

BAB II

LANDASAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Deskripsi Teori

1. Tinjauan Industri Rumahan

a. Pengertian Industri

Secara sederhana dalam kamus besar ekonomi (Sigit Winarno dan Sujana Ismaya, 2007: 252) dijelaskan bahwa definisi industri adalah kegiatan ekonomi dengan memproses atau mengolah bahan-bahan atau barang dengan menggunakan sarana dan peralatan, seperti mesin, untuk menghasilkan barang (jadi) atau jasa.

Menurut Badan Pusat Statistik tahun 2008 industri mempunyai dua pengertian. Pengertian secara luas, industri mencakup semua usaha dan kegiatan di bidang ekonomi bersifat produktif. Dalam pengertian secara sempit, industri hanyalah mencakup industri pengolahan yaitu suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah suatu barang dasar mekanis, kimia, atau dengan tangan sehingga menjadi barang setengah jadi dan atau barang jadi, kemudian barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih nilainya dan sifatnya lebih kepada pemakaian akhir.

Dari berbagai definisi yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa industri adalah

kegiatan ekonomi dalam mengolah atau memproses serta menghasilkan barang dan atau jasa dengan menggunakan sarana tertentu sehingga nilai guna (*utility*) dari barang tersebut meningkat.

b. Pengertian Industri Rumahan

Menurut Badan Pusat Statistik tahun 2002 Industri di Indonesia dapat digolongkan ke dalam beberapa macam kelompok. Industri didasarkan pada banyaknya tenaga kerja dibedakan menjadi 4 golongan, yaitu industri besar, memiliki jumlah tenaga kerja 100 orang atau lebih, industri sedang, memiliki jumlah tenaga kerja antara 20–99 orang, industri kecil, memiliki jumlah tenaga kerja antara 5–19 orang dan industri rumah tangga, memiliki jumlah tenaga kerja antara 1–4 orang.

Definisi yang senada dijelaskan dalam Undang-Undang No 20 Tahun 2008 mengelompokkan industri kedalam tiga kategori, yaitu:

- 1) Industri mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00.
- 2) Industri kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari

Rp 300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00.

- 3) Industri menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00.

Dari penjelasan di atas dapat dijelaskan menggunakan tabel yang tergambar di bawah ini.

Tabel 2. Kriteria UKM Menurut Asset dan Omzet

No	Uraian	Kriteria	
		Asset	Omzet
1	Industri Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
2	Industri Kecil	> 50 juta – 500 juta	> 300 juta – 2,5 milyar
3	Industri Menengah	> 500 juta – 10 milyar	> 2,5 milyar – 50 milyar

(Sumber: www.depkop.go.id).

Industri rumahan bulu mata dan rambut palsu RGG Product di Kabupaten Purbalingga Kecamatan Purbalingga memiliki tenaga kerja 15 orang yang terdiri dari 5 orang sebagai penjahit, 5 orang di bagian pemanasan rambut dan 5 orang di bagian pengepakan. Dari segi asset berkisar pada 65 juta, sedangkan omzet mencapai lebih dari 300 juta.

Dari berbagai definisi yang telah dikemukakan sebelumnya maka industri rumahan bulu mata dan rambut palsu menurut kriteria menurut asset dan omzet termasuk kedalam industri kecil dan menurut kriteria tenaga kerja termasuk ke dalam industri kecil.

c. Kelebihan dan Kelemahan Industri Kecil

UKM memiliki ciri-ciri skala usaha kecil, padat karya, berbasis sumberdaya lokal dan sumberdaya alam, pelaku banyak, dan menyebar (Sumber: www.shvoong.com). Sehingga dari ciri-ciri tersebut dapat diuraikan beberapa kekuatan dan kelemahan UKM sebagai berikut:

1) Skala usaha kecil

Salah satu karakter penting dari UKM adalah skala usahanya yang relatif kecil. Meskipun batas atas kategori usaha kecil adalah dengan omset maksimal 1 miliar, namun dalam kenyataannya sebagian besar usaha kecil justru memiliki omset dibawah 500 juta. Mengacu pada argumentasi bahwa salah satu sumber keunggulan adalah melalui *economies of scale*, maka akan sulit bagi usaha berskala kecil secara individual untuk bersaing dengan usaha berskala besar dalam suatu aktivitas bisnis yang sama.

2) Padat karya

Produk usaha berskala kecil pada umumnya sangat padat karya. Kegiatan produksi yang melibatkan banyak tenaga kerja sebagai konsekuensi dari aktivitas yang menghasilkan produk yang berciri *hand made*. Produk UKM yang bersandar pada keahlian dan keterampilan tangan ini membawa konsekuensi pada kurangnya aspek presisi dan kesulitan untuk distandarisasi. Disamping memiliki kelemahan, aktivitas bisnis yang mengandalkan keterampilan individu tentu juga memiliki keunikan, sehingga mendapat pasar yang tersendiri. Keunikan produk UKM dapat dikembangkan sebagai sumber keunggulan menghadapi produk-produk yang berbasis pabrikasi (produk cetak).

3) Berbasis sumberdaya lokal dan sumberdaya alam

Salah satu ciri dari orientasi berusaha di kalangan UKM pada umumnya adalah lebih kepada upaya melakukan aktivitas apa yang bisa dilakukan dengan sumberdaya yang ada, ketimbang memproduksi sesuatu yang diminta oleh pasar. Dengan kata lain aktivitas usaha UKM lebih kepada *production oriented*, memproduksi sebaik mungkin apa yang bisa dilakukan dengan bertumpu pada ketersediaan sumberdaya yang ada. Karakter aktivitas bisnis UKM seperti ini menghasilkan produk-produk unggulan yang komparatif pada

masing-masing wilayah. Kestinambungan usaha yang berbasis sumberdaya alam tentu sangat rentan, manakala UKM terlibat dalam aktivitas produksi yang mengeksploitasi sumberdaya alam yang tidak terbaharui.

4) Pelaku banyak

Pada aktivitas bisnis UKM hampir tidak ada *barrier to entry*, baik dari aspek teknologi, investasi, manajemen, perlindungan hak intelektual, maka sangat mudah bagi masyarakat untuk masuk ke dalam industri yang digeluti oleh UKM. Sebagai konsekuensinya relatif sangat banyak pelaku bisnis UKM dalam sektor dan kegiatan bisnis tertentu. Di satu sisi struktur usaha seperti ini sangat baik untuk mendorong kompetisi, tetapi di lain pihak UKM sering dihadapkan pada kondisi dimana banyak UKM sebagai produsen menghadapi kekuatan monopsonis.

