periode t

K = discount rate yang digunakan

N = periode terakhir dimana aliran kas diharapkan

Persyaratan atau penilaian untuk menerima investasi adalah jika NPV lebih besar dari nol atau bernilai positif, maka investasi dengan pendekatan NPV dianggap layak.

c) *Internal Rate Of Return (IRR)*

IRR adalah menghitung nilai sekarang dari semua arus kas masuk dan keluar dari proyek investasi untuk menentukan suku bunga. Pada dasarnya, IRR harus dicari dengan cara trial and error. Rumus yang digunakan yaitu:

$$\text{Rumus 2.4} \quad 0 = \sum_{t=0}^n \frac{\text{cash flow}}{(1+r)^t}.$$

Persyaratan kelayakan metode ini menyatakan bahwa investasi dianggap praktis jika IRR lebih tinggi dari tingkat keuntungan yang diantisipasi.

d) *Break Even Point (BEP)*

Biaya tetap dan biaya variable dapat digunakan untuk mengidentifikasi *break even point*. Pada situasi ini, dimana UMKM tidak rugi tapi juga tidak mencapai laba. BEP adalah titik dimana jumlah produksi atau penjualan yang harus dilakukan agar biaya yang dikeluarkan dapat ditutupi kembali atau nilai dimana profit yang diterima adalah nol.

$$\text{Rumus 2.5} \quad BEP = \frac{\text{biaya tetap}}{\text{harga jual per unit} - \text{biaya variabel per unit}}$$

2.2 Penelitian Terdahulu

Table 2.1 Penelitian Terdahulu

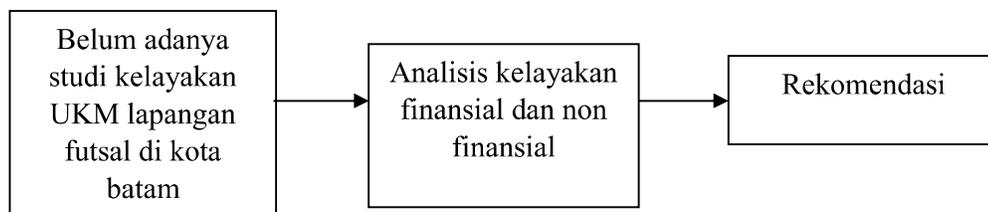
No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Pasaribu dan Saragih, 2020	Analisis Kelayakan Bisnis Café pada Khalizta Coffee dan Resto Kota Pematang Sian	Analisis kelayakan bisnis café pada khalizta coffee dan resto kota pematang siantar dilihat dari aspek keuangan dinyatakan layak untuk dilanjutkan. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan analisis kelayakan

			keuangan pada tingkat suku bunga 10 persen diperoleh nilai PP selama satu tahun enam bulan dua puluh tiga hari.
2	Gunawati dan Sudarwati, 2019	Analisis Studi Kelayakan Usaha Bisnis Cassava Chips Perumahan Mardani Raya	Dari aspek pasar dan pemasaran, aspek produk, aspek teknis, aspek manajemen dan sumber daya manusia, aspek lingkungan, dan aspek finansial menunjukkan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan dengan hasil positif atau sesuai standar yang minta dari setiap aspek.
3	Ningrum et al, 2022	Analisis Studi Kelayakan Bisnis UMKM Cake Kota Pangkal Pinang	Berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, dan aspek finansial usaha ini layak untuk dijalankan dengan hasil sesuai standar yang diminta dari setiap aspek.
4	Djatinika et al, 2021	Analisis perancangan bisnis dan kelayakan pembukaan cabang wikana konfeksi di daerah bandung raya	Berdasarkan hasil analisis kelayakan dengan metode NPV, IRR, dan PP dapat diambil kesimpulan bahwa pembukaan cabang usaha ini layak dibuka. Berdasarkan analisis sensitivitas nya sesuai dengan hasil yang diinginkan.
5	Handjojo et al, 2019	Analisis kelayakan bisnis usaha teh papua	Berdasarkan aspek non finansial yang dianalisis yaitu aspek pemasaran, teknis dan teknologi, serta organisasi dan manajemen, usaha teh papua ini layak untuk dijalankan. Karena memiliki manfaat yang sangat berguna untuk produk Kesehatan herbal, dan hasil dari analisis aspek keuangannya layak untuk dilakukan.
6	Siahaan dan Hasibuan, 2021	Analisis kelayakan bisnis restoran chicken crush tuasa medan	Berdasarkan aspek finansial dan non finansial yang dianalisis semuanya dinyatakan layak untuk menjalankan usaha tersebut.
7	Maharani et al, 2020	Analisis kelayakan usaha pengolahan ikan pada industry kecil casheila banjarbaru	Berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, teknis dan teknologi, dan keuangan menyatakan layak untuk dijalankan, sedangkan untuk aspek manajemen yang dilakukan oleh usaha tersebut belum layak karena belum maksimalnya manajemen yang dilakukan oleh usaha tersebut dengan belum adanya pembagian kinerja dan

			belum adanya karyawan yang sesuai diharapkan di industry ini.
--	--	--	---

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah prosedur yang digunakan untuk mengatasi kesulitan yang ditimbulkan dirangkum dalam kerangka konseptual penelitian.



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran