

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Studi Kelayakan Bisnis

2.1.1 Definisi Kelayakan Bisnis

Menurut Kasmir & Jakfar (2012), Studi Kelayakan Usaha (SKB) adalah suatu kegiatan yang mengkaji suatu perusahaan atau perusahaan yang dipimpinnya secara rinci untuk menentukan layak atau tidaknya usaha tersebut.

Penelitian mendalam berarti penelitian yang menyeluruh dan serius terhadap data dan informasi yang ada, dengan menggunakan metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur, menghitung dan menganalisis hasil penelitian untuk memperoleh hasil yang maksimal. Kelayakan artinya, setelah diselidiki secara menyeluruh, akan ditentukan apakah transaksi tersebut akan menghasilkan manfaat yang lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan. Pengertian bisnis adalah setiap bisnis yang dilakukan dengan tujuan utama memperoleh keuntungan finansial.

2.1.2 Tujuan Kelayakan Bisnis

Tujuan kelayakan bisnis adalah untuk mengukur apakah sebuah bisnis berpeluang memiliki kelanjutan atau akan berhenti pada titik tertentu. Dalam merintis sebuah bisnis, setiap pebisnis pasti ingin usahanya sukses dan berhasil. Namun, tanpa melakukan studi ini, seorang pengusaha layaknya menerobos medan yang tidak diketahui tanpa petunjuk apapun. Hal ini tentunya sangat merugikan pebisnis karena bisa mengakibatkan bisnis yang didirikan gagal. Sebaliknya, dengan melakukan studi ini pebisnis bisa mengetahui terlebih dahulu apakah bisnis yang didirikan kedepannya dapat berlanjut atau tidak, sehingga membantu pebisnis mengambil keputusan.

2.1.3 Aspek – Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan, yang saling berkaitan dan harus dipenuhi. Dalam penelitian ini, penulis membahas lima aspek: aspek pasar, aspek teknis/operasional, aspek manajemen, aspek keuangan, dan aspek hukum.

2.2 Aspek Pasar

Menurut Kasmir & Jakfar (2012), pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pasar adalah tempat atau lokasi tertentu yang memungkinkan pembeli dan penjual berkumpul untuk membeli dan menjual produk, baik barang maupun jasa. Dalam pengertian yang lebih luas, pasar adalah kumpulan pembeli, baik pembeli aktual maupun potensial, dari produk atau jasa tertentu. Pasar riil adalah sekelompok konsumen yang memiliki minat, pendapatan dari, dan akses ke produk tertentu. Di pasar riil, konsumen wajib melakukan transaksi. Sedangkan menurut Kotler & Keller (2009), pasar potensial adalah sekelompok konsumen yang menunjukkan minat yang cukup terhadap penawaran pasar tertentu. Pasar riil adalah sekelompok konsumen yang memiliki minat, pendapatan dari, dan akses ke produk tertentu. Di pasar riil, konsumen wajib melakukan transaksi. Sedangkan menurut Kotler & Keller (2009), pasar potensial adalah sekelompok konsumen yang menunjukkan minat yang cukup terhadap penawaran pasar tertentu.

2.2.1 Organisasi Pasar

Adapun organisasi pasar dapat dikelompokkan antara lain:

1. Pasar persaingan sempurna

Pasar persaingan sempurna adalah pasar di mana terdapat banyak penjual dan pembeli, dan tindakan masing-masing penjual tidak mempengaruhi harga barang di pasar. Produsen yang satu melengkapi hasil yang lain dengan sempurna karena produk yang dihasilkan relatif sama (homogen).

2. Pasar persaingan monolistik

Pasar persaingan monolistik adalah pasar di mana terdapat banyak penjual atau perusahaan dengan ukuran yang relatif sama. Produk yang dihasilkan datang dalam berbagai arah gaya, sehingga mudah untuk membedakan produsen satu perusahaan dari yang lain. Perusahaan memiliki sedikit kekuatan untuk menetapkan dan mempengaruhi tingkat harga, sehingga diperlukan promosi yang sangat besar untuk menghasilkan penjualan yang tinggi

3. Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli adalah struktur pasar dengan sedikit pemasok. Produk yang akan dijual adalah produk standar dan produk dengan gaya yang berbeda. Hambatan untuk masuk ke industri agak sulit. Hal ini dikarenakan modal yang dibutuhkan relatif tinggi. Periklanan memainkan peran besar dalam meningkatkan penjualan.

4. Pasar Monopoli

Pasar monopoli adalah struktur pasar di mana hanya ada satu penjual. Barang yang diproduksi tidak memiliki barang pengganti yang serupa. Kesulitan dalam industri ini disebabkan oleh berbagai kendala seperti:

- a. Penguasaan bahan mentah yang strategis oleh pihak– pihak tertentu
- b. Terdapat skala ekonomi
- c. Peraturan Pemerintah

Kekuatan harga sangat kuat. Untuk mencapai keuntungan yang maksimal, suatu perusahaan harus dapat secara bersamaan menentukan tingkat harga dan jumlah produk yang dijualnya. Dalam hal ini, lebih sedikit iklan yang diperlukan. Menurut Kotler & Keller (2009), pemasaran adalah proses sosial yang memungkinkan individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan atau inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain, tujuan dan proses bisnis. Jadi, dalam praktiknya, kelompok pasar terdiri dari:

1. Pasar konsumen, adalah pasar dimana individu dan rumah tangga bisa membeli/memperoleh barang dan jasa untuk dikonsumsi sendiri.
2. Pasar industrial, adalah dimana pihak – pihak yang membeli barang dan jasa digunakan kembali untuk menghasilkan barang dan jasa lain atau disewakan kepada pihak lain untuk mengambil hukum.
3. Pasar reseller , adalah suatu pasar yang terdiri dari individu dan organisasi yang melakukan penjualan kembali barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan.
4. Pasar pemerintah, terdiri dari unit – unit pemerintah yang membeli atau menyewa barang dan jasa untuk melaksanakan fungsi pertama pemerintah.

2.2.2 Marketing Mix

Kotler & Keller (2009) mengklasifikasikan alat –alat menjadi empat kelompok besar, yang disebut *empat P* tentang pemasaran yaitu : produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*). Empat P menggambarkan pandangan penjual tentang alat pemasaran yang tersedia untuk mempengaruhi pembeli.

a. Peramalan di Masa Yang Akan Datang

Peramalan merupakan pengetahuan dan seni untuk memperkirakan apa yang akan terjadi di masa yang akan datang pada saat sekarang. Dalam melakukan peramalan penulis terlebih dahulu mencari data dan informasi.

b. Analisis Deret Waktu Regresi Linear

Dalam analisis deret waktu linier adalah analisis pola hubungan yang dicari dengan satu variabel yang mempengaruhinya, yaitu waktu. Untuk menjelaskan metode ini, digunakan notasi matematis sebagai berikut:

$$Y = f(x) \dots \dots \dots (1)$$

Dimana :

Y = *Dependent Variable* (Variabel yang dicari)

X = *Independent Variable* (variabel yang mempengaruhinya) Notasi regresi sederhana dengan menggunakan regresi linier (garis lurus) dapat digunakan sebagai berikut:

$$Y = a + b x \dots \dots \dots (2)$$

Dimana “a” dan “b” adalah merupakan parameter (koefisien regresi) yang harus dicari. Untuk mencari nilai a dapat menggunakan rumus:

$$a = \frac{\sum Y_i}{n} - b \frac{\sum x_i}{n} \dots\dots\dots(3)$$

Kemudian nilai b dapat dicari dengan rumus:

$$b = \frac{n\sum x_i Y_i - \sum Y_i \sum x_i}{n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2} \dots\dots\dots(4)$$

2.2.3 Market Share

Pangsa pasar sering disebut dan digunakan sebagai indikator utama daya saing pasar, dan itu menangkap kinerja dan kinerja perusahaan terhadap pesaingnya. Metrik ini juga dilengkapi dengan mengukur perubahan pendapatan penjualan. Ini membantu manajer menilai permintaan primer dan selektif di pasar. Ini memungkinkan Anda untuk menilai pertumbuhan dan penurunan pasar, tren pasar, pembelian pelanggan, pesaing di area bisnis yang sama, dan banyak lagi. Pertumbuhan pendapatan dari permintaan primer (pertumbuhan pasar total) umumnya lebih murah dan lebih menguntungkan daripada pasar dari akuisisi pesaing yang sama. Di sisi lain, kerugian pangsa pasar yang diderita tentu saja menunjukkan masalah jangka panjang yang serius yang mengharuskan, mengharuskan atau memodifikasi strategi yang diterapkan. Bisnis dengan pangsa pasar di bawah rata-rata mungkin tidak akan bertahan lama. Hasil produk perusahaan dan tren pangsa pasar untuk setiap produk juga dimasukkan sebagai indikator utama kemungkinan peluang atau masalah di masa depan.

$$market\ share = \frac{\text{jumlah produksi}}{\text{jumlah permintaan}} \times 100\%$$

a. Pengambilan Prive

Prive berarti pengambilan pribadi oleh setiap pemilik sehingga bersaldo debit. Selain itu, prive dalam perusahaan modal memiliki fungsi khusus

yakni sebagai pos alokasi adanya laba sehingga bersaldo kredit. Maka akan diperoleh modal akhir perusahaan. Umkm tteokbokki ini melakukan pengambilan prive setiap 3 bulan sekali untuk mengembalikan modal awal yang sudah dikeluarkan. Rumus pengambilan prive yaitu : modal awal + seluruh pendapatan – seluruh beban – pajak – modal akhir.

2.3 Aspek Manajemen dan Keuangan

Aspek manajemen merupakan aspek yang membahas mengenai manajemen dan dalam rangka melaksanakan proyek tertentu. Aspek manajemen merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari beberapa aspek kajian dalam sebuah laporan studi kelayakan bisnis. Sedangkan, aspek keuangan Bisnis yang berorientasi keuntungan maupun yang tidak berorientasi keuntungan harus tetap memperhatikan aspek keuangan sebelum menjalankan bisnis. Banyak perusahaan yang menutup usahanya karena salah dalam melakukan analisis keuangan. Kesalahan dalam analisis keuangan dapat diebabkan karena salah dalam memproyeksikan pendapatan, biaya investasi, maupun kesalahan dalam memproyeksikan biaya operasional. Suatu ide bisnis dinyatakan layak berdasarkan aspek keuangan jika sumber dana untuk membiayai ide bisnis tersebut tersedia serta bisnis tersebut mampu memberikan tingkat pengembalian yang menguntungkan dengan berdasarakan asumsi - asumsi yang logis (Suliyanto, 2010).

2.3.1 Aspek Manajemen

Aspek manajemen merupakan aspek yang tak kalah penting dari kajian aspek lainnya. Tujuan dari aspek manajemen adalah memmanajemen atau mengatur proses perencanaan bisnis dalam mencapai keberhasilan. adapum dalam aspek manajemen yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut:

- a) Manajemen pada masa pembangunan
- b) Siapa pelaksana bisnis, dalam hal ini penulis sendiri pelaksana bisnis Korean Street Food
- c) Bagaimana jadwal penyelesaian bisnis
- d) Siapa yang melakukan studi masing – masing aspek bisnis
- e) Manajemen dalam Operasi
- f) Bentuk organisasi/badan usaha
- g) Struktur organisasi
- h) Deskripsi masing – masing jabatan
- i) Jumlah tenaga kerja yang digunakan

a. *Job Description*

Korean Street Food Tteokbokki hanya diperlukan 4 (empat) orang tenaga kerja yang disebut operator. Tugas dan tanggung jawab operator didefinisikan secara sistematis di dalam *Job description* berdasarkan kebutuhan pekerjaan sebagai berikut :

1. SOP Kebersihan :

- 1) Membersihkan *outlet* dari debu dan sekitar *outlet* dari sampah.
- 2) Mencuci dan membersihkan alat sebelum siap digunakan.
- 3) Pada saat tutup *outlet*, cuci perlengkapan yang telah digunakan dan simpan perlengkapan di dalam ruang penyimpanan .

2. SOP Pelayanan :

- 1) Diawali dengan senyum dan jelaskan menu yang tersedia.
- 2) Tawarkan kursi jika pelanggan berdiri menunggu.
- 3) Menyiapkan pack Tteokbokki siap pakai agar pelayanan lebih cepat.
- 4) Gunakan sarung tangan plastik pada saat penyajian.

3. SOP Keselamatan & Keamanan :

- 1) Setelah memasang selang pada tabung gas, pastikan agar tidak terjadi kebocoran.
- 2) Kunci *outlet* dan cek kembali pada saat meninggalkan outlet.

b. Proses *Recruitment* Karyawan

Proses *recruitment* dan *training* dilakukan oleh *stokist*,

c. Hak dan Kewajiban Operator

1. Gaji Operator

Sistem penghasilan operator outlet Korean Street Food Tteokbokki menggunakan gaji tetap. Gaji minimal sebesar upah minimum kota atau kabupaten (UMK) tempat outlet Korean Street Food Tteokbokki berada.

2. Bonus

Pada dasarnya bonus merupakan sarana untuk mempererat hubungan antara operator dengan *owner* sehingga operator dapat meningkatkan kinerjanya. Bonus bulanan akan diberikan setiap bulannya apabila target penjualan terpenuhi yaitu dengan menjual 50 porsi dalam 1 hari, adapun perhitungan bonus sebagai berikut :

$$\text{Bonus} = \text{Hasil penjualan per hari} \times 1 \%$$

3. Tunjangan

- a. Tempat tinggal
- b. Dua Korean Street Food Tteokbokki / bulan
- c. Tunjangan hari Raya Idul Fitri
- d. Jam Kerja operator dimulai dari jam 17:00 s.d 23:00

4. Absensi, Libur dan Cuti

- a. Setiap Operator berhak libur 1 (satu) kali dalam seminggu, libur operator boleh diakumulasikan maksimal 2 (dua) hari berturut – turut yang hari liburnya. Apabila operator melewati hak libur yang sudah di tentukan oleh owner, maka operator dikenakan potongan gaji sebesar Rp.15.000/ hari
- b. Ijin karena alasan tertentu diusahakan minimal 1 (satu) hari sebelumnya dikomunikasikan dengan *Owner*.
- c. Ijin sakit wajib disertai surat keterangan Dokter.
- d. Potongan kehadiran akan diberikan jika melebihi ketentuan diatas yaitu $1\% \times$ gaji pokok.

2.3.2 Aspek Keuangan

Secara spesifik kajian aspek keuangan dalam menilai keungan UMKM. Aspek keungan memberikan gambaran yang berkaitan dengan keuntungan perusahaan, sehingga merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk diteliti kelayakanya. Adapun aspek keungan yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisa sumber dana untuk menjalankan usaha.
- b. Menganalisa besarnya kebutuhan biaya investasi yang diperlukan.
- c. Menganalisa besarnya kebutuhan modal kerja ingin diperlukan.
- d. Memproyeksikan rugi laba usaha yang ingin dijalankan.
- e. Memproyeksikan arus kas dari usaha yang ingin dijalankan.
- f. Memproyeksikan neraca dari usaha yang ingin dijalankan.
- g. Menganalisa sumber dana untuk menjalankan suatu bisnis.

Menganalisis tingkat pengembalian investasi yang ditanamkan dengan berdasarkan beberapa analisis kelayakan investasi, seperti *break event point* (

BEP) *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Profitabilitas Indeks* (PI), *Internal Rate of Return* (IRR).

a) Break Event Point (BEP)

Dalam bukunya (Herjanto, 2008) menyatakan, analisis peluang pokok (*break-even analysis*) adalah suatu analisis yang bertujuan untuk menemukan satu titik dalam kurva biaya-pendapatan yang menunjukkan biaya sama dengan pendapatan. Titik tersebut disebut sebagai titik peluang pokok *break even point* (BEP).

Adapun analisis break even point (BEP) dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan matematis (*matchematic approach*) dan pendekatan (*graphical approach*) (Prawirosentono, 2001). Dengan menggunakan pendekatan matematis atau pendapatan sama dengan biaya, maka menurut Herjanto (2008) rumus BEP dapat diperoleh sebagai :

Rumus untuk menentukan BEP yaitu:

$$TR=TC$$

$$[TotalPenerimaan]=[TotalBiaya](P)(N_{BEP})=(TFC)+(VC)(N_{BEP}).....(5)$$

Dimana:

TR = Total *Revenue* (total penerimaan) per tahun

TC = Total *Cost* (total biaya) per tahun

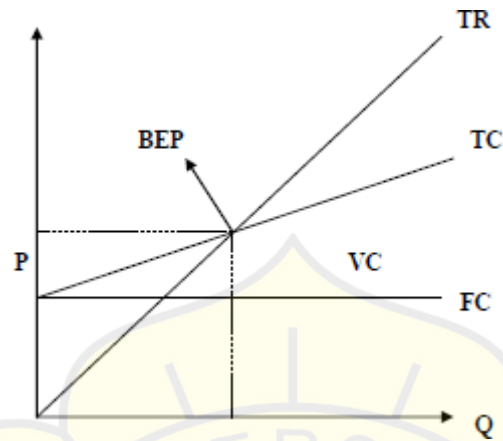
TFC = Total *Fix Cost* (total biaya tetap) per tahun

TVC = Total *Variabel Cost* (total biaya berubah) per tahun Q

N_{BEP} = *Quantity*(total unit produksi) pertahun

P = *Price* (harga jual) per unit

Hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, total pendapatan penjualan dan total biaya dapat digambarkan dengan grafik sebagai berikut ini:



Gambar 2.2 Hubungan antara biaya tetap
(Sumber : Herjanto, 2008)

Keterangan:

TR = Total Revenue

TC = Total Cost

VC = Variabel Cost

Beberapa rumus untuk menentukan *Break Even Point* (BEP):

1. Apabila $TR > TC$ maka memperoleh laba
2. $TR = TC$ maka terjadi *break even point*
3. Apabila $TR < TC$ maka perusahaan mengalami kerugian

b) *Net Present Value* (NPV)

Menurut (Brigham & Houston, 2011) NPV merupakan selisih antara pengeluaran dan pemasukan yang telah di diskon dengan *menggunakan social opportunity cost of capital* sebagai diskon faktor, atau dengan kata lain merupakan arus kas yang diperkirakan pada masa yang akan datang yang di diskontokan pada saat ini. Menghitung NPV memerlukan data tentang perkiraan biaya

investasi, biaya operasi, dan pemeliharaan serta perkiraan manfaat/*benefit* dari proyek yang direncanakan. Perhitungan NPV mengandalkan pada teknik arus kas yang didiskontokan.

Langkah menghitung NPV :

1. Tentukan nilai penyusutannya

$$\text{Depresiasi} = \text{Nilai investasi}^{(t)} \times \text{tarif penyusutan}$$

2. Jumlahnya arus kas yang didiskontokan ini, hasil ini didefinisikan sebagai NPV proyek.

$$\text{Laba kotor} = \text{Total Revenue} - \text{Total Cost} + \text{Depresiasi}$$

$$\text{Laba bersih} = \text{Laba kotor} - \text{Pajak}$$

3. Menentukan discount factor sesuai suku bunga bank yang di pakai.

$$\text{Discount Faktor} = \text{DF} = \frac{1}{(1 + \text{suku bunga})^{\text{tahun ke } n}} \dots \dots \dots (7)$$

4. Setelah itu mencari *present value proceed* $Pvproceed$ (Tahun ke – n) =
proceed (laba bersih) x Discount Faktor (DF)ⁿ

5. Dan untuk mengetahui jumlah NPVnya adalah dengan : NPV =
PVproceed Total – Total Investasi

Jika NPV > 0, maka proyek diterima

Jika NPV < 0, proyek ditolak

NPV = 0 (nol) → usaha/proyek berada dalam keadaan BEP dima

TR = TC dalam bentuk present value.

c) *Internal Rate Of Return (IRR)*

Menurut Suliyanto (2010) *Internal Rate of Return (IRR)* Metode ini digunakan untuk menghitung tingkat bunga yang dapat menyamakan antara nilai sekarang dari semua aliran kas masuk dengan aliran kas keluar dari suatu investasi

proyek. sedangkan menurut (Kasmir & Jakfar, 2012) *Internal Rate of Return (IRR)* merupakan alat untuk mengukur pengembalian hasil intern. Menurut (Kasmir & Jakfar, 2012) adapun rumus yang dipakai untuk menghitung Rumus IRR untuk interpolasi adalah :

$$IRR = P1 - C2 = \frac{P2 - P1}{C2 - C1} \dots\dots\dots(8)$$

Keterangan :

P1 = tingkat bunga pertama

P2 = tingkat bunga kedua

C1 = NPV ke-1

C2 = NPV ke 2

Kesimpulan yang dapat diambil dari perhitungan ini ialah:

- a. Jika IRR lebih besar dari bunga pinjaman, maka diterima
- b. Jika IRR lebih kecil dari bunga pinjaman maka ditolak
- d) *Payback Period (PP)*

Menurut (Kasmir & Jakfar, 2012), *payback period* dapat diartikan sebagai jangka waktu kembalinya investasi yang telah dikeluarkan, melalui keuntungan yang diperoleh dari suatu proyek yang telah direncanakan. Metode analisis *payback period* bertujuan untuk mengetahui seberapa lama (periode) investasi akan dapat dikembalikan saat terjadinya kondisi *break even-point* (jumlah arus kas masuk sama dengan jumlah arus kas keluar). Analisis *payback period* dihitung dengan cara menghitung waktu yang diperlukan pada saat total arus kas masuk sama dengan total arus kas keluar. Dari hasil analisis *payback period* ini nantinya alternatif yang akan dipilih adalah alternatif dengan periode pengembalian lebih singkat.

Penggunaan analisis ini hanya disarankan untuk mendapatkan informasi tambahan guna mengukur seberapa cepat pengembalian modal yang diinvestasikan. Rumus Payback Period Rumus periode pengembalian jika arus kas per tahun jumlahnya berbeda :

$$\text{Payback Period} = n + (a-b)/(c-b) \times 1 \text{ tahun}$$

Rumus periode pengembalian jika arus kas per tahun jumlahnya sama

$$\text{Payback Periode} = (\text{investasi awal})/(\text{ arus kas}) \times 1 \text{ tahun}$$

Dimana :

N = jumlah arus kas terakhir dimana belum mencukupi nilai awal investasi

- a. = jumlah investasi awal
- b. = jumlah komulatif arus kas pada tahun ke-n
- c. = jumlah komulatif arus kas pada tahun ke n + 1
 - a) Periode pengembalian lebih cepat : layak
 - b) Periode pengembalian lebih lama : tidak layak
 - c) Jika usulan proyek investasi lebih dari satu, maka periode pengembalian yang lebih cepat yang dipilih.

e) Benefit Cost Ratio

Metode benefit cast ratio adalah salah satu metode yang sering digunakan dalam tahap-tahap evaluasi awal perencanaan investasi sebagai analisis tambahan dalam rangka memvalidasi hasil evaluasi yang telah dilakukan dengan metode lainnya. di samping itu metode ini sangat baik dilakukan dengan metode lainnya. dan metode ini sangat baik dilakukan dalam rangka mengevaluasi proyek-proyek pemerintah yang berdampak langsung pada masyarakat banyak (Giatman, 2006).

$$BCR = \frac{\text{Total Present value Proceed}}{\text{Biaya Investasi}} \dots\dots\dots(9)$$

Dari rumus diatas yang digunakan sebagai acuan adalah nilai benefit dan cost jadi penerapan aplikasi dari metode ini sangatlah muda.

- a. hitung PV benefitnya dan PV costnya dan masukan dalam rumus diatas
- b. kita akan mendapatkan nilai BCRnya jika >1 maka proyek layak
- c. dijalankan jika <1 maka sebaliknya
- d. jika semua >1 maka mencari nilai BCR yang terbesar
- e. jika semua <1 maka mencari nilai BCR yang terkecil.