5) Menyebar

Aktivitas bisnis UKM dapat dijumpai hampir diseluruh pelosok tanah air serta diberbagai sektor. Dengan demikian, bila UKM dapat mengembangkan jaringan yang efektif, maka konsep *global production* dapat dipenuhi, karena UKM mampu menghasilkan produk di mana saja dan memasarkannya ke mana saja serta kapan saja. Dengan kata lain produk UKM

yang sejenis sangat mudah diperoleh masyarakat dimana saja dan kapan saja.

d. Peran Industri Kecil

Peran industri kecil dan rumah tangga sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Industri kecil dan rumah tangga perlu dikembangkan karena terdapat tiga alasan, yaitu:

- 1) Industri kecil dan rumah tangga mampu menyerap tenaga kerja. Kecenderungan menyerap banyak tenaga kerja umumnya membuat banyak IKRT intensif pula dalam menggunakan sumber daya alam lokal, sehingga akan menimbulkan dampak positif terhadap peningkatan jumlah tenaga kerja, pengurangan jumlah kemiskinan, pemerataan dalam distribusi pendapatan, dan pembangunan ekonomi di wilayah tersebut.
- 2) Industri kecil dan rumah tangga (IKRT) memegang peranan penting dalam ekspor nonmigas, meskipun jika dibandingkan dengan industri besar kontribusinya masih jauh lebih kecil.
- 3) Pengembangan industri skala kecil merupakan cara yang dinilai besar peranannya dalam pengembangan industri manufaktur (Mudrajad Kuncoro, 2007 : 363).

Beberapa dampak positif industri yang juga menjadi peranan industri kecil dalam kehidupan masyarakat, antara lain:

- 1) Menambah penghasilan penduduk sehingga meningkatkan kemakmuran.
- 2) Menghasilkan aneka barang yang diperlukan oleh masyarakat dan untuk mengurangi ketergantungan negara pada luar negeri.
- 3) Memperluas lapangan kerja dan memberi sumbangan devisa bagi negara.
- 4) Merangsang masyarakat memperluas kegiatan ekonomi dan meningkatkan pengetahuan industri dan kewirausahaan (Dwi Hanafi dan Sri Sutopo, 2006 : 19).

e. Jenis-jenis Industri Berdasarkan Badan Pusat Statistik

Menurut Badan Pusat Statistik pengelompokan industri dibedakan menjadi 4, yaitu:

- 1) Perusahaan atau industri besar jika memperkerjakan 100 orang atau lebih.
- 2) Perusahaan atau industri sedang jika memperkerjakan 20 sampai 99 orang.
- 3) Perusahaan kecil jika memperkerjakan 5 sampai 19 orang
- 4) Industri kerajinan rumah tangga jika memperkerjakan kurang dari 3 orang (termasuk tenaga kerja yang tidak dibayar) (Lincoln arsyad, 2004: 366).

f. Jenis-jenis Industri Berdasarkan Departemen Perindustrian

Industri nasional di Indonesia menjadi 3 kelompok besar yaitu:

1) Industri dasar

Industri dasar yang meliputi kelompok industri mesin dan logam dasar (IMLD) dan kelompok kimia dasar (IKD). Yang termasuk dalam IMLD antara lain: industri mesin pertanian, elektronika kereta api, pesawat terbang, kendaraan bermotor, besi baja, aluminium, tembaga, dan sebagainya. Sedangkan yang termasuk ke dalam IKD antara lain: industri pengolahan kayu dan karet alam, industri pestisida, industri pupuk, industri semen, industri silikat, dan sebagainya.

2) Industri kecil

Industri kecil yang meliputi antara lain industri pangan (makanan, minuman, tembakau), industri sandang dan kulit (tekstil, pakaian jadi, serta barang dari kulit), industri kimia dan bahan bangunan (industri kertas, percetakan, penerbitan, barang-barang karet, plastik, dan lain-lain), industri galian logam, dan industri logam (mesin-mesin listrik, alat-alat ilmu pengetahuan, barang dari logam, dan sebagainya).

3) Industri hilir

Industri hilir yaitu kelompok aneka industri (AI) yang meliputi antara lain: industri yang mengolah sumber daya

hutan, industri yang mengolah hasil pertambangan, industri yang mengolah hasil pertanian secara luas, dan lain-lain (Lincoln Arsyad, 2004: 369).

2. Tinjauan Studi Kelayakan

a. Pengertian Studi Kelayakan

Studi kelayakan adalah penelitian tentang dapat tidaknya suatu proyek (biasanya merupakan proyek investasi) dilaksanakan dengan berhasil. Pengertian keberhasilan ini mungkin bisa ditafsirkan agak berbeda-beda. Ada yang menafsirkan dalam artian yang lebih terbatas, ada juga yang mengartikan dalam artian yang lebih luas. Artian yang lebih terbatas digunakan oleh pihak swasta yang lebih berminat tentang manfaat ekonomis suatu investasi. Sedangkan dari pihak pemerintah, atau lembaga nonprofit, pengertian menguntungkan bisa dalam arti yang lebih relatif (Suad Husnan dan Suwarsono, 2008: 4).

Studi kelayakan usaha atau disebut juga analisis proyek ialah suatu penelitian tentang layak tidaknya suatu bisnis dilaksanakan dengan menguntungkan secara kontinue. Studi ini pada dasarnya membahas berbagai konsep dasar yang berkaitan dengan keputusan dan proses pemilihan proyek bisnis agar mampu memberikan manfaat ekonomis dan sosial sepanjang waktu (Mudjiarto dan Aliaras Wahid, 2006: 200).

Dari pengertian di atas, maka studi kelayakan usaha merupakan kegiatan yang bertujuan mengkaji kelayakan suatu gagasan yang dikaitkan dengan kemungkinan tingkat keberhasilan dari tujuan yang hendak diraih. Hal ini dilakukan untuk menghindari keterlanjuran penanaman modal yang ternyata tidak menguntungkan.

b. Tujuan Studi Kelayakan

Banyak sebab yang mengakibatkan suatu usaha ternyata kemudian menjadi tidak menguntungkan (gagal). Sebab itu bisa terwujud karena kesalahan perencanaan, kesalahan dalam menaksir pasar yang tersedia, kesalahan dalam memperkirakan teknologi yang dipakai, kesalahan dalam memperkirakan kontinuitas bahan baku, kesalahan dalam memperkirakan kebutuhan tenaga kerja dengan tersedianya tenaga kerja yang ada. Sebab lain bisa berasal dari pelaksanaan proyek yang tidak terkendalikan (Suad Husnan dan Suwarsono, 2008: 6).

Untuk itulah studi tentang kelayakan ekonomi suatu proyek menjadi sangat penting. Semakin besar skala investasi semakin penting studi ini. Bahkan untuk proyek-proyek yang besar, seringkali studi ini dilakukan dalam dua tahap, yaitu tahap pendahuluan dan tahap keseluruhan, apabila dari studi pendahuluan tersebut sudah menampakkan gejala-gejala yang tidak

menguntungkan, maka studi keseluruhan mungkin tidak perlu lagi dilakukan.

