

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Feasibility Study

Menurut Krieger, Martig, van den Brink, & Berger (2016), studi kelayakan adalah prosedur untuk memprediksi hasil pemeriksaan investigasi, atau penilaian skema yang direncanakan bersama dengan kemungkinan keuntungan Krieger *et al.*, (2016) dalam Mukherjee & Roy (2017). Purnomo, Riawan, & Sugianto (2017) mengutarakan bahwa *feasibility study* merupakan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima suatu gagasan usaha atau proyek yang direncanakan atau menolaknya.

Studi kelayakan dilakukan dengan tujuan adalah untuk menghindari keterlanjuran investasi yang terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan. Biaya yang dikeluarkan pada suatu studi kelayakan relatif kecil dibandingkan dengan risiko kegiatan suatu proyek yang menyangkut investasi dalam jumlah besar Subagyo (2008) dalam Sutika, Wiksuana, & Artini (2017).

Sedangkan menurut Sulastri (2016), studi kelayakan bisnis adalah penelitian yang menyangkut berbagai aspek baik itu dari aspek hukum, sosial ekonomi dan budaya, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi sampai dengan aspek manajemen dan keuangannya, dimana itu semua digunakan untuk dasar penelitian studi kelayakan dan hasilnya

Purnomo *et al.*, (2017) menyatakan bahwa studi kelayakan memiliki 5 (Lima) aspek yang menjadi faktor pendorong layaknya semua bisnis, dimana fungsi aspek ini untuk dinilai, diukur dan diteliti. Aspek studi kelayakan terdiri dari, sebagai berikut:

1. Aspek Teknik dan Teknologi
2. Aspek Pasar dan Pemasaran
3. Aspek Finansial dan Hukum
4. Aspek Lingkungan
5. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

2.1.1 Aspek Teknis dan Teknologi

Aspek teknis menganalisis kesiapan teknis dan ketersediaan teknologi yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis. Analisis aspek teknis dan teknologi menjadi sebuah keharusan untuk menghindari adanya kegagalan bisnis pada masa yang akan datang, sebagai akibat karena adanya masalah teknis. Beberapa hal yang perlu dipahami dalam kaitannya dengan aspek teknis dan teknologi ialah penentuan lokasi bisnis, tata letak (*layout*) bisnis, pemilihan peralatan dan teknologi Purnomo *et al.*, (2017).

Menurut Sutika *et al.*, (2017) aspek teknis adalah sarana untuk menentukan lokasi dijadikan sebagai lokasi bangunan dan spesifikasi gedung yang akan dibangun.

Ummam (2016) menyatakan bahwa aspek teknis merupakan suatu aspek yang berkenaan dengan proses pembangunan proyek secara teknis dan pengoperasiannya setelah proyek tersebut selesai dibangun. Tujuan dari aspek ini adalah untuk meyakini secara teknis bahwa rencana pengembangan usaha layak dilaksanakan. Adapun hal-hal yang menjadi pertimbangan dalam aspek teknis meliputi lokasi usaha, proses produksi, dan fasilitas produksi.

2.1.2 Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan dan saling mempengaruhi satu sama lainnya. Dengan kata lain, setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar dan hal ini juga memberikan manfaat untuk memudahkan dalam transaksi. Aspek pasar menganalisis potensi pasar, intensitas persaingan, market share yang dapat dicapai, serta menganalisis strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk mencapai market share yang diharapkan Purnomo *et al.*, (2017).

Menurut Subagyo (2008) didalam Sutika *et al.*, (2017) kajian terhadap aspek pasar pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui seberapa besar potensi atau peluang pasar yang bisa dimanfaatkan guna memperoleh keuntungan. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan pada aspek ini yaitu: pasar dan jenisnya, analisis penawaran dan permintaan serta analisis tren perkembangan permintaan.

Kajian atas peluang pasar ini merupakan fondasi bagi perencanaan dan strategi pemasaran.

Sedangkan menurut Sulastrri (2016) aspek pasar merupakan tantangan utama bagi perusahaan dimana perusahaan tersebut harus mengetahui bagaimana membangun dan mempertahankan bisnis yang sehat dalam pasar dan lingkungan yang terus berubah sehingga perusahaan tetap dapat bertahan perusahaan harus mampu mengenali pelanggannya.

2.1.3 Aspek Finansial

Aspek keuangan menganalisis besarnya biaya investasi dan modal kerja serta tingkat pengembalian investasi dari bisnis yang akan dijalankan. Selain itu, dianalisis juga pada perihal darimana saja sumber investasi dan pembiayaan bisnis tersebut yang dihitung dengan rumusan penilaian investasi seperti Analisis *Cash Flow*, *Payback Period*, *Net Present Value*, *Internal Rate Of Return*, *Benefit Cost Ratio*, *Profitability Index*, dan *Break Event Point* menurut Purnomo *et al.*, (2017).

2.1.4 Aspek Hukum

Aspek hukum menganalisis kemampuan pelaku bisnis dalam memenuhi ketentuan hukum dan perizinan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis di wilayah tertentu. Dengan menganalisis aspek hukum, kita dapat menganalisis kelayakan legalitas usaha yang dijalankan, ketepatan bentuk badan hukum dengan ide bisnis yang akan dilaksanakan, dan kemampuan bisnis yang akan diusulkan dalam memenuhi persyaratan perizinan Purnomo *et al.*, (2017)

Aspek hukum mengkaji tentang legalitas suatu proyek atau bisnis yang akan dibangun atau dioperasikan. Setiap proyek atau bisnis yang akan didirikan dan dibangun di wilayah tertentu harus memenuhi hukum dan tata peraturan yang berlaku di wilayah tersebut Sulastrri (2016).

Menurut Sulastrri (2016), aspek hukum yang harus diteliti dalam suatu studi kelayakan bisnis menyangkut semua legalitas rencana bisnis yang akan dilaksanakan yang meliputi ketentuan hukum yang berlaku diantaranya:

1. Izin lokasi
2. Akte pendirian perusahaan dari notaris setempat atau berbentuk badan hukum lainnya.
3. NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)
4. Surat tanda daftar perusahaan
5. Surat izin tempat usaha dari pemda setempat

6. Surat tanda rekanan dari pemda setempat
7. Surat Izin Usaha Perdagangan setempat

2.1.5 Aspek Lingkungan

Aspek lingkungan menganalisis kesesuaian lingkungan sekitar (baik lingkungan operasional, lingkungan dekat, dan lingkungan jauh) dengan ide bisnis yang akan dijalankan. Suatu ide bisnis dinyatakan layak berdasarkan aspek lingkungan jika kondisi lingkungan sesuai dengan kebutuhan ide bisnis dan ide bisnis tersebut mampu memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dampak negatifnya Purnomo *et al.*, (2017).

2.1.6 Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Aspek manajemen dan sumber daya manusia menganalisis tahap-tahap pelaksanaan bisnis dan kesiapan tenaga kerja, baik tenaga kerja kasar maupun tenaga kerja terampil yang diperlukan untuk menjalankan bisnis Purnomo *et al.*, (2017).

Manajemen SDM yaitu aspek yang digunakan untuk mengelola dan melatih tenaga kerja dalam usaha ini. Aspek manajemen ini termasuk yang paling penting karena aspek ini terkait fungsi koordinasi dan sinkronisasi antara semua faktor produksi yang ada. Studi aspek SDM bertujuan untuk mengetahui apakah dalam pembangunan dan implementasi bisnis diperkirakan layak dari ketersediaan SDM Ummam (2016).

2.2 Penyusunan Strategi SWOT

SWOT terdiri dari *Strength* (keunggulan), *Weakness* (kelemahaan), *Opportunities* (kesempatan) dan *Threats* (ancaman). Analisis SWOT adalah kerangka kerja perencanaan strategis yang digunakan dalam evaluasi suatu organisasi, rencana, proyek atau kegiatan bisnis. Oleh karena itu Analisis SWOT adalah alat yang signifikan untuk analisis situasi yang membantu para manajer untuk mengidentifikasi faktor-faktor organisasi dan lingkungan. Analisis SWOT memiliki dua dimensi: Internal dan eksternal. Dimensi internal mencakup faktor organisasi, juga kekuatan dan kelemahan, dimensi eksternal mencakup faktor lingkungan, juga peluang dan ancaman Gurel (2017).