Dengan ringkas kita bisa mengatakan, bahwa tujuan dilakukannya studi kelayakan adalah untuk menghindari keterlanjuran penanaman modal yang terlalu besar untuk kegiatan yang tidak menguntungkan. Tentu saja studi kelayakan ini akan memakan biaya, tetapi biaya tersebut relatif kecil apabila dibandingkan dengan risiko kegagalan suatu proyek yang menyangkut investasi dalam jumlah besar.

c. Aspek-aspek Studi Kelayakan

Untuk melakukan studi kelayakan, terlebih dahulu harus ditentukan aspek-aspek apa yang akan dipelajari. Walaupun belum ada kesepakatan tentang aspek apa saja yang perlu diteliti, tetapi umumnya penelitian akan dilakukan terhadap aspek-aspek: pasar, teknik atau produksi, manajemen dan keuangan. Jika proyek relatif besar, maka terkadang juga ditambah studi tentang dampak sosial (Suad Husnan dan Suwarsono, 2008: 17).

Pengkajian aspek pasar berfungsi menghubungkan manajemen suatu organisasi dengan pasar yang bersangkutan melalui informasi. Selanjutnya, informasi ini digunakan untuk mengidentifikasi kesempatan dan permasalahan yang berkaitan dengan pasar dan pemasaran. Proses pengkajian aspek pasar mengikuti langkah-langkah yaitu menilai situasi, *market*

environment, mengumpulkan data dan informasi serta analisis dan peramalan (Imam Soeharto, 2002: 40).

Aspek teknik atau produksi dilaksanakan sejajar dengan aspek-aspek lain setelah penelitian pemasaran menunjukkan adanya manfaat untuk melanjutkan studi kelayakan. Pada dasarnya lingkup pengkajian aspek teknik terdiri dari penentuan letak geografis lokasi, pemilihan teknologi produksi, penentuan kapasitas, denah instalasi dan bangunan instalasi (Imam Soeharto, 2002: 59).

Dalam pemilihan teknologi yang akan dipergunakan sebaiknya tidak dipergunakan teknologi yang sudah usang atau teknologi yang masih dicoba-coba. Yang pertama akan mengakibatkan perusahaan nantinya sulit untuk bersaing, sedangkan yang kedua bisa mengakibatkan kesulitan dalam perawatan fasilitas (Suad Husnan dan Suwarsono, 2008: 21).

Aspek manajemen didasari oleh pemikiran klasik (*general management*) dan konsep sistem. Kegiatan operasi perusahaan dan fungsi manajemen I.L. Fayol adalah teknis, koordinasi, keamanan, akuntansi dan manajemen berdasarkan fungsinya yaitu merencanakan, mengorganisasi, memimpin, *staffing* dan mengendalikan (Imam Soeharto, 2008: 169).

Aspek keuangan mempelajari berbagai faktor penting seperti dana yang diperlukan untuk investasi, baik untuk aktiva tetap maupun modal kerja, sumber pembelanjaan yang akan

dipergunakan. Dana yang diperlukan bersumber dari dana yang berupa modal sendiri dan dana yang berupa pinjaman jangka pendek dan jangka panjang. Taksiran penghasilan, biaya dan laba rugi pada berbagai tingkat operasi. Termasuk di sini estimasi *break event* proyek tersebut. Manfaat dan biaya dalam artian finansial, seperti “*net present value*”, “*average rate of return*”, “*profitability index*”, dan “*payback period*”. Estimasi terhadap risiko proyek, risiko dalam artian total atau sistematis. Di samping perlu ditaksir laba rugi proyek tersebut, juga taksiran aliran kas diperlukan untuk menghitung profitabilitas finansial proyek tersebut. Proyeksi keuangan. Pembuatan neraca yang diproyeksikan dan proyeksi sumber dan penggunaan dana (Suad Husnan dan Suwarsono, 2008: 23).

Sebenarnya kesemua aspek tersebut perlu dipelajari, tetapi tergantung pada besar kecilnya dan yang tertanam pada investasi tersebut, maka banyak sedikitnya aspek yang perlu dipelajari dan kedalaman studi tersebut mungkin berbeda. Untuk Penelitian ini peneliti akan meneliti studi kelayakan dari empat aspek yaitu pasar, teknik, manajemen dan keuangan. Hal ini disesuaikan dengan kebutuhan peneliti dan skala usaha yang akan diteliti.

d. Kriteria Studi Kelayakan

Penilaian usulan investasi bisa menggunakan berbagai kriteria. Dimulai dari kriteria yang “sempit” sampai dengan kriteria

yang lebih “luas”. Kriteria yang sempit menekankan hanya dari aspek profitabilitas dipandang dari sudut perusahaan, yang lebih sering disebut profitabilitas komersial. Sedangkan dari sudut luas adalah dengan memperhatikan manfaat proyek bagi perekonomian nasional dan segi nasional. Untuk Penelitian ini terkait dengan kriteria studi kelayakan, menggunakan kriteria sempit. Hal ini dikarenakan Instansi atau pihak yang akan diteliti adalah usaha rumahan yang hanya menekankan pada aspek profitabilitas.

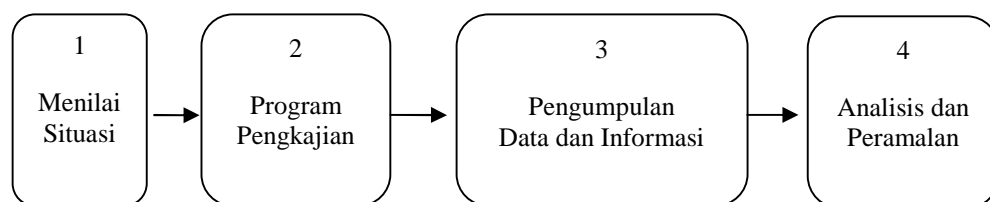
Untuk proyek-proyek besar, terutama yang dilakukan oleh pemerintah umumnya kriteria penilaiannya tidak lagi didasarkan semata-mata atas profitabilitas komersial, tetapi dengan menggunakan kriteria yang lebih luas, yaitu kriteria profitabilitas perekonomian nasional dan juga aspek sosialnya (Suad Husnan dan Suwarsono, 2008: 6).

3. Tinjauan Aspek Pasar

a. Konsep Pokok dalam Aspek Pasar

Pengkajian aspek pasar berfungsi menghubungkan manajemen suatu organisasi dengan pasar yang bersangkutan melalui informasi. Selanjutnya, informasi ini digunakan untuk mengidentifikasi kesempatan serta permasalahan yang berkaitan dengan pasar dan pemasaran. Dengan demikian, hal itu diharapkan dapat meningkatkan kualitas keputusan-keputusan yang diambil.

Secara keseluruhan, D. A Aaker dan G. S. Day pada tahun 1990 memberikan sistematika proses pengkajian aspek pasar, seperti penilaian situasi, penyusunan strategi, pengumpulan data dan informasi, serta analisis dan peramalan. Lingkup penyusunan strategi termasuk mendefinisikan masalah (*problem definition*) yang hendak dikaji. Sementara itu, agar pengkajian efektif, maka hal itu harus dilakukan pada jadwal yang tepat, menggunakan metode yang dapat memberikan hasil akurat dan memiliki relevansi erat dengan subjek yang dikaji.



Gambar 1. Sistematika Konsep Aspek Pasar (Iman Soeharto, 2002:29).

Suatu keputusan tentang aspek pasar harus didasari dengan pengertian dan pemahaman atas situasi serta perkembangan dunia usaha pada umumnya dan aspek pasar yang bersangkutan khususnya. Situasi-situasi tersebut adalah sebagai berikut.

1) Sifat Pasar

- a) Persaingan monopoli, setengah monopoli, bebas dan lain-lain, serta jumlah produsen yang telah ada dan perkiraan penambahan.

- b) Besarnya permintaan pasar (terhadap produk sejenis) saat ini dan potensi pertumbuhan.
 - c) Pangsa pasar, potensi dan pertumbuhan.
- 2) Perilaku Konsumen
- a) Lapisan masyarakat pembeli.
 - b) Sebab atau dorongan motivasi untuk membeli.
 - c) Kapan dan di mana, volumenya berdasarkan musiman atau relatif tetap, serta membelinya di pasar, toko atau di pabrik berdasarkan pesanan/agen.
- 3) *Market Environment*
- a) Politik dan peraturan, seperti peraturan yang akan atau sedang diberlakukan, *eco-labeling*, syarat keselamatan dan lain-lain.
 - b) Sosial dan ekonomi, seperti perubahan komposisi kependudukan (*demographic*), pekerja wanita, lokasi dan nilai-nilai yang sedang menonjol.
 - c) Teknologi, kemajuan aspek teknologi, penemuan baru mengenai proses produksi serta peralatan yang mendukungnya.

Sebelum menyusun program pengkajian, terlebih dahulu harus mengidentifikasi masalah-masalah yang hendak dikaji (*problem definition*). Program ini merangkum tugas-tugas spesifik dan memusatkan pada sasaran tunggal, seperti pengembangan suatu

produk untuk mendukung strategi perusahaan yang lebih besar. Contoh *problem definition* dalam program pengkajian aspek pasar suatu produk dapat meliputi:

- 1) Segmen Pangsa Pasar
 - a) Ketentuan pangsa pasar yang akan dijadikan sasaran.
 - b) Identifikasi manfaat pangsa pasar yang bersangkutan.
- 2) Pola dan Jaringan Distribusi
 - a) Sejauh mana jaringan distribusi yang direncanakan.
 - b) Bagaimana pola distribusi menggunakan sistem pengecer (*retailer*).
- 3) Promosi
 - a) Pemilihan cara dan media promosi.
 - b) Besarnya skala promosi yang akan dilakukan (Suad Husnan dan Suwarsono, 2008: 33).

Informasi pasar yang didapatkan dari pengolahan data yang berasal dari berbagai sumber data yang dikelompokkan menjadi empat yaitu catatan internal, data primer, data sekunder, sumber data sekunder, menilai kualitas data dan survei pasar. Sumber data yang diperoleh memiliki kegunaan yang berbeda-beda, tergantung dari kebutuhan informasi.

Catatan internal berasal dari catatan internal perusahaan, seperti catatan akuntansi dan kegiatan pengendalian. Keunggulan data jenis ini adalah selalu siap tersedia, mudah dan cepat

diperoleh, serta relevan dengan situasi perusahaan karena memberikan informasi tentang situasi operasi yang sesungguhnya pada waktu lalu sampai masa kini.

Data primer adalah data yang dikumpulkan untuk keperluan pengkajian khusus. Proses pengumpulan, pencatatan dan jenis spesifikasinya ditentukan oleh pemakai. Metode pengumpulannya dapat dilakukan dengan cara survei, penelitian (*research*) atau percobaan (*experiment*).

Data sekunder adalah data yang pengumpulan, pencatatan dan penentuan spesifikasinya dilakukan bukan oleh pemakai tetapi oleh pihak lain. Data jenis ini merupakan sumber informasi yang penting bagi pengkajian aspek pasar. Meskipun telah diketahui bahwa proyek yang sedang dikaji jelas memerlukan data primer, namun dianjurkan juga untuk mengupayakan dan melihat data sekunder yang sesuai. Hal ini disebabkan karena data sekunder dapat membantu memperluas pemahaman atas masalah yang dikaji atau juga dapat menunjukkan alternatif pemecahan karena permasalahannya yang dikaji mempunyai banyak sifat-sifat yang memiliki kesamaan.

Sumber data sekunder yang terbesar berasal dari bahan pemerintah, serta sensus, penerbitan swasta dan asosiasi badan usaha. Data yang berasal dari biro statistik dan sensus yang amat berguna untuk pengkajian aspek pasar, umumnya berisi keterangan

perihal jumlah penduduk, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan besar pendapatan.

Menilai kualitas data dari hasil akhir analisis sebagaimana besar tergantung pada kualitas data yang digunakan, sehingga penting untuk mengadakan penilaian sebelumnya. Hal ini antara lain dapat ditelusuri dengan mengkaji siapa yang mengumpulkan, bagaimana mengumpulkannya, kapan dikumpulkan dan klasifikasi yang dipakai.

Survei pasar sangat membutuhkan data sekunder namun acapkali memberikan informasi yang tidak cukup untuk dipakai dalam menganalisis aspek pasar usulan proyek. Oleh karena itu, perlu ditambah dengan data primer hasil survei pasar yang dilakukan khusus untuk proyek tersebut.

Setelah dianggap cukup tersedia data hasil pengumpulan dari berbagai sumber, dimulailah tahap analisis dan peramalan. Kegiatan ini memegang peranan penting dalam pengkajian aspek pasar, yaitu “mengubah” sejumlah besar data menjadi kesimpulan dan laporan yang dapat dipertanggungjawabkan, karena memberikan masukan informasi yang amat berguna bagi proses pengambilan keputusan (Iman Soeharto, 2002: 31).

b. Metode Pengukuran dan Peramalan Permintaan

Pengukuran permintaan adalah usaha untuk mengetahui permintaan atas suatu produk atau sekelompok produk di masa yang lalu dan di masa sekarang dalam kendala satu set kondisi tertentu. Sedangkan peramalan permintaan merupakan usaha untuk mengetahui jumlah produk atau sekelompok produk di masa yang akan datang dalam kendala satu set tertentu (Suad Husnan dan Suwarsono, 2008: 40).

Pada dasarnya terdapat dua pendekatan dalam peramalan dengan metode kuantitatif. Pertama adalah pendekatan *Time Series*, yakni model yang tidak memperhatikan hubungan sebab akibat atau dengan kata lain hasil peramalan hanya memperhatikan kecenderungan dari data masa lalu yang tersedia.

Pada pendekatan *Time Series* diperlukan data masa lalu yang cukup banyak dan karena banyaknya variabel yang secara eksplisit tidak diperlihatkan, maka tentu saja tingkat akurasi yang diharapkan tidak terjadi perubahan yang mendasar dibanding keadaan masa lalu.