Kekuatan atau *strength* adalah karakteristik yang menambah nilai pada sesuatu dan membuatnya lebih istimewa daripada yang lain. Kekuatan berarti

bahwa ada sesuatu yang lebih menguntungkan jika dibandingkan dengan sesuatu yang lain. Dalam pengertian ini, kekuatan mengacu pada karakteristik positif, menguntungkan, dan kreatif. Suatu organisasi dapat digambarkan sebagai kuat, setara atau lemah dibandingkan dengan pesaingnya berdasarkan 5 (Lima) kriteria: Situasi pasar relatif, struktur keuangan relatif, produksi relatif dan kapasitas teknis, penelitian relatif dan potensi pengembangan, kapasitas manusia relatif dan efektivitas manajemen menurut Dingcer (2007) didalam Gurel (2017).

Gurel (2017) mengatakan bahwa kelemahan pada organisasi mengacu pada situasi dimana keberadaan dan kemampuan saat ini organisasi mempunyai kelemahan dibandingkan dengan organisasi lain atau organisasi pesaing. Dengan kata lain, kelemahan organisasi berarti aspek atau kegiatan di mana suatu organisasi kurang efektif dan efisien dibandingkan dengan pesaingnya.

Peluang atau *opportunities* adalah waktu atau situasi yang nyaman lingkungan hadir bagi organisasi untuk mencapai tujuannya. Peluang adalah peluang yang akan menghasilkan hasil positif bagi organisasi yang ditentukan sebagai hasil analisis lingkungannya. Persaingan dan kerja keras menghadirkan peluang besar bagi organisasi. “Peluang adalah kondisi di lingkungan eksternal yang memungkinkan organisasi untuk mengambil keuntungan dari kekuatan organisasi, mengatasi kelemahan organisasi atau menetralkan ancaman lingkungan” Harrison dan St. John (2004) didalam Gurel (2017).

Ancaman atau *threats* adalah situasi yang muncul sebagai akibat dari perubahan di lingkungan yang jauh atau langsung yang akan mencegah organisasi dari mempertahankan keberadaannya atau kehilangan keunggulannya dalam persaingan, dan yang tidak menguntungkan bagi organisasi Ülgen dan Mirze (2010) didalam Gurel (2017).

2.2.1 SWOT Matrix

Matriks mengidentifikasi potensi strategi taktis yang dapat digunakan untuk tujuan mengeksploitasi peluang *marketing* atau bertahan melawan ancaman melalui pengungkitan kekuatan yang ada dan pengurangan kelemahan. Matriks SWOT berupaya mengembangkan strategi taktis berdasarkan pada empat posisi berbeda yaitu:

1. Strategi WO (*Weakness* dan *Opportunities*) di kuadran pertama berupaya untuk memaksimalkan peluang yang timbul dari lingkungan eksternal dan menghilangkan kelemahan internal organisasi yang menghambat perkembangan organisasi Bonnici & Galea (2014)
2. Strategi SO (*Strength* dan *Opportunities*) di kuadran kedua adalah situasi yang ideal di mana organisasi dapat memaksimalkan kekuatan dengan menggunakan peluang organisasi Bonnici & Galea (2014).
3. Strategi ST (*Strength* dan *Threats*) menggunakan kekuatan internal organisasi yang dapat menangkal ancaman dari pesaing, industri, dan lingkungan yang lebih besar. Namun, perusahaan dengan kekuatan pasar yang kuat harus mengatasi ancaman di lingkungan eksternal dengan hati-hati Bonnici & Galea (2014).
4. Strategi WT (*Weakness* dan *Threats*) di kuadran keempat adalah skenario terburuk ketika sebuah organisasi harus meminimalkan kelemahan dan ancamannya. Namun, kekuatan eksternal mungkin tidak dapat dihindari Bonnici & Galea (2014).



Gambar 2. 1 SWOT

Sumber: Bonnici & Galea (2014)