Pendekatan kedua adalah pendekatan yang memperhatikan hubungan sebab akibat atau pendekatan yang menjelaskan terjadinya suatu keadaan oleh sebab-sebab tertentu. Tentu saja tidak semua variabel penyebab mampu dirangkum secara keseluruhan melainkan hanya beberapa diantaranya yang secara

teoritik dinyatakan merupakan variabel penjelas utama tercakup dalam model persamaan.

Pada model ini diharapkan dapat memiliki tingkat akurasi yang memadai dan dapat meliputi jangka waktu yang panjang, karena secara eksplisit memperhatikan variabel penjelasan. Teknik yang hendak dibahas dalam pendekatan ini adalah teknik regresi dan korelasi baik untuk linear sederhana maupun regresi linear berganda, korelasi biasa, berganda maupun parsial.

Dalam melakukan peramalan diperhatikan prosedur peramalan yang lazim digunakan dan memperhatikan variabel pembatas dalam pemilihan teknik peramalan. Di antara variabel pembatas tersebut adalah waktu yang diliput, tingkah laku data, tingkat akurasi yang diinginkan, biaya yang tersedia, tipe model dan kemudahan penerapan. Di samping itu juga perlu dipahami kedudukan produk, apakah produk tersebut merupakan produk baru ataukah produk yang sudah mapan (Suad Husnan dan Suwarsono, 2008: 73).

c. Strategi Optimasi *Marketing Mix*

Pengertian *marketing mix* mencakup sejumlah variabel pemasaran yang terkontrol oleh perusahaan dan digunakan oleh perusahaan untuk mencapai target pasar yang telah ditetapkan dan memberikan kepuasan pada konsumen. Banyak istilah digunakan untuk mengganti istilah *marketing mix*, antara lain *marketing policy*

instrument, parameter of marketing action, sales tools, factors of marketing. Di samping itu juga banyak perbedaan pendapat tentang jenis dan jumlah variabel dalam *marketing mix* tersebut, walaupun secara keseluruhan tidak terdapat perbedaan yang diametral (Suad Husnan dan Suwarsono, 2008: 89).

Di antara beberapa pendapat tersebut antara lain membedakan *marketing mix* dalam dua komponen variabel utama yaitu:

- 1) Apa yang akan diserahkan pada konsumen dalam hal ini meliputi kualitas produk, pembungkus, merek, harga dan pelayanan.
- 2) Alat-alat dan metode yang meliputi saluran distribusi, *personal selling, sales promotion* dan publikasi.

Dengan demikian karena penggunaan *marketing mix* adalah untuk mempengaruhi permintaan barang, maka jika diwujudkan dalam persamaan adalah sebagai berikut:

$$\text{Permintaan} = f(4P) \text{ place, product, promotion, price}$$

Secara teoritis kombinasi tersebut akan mencapai titik optimal, jika elastisitas masing-masing variabel sebanding (Suad Husnan dan Suwarsono, 2008: 90).

4. Tinjauan Aspek Teknik

a. Konsep Pokok dalam Aspek Teknik

Aspek teknik merupakan suatu aspek yang berkenaan dengan proses pembangunan suatu proyek secara teknis dan pengoperasiannya setelah proyek tersebut selesai dibangun. Berdasarkan analisa ini pula dapat diketahui rancangan awal penaksiran biaya investasi termasuk biaya eksploitasinya.

Pelaksanaan dari evaluasi aspek ini seringkali tidak dapat memberikan suatu keputusan yang baku. Karenanya sangat perlu diperhatikan suatu atau beberapa pengalaman pada proyek lain yang serupa di lokasi lain yang menggunakan teknik dan teknologi serupa. Keberhasilan penggunaan teknologi sejenis di tempat lain ini sangat membantu dalam pengambilan keputusan akhir, setidaknya memperhatikan pengalaman di tempat lain ini tidak dapat begitu saja ditinggalkan.

Beberapa pertanyaan utama yang perlu mendapatkan jawaban dari aspek teknis ini adalah:

- 1) Lokasi proyek, yakni di mana suatu proyek akan didirikan baik untuk pertimbangan lokasi dan lahan pabrik maupun lokasi bukan pabrik.
- 2) Seberapa besar skala luas produksi ditetapkan untuk mencapai suatu tingkatan ekonomis.

- 3) Kriteria pemilihan mesin dan *equipment* utama serta alat pembantu mesin *equipment*.
- 4) Bagaimana proses produksi dilakukan dan *layout* pabrik yang dipilih, termasuk juga *layout* bangunan dan fasilitas lain.
- 5) Apakah jenis teknologi yang diusulkan cukup tepat, termasuk di dalamnya pertimbangan variabel sosial (Suad Husnan dan Suwarsono, 2008: 109).

Hal yang perlu mendapatkan perhatian dari keseluruhan pertanyaan utama tersebut adalah tidak selalu evaluasi dilakukan secara urut melainkan dilakukan secara simultan. Demikian pula perlu diingat terdapat pertanyaan utama lain yang perlu mendapat jawaban sebelum melakukan evaluasi dari pertanyaan tersebut di atas yakni karakteristik produk yang dihasilkan yakni mencakup tentang standar kualitas, dimensi, warna, paten, *trade mark*, lisensi, syarat penyimpanan, *packing*, syarat pengiriman dan juga kemungkinan untuk mempertimbangkan bahwa tidak semua komponen produk dibuat sendiri (Suad Husnan dan Suwarsono, 2008: 111).

b. Penentuan Lokasi, Luas Produksi, Teknologi dan Bangunan

Lokasi proyek untuk perusahaan industri mencakup dua pengertian yakni lokasi dan lahan pabrik serta lokasi untuk bukan pabrik. Pengertian kedua menunjuk pada lokasi untuk kegiatan yang secara langsung tidak berkaitan dengan proses produksi,

yakni meliputi lokasi bangunan administrasi perkantoran dan pemasaran.

Dalam suatu proyek dimungkinkan kedua lokasi tersebut berbeda atau berjauhan tempat. Pada pembahasan ini, lokasi pabrik mendapatkan penekanan, sedangkan lokasi untuk bukan pabrik tidak dibahas secara eksplisit karena setidaknya variabel-variabel yang perlu diperhatikan dalam pemilihan lokasi pabrik secara implisit dapat juga dipergunakan sebagai pertimbangan untuk lokasi bangunan bukan pabrik (Suad Husnan dan Suwarsono, 2008:114).

Beberapa variabel yang perlu diperhatikan untuk pemilihan lokasi proyek dibedakan dalam dua golongan besar, yakni variabel utama dan variabel bukan utama. Variabel-variabel utama tersebut antara lain:

- 1) Ketersediaan bahan mentah
- 2) Letak pasar yang dituju
- 3) Tenaga listrik dan air
- 4) Tenaga kerja
- 5) Fasilitas transportasi

Di samping kelima variabel utama tersebut, terdapat variabel bukan utama yang perlu mendapat perhatian dalam pemilihan lokasi proyek di antaranya:

- 1) Hukum dan peraturan yang berlaku di Indonesia, maupun di tingkat lokal pada rencana lokasi.
- 2) Iklim, keadaan tanah.
- 3) Sikap dari masyarakat setempat.
- 4) Rencana masa depan perusahaan, dalam kaitannya dengan perluasan.

Setelah keseluruhan variabel utama dan variabel bukan utama diketahui, maka barulah dapat dilakukan pengambilan keputusan pada lokasi proyek yang hendak didirikan.

Luas produksi adalah jumlah produk yang seharusnya diproduksi untuk mencapai keuntungan yang optimal. Pengertian ini berbeda dengan pengertian luas perusahaan, yakni luas produksi hanyalah salah satu ukur dan luas perusahaan.

Beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam penentuan luas produksi ini adalah:

- 1) Batasan permintaan, yang telah diketahui terlebih dahulu dalam perhitungan *market share*.
- 2) Tersedianya kapasitas mesin-mesin.
- 3) Jumlah dan kemampuan tenaga kerja pengelola proses produksi.
- 4) Kemampuan finansial dan manajemen.
- 5) Kemungkinan adanya perubahan teknologi produksi di masa yang akan datang (Suad Husnan dan Suwarsono, 2008:116).

Pemilihan teknologi produksi berarti memilih proses menghasilkan produk atau jasa, yang pada tahap berikutnya akan menentukan macam peralatan dan “*desain-engineering*”. Ini selanjutnya menentukan jumlah biaya yang diperlukan. Hal ini akan berpengaruh kepada kapasitas produksi. Kapasitas produksi memberikan plafon atas produksi yang dapat dicapai oleh suatu instalasi hasil proyek.

Tipe bangunan dan sesuatu yang berada didalam bangunan akan mempengaruhi hasil produksi. Hal ini dimaksudkan agar tercipta kenyamanan dalam bekerja yang berakibat tingginya hasil produksi. Penerangan yang cukup serta warna cat yang sesuai merupakan kebutuhan pokok operasi dan menumbuhkan rasa nyaman di tempat kerja. Di samping itu, dibanyak negara telah diberlakukan peraturan kebisingan yang tidak boleh melalul ambang batas, bila berlebihan akan mengurangi konsentrasi berpikir. Hal ini berkaitan dengan proses produksi bulu mata dan rambut palsu yang membutuhkan ketelitian (Imam Soeharto, 2002: 59).

Analisa dan evaluasi aspek teknik dilakukan setelah evaluasi aspek pasar. Hal ini bertujuan untuk melanjutkan studi kelayakan usaha setelah mendapatkan informasi dari sumber data mengenai aspek pasar yang menunjukkan adanya kesempatan pemasaran

yang memadai untuk jangka waktu panjang (Suad Husnan dan Suwarsono, 2008: 117).

5. Tinjauan Aspek Manajemen

a. Konsep Pokok dalam Aspek Manajemen

Manajemen proyek tumbuh karena dorongan untuk mencari pendekatan pengelolaan yang sesuai dengan tuntutan dan sifat kegiatan proyek, yaitu suatu kegiatan yang dinamis dan berbeda dengan kegiatan operasional rutin. Kesesuaian antara pengelolaan dengan sifat kegiatan proyek akan menciptakan hasil yang sesuai dengan tujuan, maka diperlukan perencanaan yang matang (Imam Soeharto, 2002: 170).

Tahap perencanaan merupakan tahap yang sangat penting dan menentukan. Pada tahap ini diidentifikasi berbagai kegiatan yang perlu dilakukan, lama waktu masing-masing kegiatan dan biayanya. Termasuk di dalamnya *supply* logistik, agar masing-masing kegiatan bisa berjalan dengan lancar.

Langkah pertama merancang pelaksanaan proyek ialah membaginya ke dalam berbagai kegiatan. Kegiatan-kegiatan perlu diidentifikasi dan hubungan antar-kegiatan tersebut harus jelas. Biasanya pembagian ini pula dapat dilakukan alokasi sumber daya dan waktu.

Langkah kedua dalam merencanakan pelaksanaan proyek ialah menentukan jadwal kegiatan dalam proyek. Semua kegiatan

beserta jangka waktu masing-masing kegiatan tersebut, akan disusun dalam suatu rencana yang menyeluruh, sehingga bisa diperkirakan kapan proyek tersebut akan selesai dan siap beroperasi secara komersial (Suad Husnan dan Suwarsono, 2008: 135).

b. Manajemen dalam Operasi

Teknologi yang dipilih agar bisa bersaing tidak selalu berarti bahwa pelaksanaan akan berjalan dengan lancar. Hal itu tergantung dari kemampuan dari pelaksana. Jika tidak mampu maka kegiatan tersebut mungkin tidak “*cost saving*”. Pemborosan keuangan selalu bisa timbul meskipun dalam rencana semuanya nampak baik. Ini semua yang menjadikan aspek manajemen menjadi sangat penting dalam pelaksanaan proyek tersebut. Ada perusahaan yang mengatakan bahwa “kekayaan yang paling berharga bagi perusahaan bukanlah modal, mesin dan peralatan yang serba moderen tetapi karyawan yang mampu dan mau bekerja keras”. Ini juga menunjukkan bahwa tenaga-tenaga manajerial dan operasional memegang kunci keberhasilan usaha tersebut nantinya (Suad Husnan dan Suwarsono, 2008: 133).

Hal-hal yang perlu diperhatikan di sini adalah pekerjaan-pekerjaan apa yang diperlukan untuk menjalankan operasi proyek tersebut, persyaratan-persyaratan yang diperlukan untuk bisa menjalankan pekerjaan-pekerjaan tersebut dan juga struktur

organisasi yang akan dipergunakan (Suad Husnan dan Suwarsono, 2008: 150).

6. Tinjauan Aspek Keuangan

a. Kebutuhan dan Sumber Dana

Keputusan untuk melakukan investasi yang menyangkut sejumlah besar dana dengan harapan mendapat keuntungan dalam jangka waktu panjang, seringkali berdampak besar terhadap kelangsungan hidup suatu perusahaan. Oleh karena itu, sebelum mengambil keputusan untuk melakukan investasi, salah satu syarat terpenting adalah mengkaji aspek keuangan (Imam Soeharto, 2002: 62).

Pemilihan sumber dana yang tepat akan mempermudah proses usaha. Pemilihan sumber dana ini bisa dinjau dari berbagai aspek. Dalam praktik banyak digunakan semacam “pedoman” untuk menentukan sumber dana apa yang “seharusnya” digunakan. Sumber dana di sini dimaksudkan apakah investasi tersebut dibelanjai dengan modal sendiri ataukah dengan modal pinjaman. Kalau pinjaman apakah pinjaman jangka pendek atau pinjaman jangka panjang.

Aktiva tetap yang diperlukan untuk investasi bisa diklasifikasikan sebagai berikut:

- 1) Aktiva tetap berwujud
 - a) Tanah dan pengembangan lokasi

- b) Bangunan dan perlengkapannya
 - c) Pabrik dan mesin-mesin
- 2) Aktiva tetap tidak berwujud
- a) Aktiva tidak berwujud
 - b) Biaya-biaya pendahuluan
 - c) Biaya-biaya sebelum operasi

b. Aliran Kas

Aliran kas yang berhubungan dengan suatu proyek bisa dikelompokkan menjadi 3 bagian: aliran kas permulaan, aliran kas operasional dan aliran kas terminal. Pengeluaran-pengeluaran untuk investasi pada awal periode, mungkin tidak hanya sekali, merupakan kas permulaan. Aliran kas yang timbul selama operasi proyek itu disebut sebagai aliran kas operasional. Aliran kas yang diperoleh pada waktu proyek tersebut berakhir disebut sebagai terminal aliran kas. Di mana umumnya aliran kas permulaan adalah negatif, operasional dan aliran kas terminal umumnya positif. Aliran-aliran kas ini harus dinyatakan dengan dasar setelah pajak (Suard Husnan dan Suwarsono, 2008: 183).

Dalam menaksir aliran kas ini hendaknya memisahkan antara aliran kas yang terjadi karena keputusan pembelanjaan dan aliran kas yang terjadi karena keputusan investasi. Selain aliran kas haruslah didasarkan atas dasar setelah pajak, maka aliran kas ditaksir atas dasar selisih. Penaksiran kas ini penting bagi penilaian

proyek karena yang penting bagi pengelolaan keuangan proyek adalah kas dan bukan laba menurut pengertian akuntansi menjadi laporan yang berdasarkan aliran kas. Tetapi untuk hal-hal tertentu mungkin kita tidak mudah “mengubah” laporan akuntansi menjadi laporan aliran kas (Suad Husnan dan Suwarsono, 2008:186).

Dalam rangka menyusun laporan arus kas, langkah pertama adalah membuat perkiraan biaya pertama, biaya operasi dan produksi, di samping pengeluaran dan pemasukan lainnya. Sedangkan untuk mengkaji kelayakan dari aspek keuangan dibagi menjadi dua kelompok. Kelompok pertama adalah yang tidak memperhitungkan nilai waktu dari uang (periode pengembalian, ROI). Sedangkan kelompok kedua memperhitungkan nilai waktu dari uang (NPV dan PI).

Pengembalian atas investasi (*return on investment-ROI*) adalah perbandingan antara pemasukan (*income*) per tahun terhadap dana investasi yang memberikan indikasi profitabilitas suatu investasi. Rumusnya adalah

$$\text{ROI} = \frac{\text{Pemasukan}}{\text{Investasi}} \times 100 \%$$

Semakin besar ROI, semakin disukai oleh calon investor. Pemakaian kriteria ini harus menentukan terlebih dahulu berapa besar angka ROI sebagai patokan. Bila ROI yang ditawarkan

kurang dari angka tersebut, maka usulan investasi tidak akan disetujui. Kelayakan usaha diketahui dengan membandingkan ROI dengan tingkat bunga pinjaman. Suatu usaha dikatakan layak jika ROI lebih besar dari tingkat bunga pinjaman, jika ROI lebih rendah dari tingkat bunga pinjaman maka usaha tersebut tidak layak.

Metode *Net Present Value* (NPV) menghitung selisih antara investasi dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih di masa yang akan datang. Untuk menghitung nilai sekarang tersebut perlu ditentukan terlebih dahulu tingkat bunga yang dianggap relevan.

$$NPV = - (\text{investasi}) + \frac{\text{Terminal cash flow} + \text{kas bersih}}{\text{tiap tahun dari operasi}} \frac{1}{(1 + r)^t}$$

Jika NPV positif, maka usaha tersebut dapat diterima atau dengan kata lain layak. Sedangkan jika NPV negatif maka tidak layak (Suad Husnan dan Suwarsono, 2008: 218).

Metode *Average Rate of Return* (ARR) mengukur berapa rata-rata keuntungan yang diperoleh dari suatu investasi. Angka yang dipergunakan adalah laba setelah pajak dibandingkan dengan total atau *average investment*. Hasil yang diperoleh dinyatakan dalam persentase. Angka ini kemudian diperbandingkan dengan tingkat keuntungan yang disyaratkan. Apabila lebih besar daripada

tingkat keuntungan yang disyaratkan, maka usaha dikatakan menguntungkan.

Metode *Profitability Index* (PI) menghitung perbandingan antara nilai sekarang penerimaan kas bersih di masa mendatang dengan nilai investasi sekarang. Kalau PI lebih besar dari 1, maka proyek tersebut dikatakan menguntungkan, tetapi kalau kurang dikatakan tidak menguntungkan.

$$PI = PV \text{ masuk} / PV \text{ keluar}$$

Metode *Payback* mengukur seberapa cepat investasi bisa kembali. Karena itu satuan hasilnya bukan presentase melainkan satuan waktu. Kalau proyek ini *payback* lebih pendek daripada yang disyaratkan maka proyek diterima (Suad Husnan dan Suwarsono, 2008: 211).

B. Penelitian yang Relevan

Beberapa penelitian yang variabelnya hampir sama dan relevan pada unsur variabelnya, penelitian ini antara lain:

1. Ridawati Marpaung (2008) Jurnal Ilmiah. Pengolahan dan Kelayakan Usaha Abon Ikan di Kabupaten Tanjung Jabung Barat.

Ikan memiliki kandungan protein yang tinggi dan mengandung asam amino. Ikan juga memiliki kadar biologi yang tinggi namun rendah jaringan pengikat. Hal ini yang membuat ikan menjadi sulit dicerna. Untungnya, ikan lebih murah dibandingkan dengan sumber proteion lainnya. Pergeseran kebiasaan memakan daging segar

kedaging olahan telah membuat orang cenderung untuk memilih mengkonsumsi ikan dan produk olahan ikan. Seperti halnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang berkembang, metode pengolahan ikan juga berkembang dengan baik dari analisis, ditemukan bahwa NPV sebesar Rp. 45.848.976, Benefit Cost Ratio 1.6416, IRR sebesar 27,50%. Penelitian ini menyatakan bahwa industri rumahan abon di Kabupaten Tanjung Jabung Barat sangat layak untuk dikembangkan.

2. Purnomo Arbi (2009) Skripsi. Analisa Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Ternak Sapi Potong (Studi kasus: Desa Jati Kesuma, Kecamatan Namo Rambe, Kabupaten Deli Serdang).

Dari penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil yaitu ketersediaan input (bibit, kandang, peralatan, modal dan tenaga kerja) tersedia di daerah penelitian. Usaha ternak sapi potong di daerah penelitian secara ekonomi layak dikembangkan, karena dari hasil penelitian yang dilakukan pada usaha ternak sapi potong di Desa Jati Kesuma diperoleh rataan penerimaan per ternak sapi potong selama satu tahun sebesar Rp 42,177,866.66 dan rata-rata pendapatan per ternak selama satu tahun sebesar Rp 10,622,123.33 dan rata-rata nilai *ROI* yang diperoleh lebih besar dari pada tingkat suku bunga yang berlaku yakni sebesar 36.77% dengan tingkat suku bunga pinjaman sebesar 8.25%.

3. Auliya Syafrul (2010) Skripsi. Analisis Kelayakan Usaha Pembuatan Yoghurt di Perusahaan Dafarm Kecamatan Ciampea Kabupaten Bogor.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah usaha ini layak untuk dijalankan baik dari segi aspek finansial maupun aspek non finansial. Aspek pasar menunjukkan adanya permintaan yang cukup besar yang masih belum terpenuhi dan secara teknis tidak ada kendala yang menghambat untuk menjalankan usaha ini. Dari aspek manajemen, usaha pembuatan yoghurt telah memiliki struktur organisasi formal dan juga pembagian tugas yang jelas antara pemimpin dan karyawan, sehingga dapat dikatakan usaha tersebut layak untuk dijalankan. Secara hukum usaha ini telah memiliki izin usaha resmi dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupten Bogor. Aspek sosial lingkungan menunjukkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan karena tidak menyebabkan pencemaran lingkungan dan tidak merugikan masyarakat sekitar. Aspek ekonomi menunjukkan bahwa terdapat kontribusi perusahaan terhadap perekonomian secara keseluruhan.

Hasil analisis terhadap aspek finansial menunjukkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan berdasarkan kriteria investasi. Skenario I menghasilkan nilai NPV sebesar Rp 55.324.877, Net B/C 1,56, IRR 19%, dan *payback periode* 5,92 tahun. Sedangkan skenario usaha II menghasilkan nilai NPV sebesar Rp 83.147.143, Net B/C 1,80, IRR

24%, dan *payback periode* 5,11 tahun. Hasil analisis sensitivitas menunjukkan bahwa kedua skenario usaha tidak layak untuk dijalankan ketika mengalami penurunan penjualan 36,57%, tetapi ketika mengalami kenaikan harga susu segar sebesar 12,5%, usaha tersebut tetap layak untuk dijalankan.

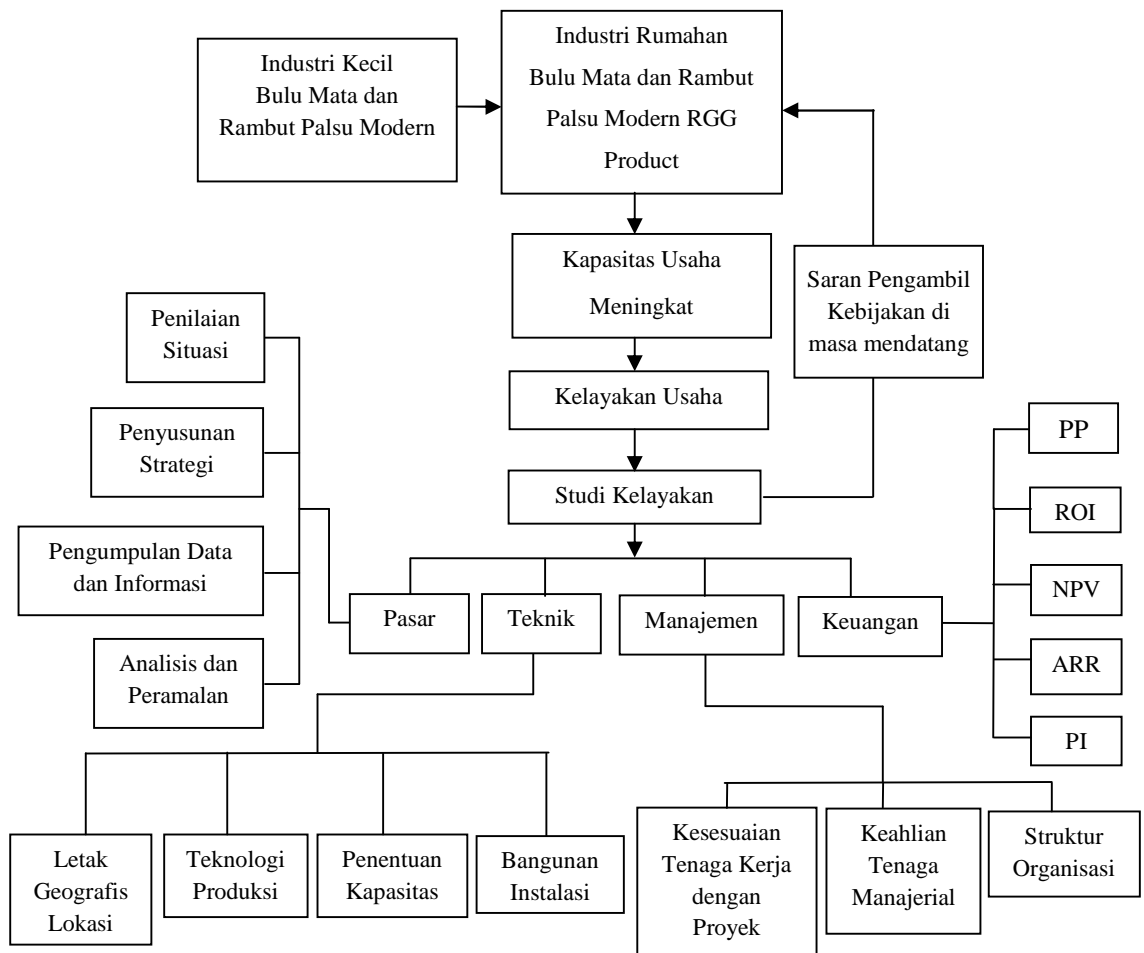
4. Yulia Kurniawan (2011) Skripsi. Analisa Kelayakan Usaha Ayam Goreng Kremes (Studi Kasus pada Usaha Katering di Jepara).

Aspek kelayakan yang digunakan dalam penelitian ini adalah aspek pasar, aspek teknis, aspek lingkungan dan aspek finansial. Metode penilaian kelayakan investasi aspek keuangan adalah *Net Present Value (NPV)*, *Payback Period (PP)* an *Internal Rate of Return (IRR)*. Hasil pengolahan menunjukkan bahwa dengan MARR 18%, investasi usaha ayam kremes dapat dilakukan melalui 3 tipe yaitu tipe gerobak (Rp. 10.000.000), tipe warung kecil (Rp. 50.000.000) dan tipe restoran (Rp. 100.000.000). Perhitungan aspek finansial menunjukkan bahwa ketiga investasi layak dilakukan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai NPV pada masing-masing tipe adalah positif, nilai *Payback Period* berada dibawah target yang ditentukan yaitu 5 tahun, dan nilai IRR di atas tingkat suku bunga yang ditentukan yaitu 18%.

C. Kerangka Berpikir

Suatu penelitian yang baik tentunya mempunyai sebuah paradigma penelitian. Paradigma penelitian diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus menunjukkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian (Sugiyono, 2007: 42).

Berikut kerangka berpikir peneliti mengenai variabel yang diangkat dalam penelitian ini:



Gambar 2. Skema Kerangka Berpikir