24 Aspek Produksi/Operasi

Analisis dalam aspek produksi adalah untuk menilai kesiapan perusahaan dalam menjalankan usahanya dengan menilai ketetapan lokasi dan layout serta kesiagaan mesin yang digunakan. Menurut Kasmir (2003) tujuan yang hendak dicapai dalam penilaian aspek produksi adalah :

1. Agar perusahaan dapat menentukan lokasi yang tepat.
2. Agar perusahaan dapat menentukan layout yang sesuai dengan proses produksi yang dipilih, sehingga memberikan efisiensi.
3. Agar perusahaan dapat menentukan teknologi yang tepat dalam menjalankan produksinya.
4. Agar perusahaan dapat menentukan metode perusahaan yang paling baik.
5. Agar dapat menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan sekarang dan dimasa yang akan datang.

241 Perencanaan Produk

Proses produksi menghasilkan produk. Pengusaha haruslah memikirkan tentang mutu produk yang tergantung dari berbagai aspek termasuk desainnya.

Sebelum merencanakan desain atau mutu produk, kita harus mengetahui atribut produk yang antara lain adalah : bentuk produk, warna, bungkus, merk, label, prestise perusahaan, pelayanan perusahaan dan sebagainya. Atribut produk tersebut selalu memiliki 2 aspek yaitu atribut yang menunjukkan aspek yang tangible yaitu aspek teknis yang tercermin dalam bentuk fisik produknya dan aspek intangible yaitu aspek yang sosial budaya yang tercermin pada tanggapan masyarakat terhadap pemakaian produk tersebut. Dengan mamakai produk yang desain atau atribut-atribut lainnya (bungkus, merk dagang, dan sebagainya) yang menarik si pembeli maka dia akan merasa bangga bahkan merasa berada pada status sosial tertentu. Aspek itulah yang merupakan aspek intangible. Menurut Gitosudarmo (2001), dalam perencanaan produk yang akan dihasilkan, perlu diperhatikan beberapa hal yaitu :

a. Atribut Produk

Atribut yang beraspek teknis (tangible aspect) adalah yang berkaitan dengan kemampuan teknis dari produk tersebut, misalnya keawetan sepeda motor, enak didengarnya musik, nikmatnya rasa makanan, dan sebagainya. Aspek nonteknis merupakan aspek yang kasat mata (intangible aspect) seperti persepsi konsumen yang menggunakan produk tertentu.

b. Posisi Produk

Ini merupakan pandangan konsumen terhadap posisi dari berbagai produk yang ditawarkan perusahaan kepadanya. Ada produk yang berkenan dan ada produk yng tidak berkenan dihati konsumen, ini dapat dianalisis dengan menggunakan "Analisis Posisi Produk". Analisis ini menentukan atribut utama penentu pemilikan suatu produk dari konsumen. Dalam menentukan posisi produk, manajemen harus

memperhatikan produk-produk lainnya terutama produk yang potensial. Penentuan posisi produk yang tepat akan memberikan gambaran tentang kedudukan produk yang dipasarkannya dalam peta persaingan dengan produk-produk lainnya, juga menggambarkan kekuatan dan kelemahan produk dibandingkan dengan produk pesaingnya.

c. Siklus Kehidupan Produk (*Product Life Cycle*)

produk akan masuk dalam jangkauan hidup yang berbeda-beda. Ada produk yang masanya panjang, ada pula yang sangat pendek. Produk-produk yang bersifat mode memiliki siklus hidup yang pendek. Jadi daur hidup produk adalah masa hidup produk mulai dari saat dikeluarkan oleh perusahaan sampai dengan tidak disenangi lagi oleh konsumen.

d. Portofolio Produk

Portofolio produk merupakan keadaan dimana suatu perusahaan memiliki beberapa macam produk yang dihasilkannya dan dipasarkannya kepada masyarakat luas. Dalam analisa portofolio ini seluruh produk yang dipasarkan akan dianalisa secara keseluruhan bersama-sama, sehingga dari sekian produk yang dipasarkan itu, akan ada produk yang sedang berada pada posisi tertentu dan yang lain posisinya berbeda lagi.

e. Peta Proses Operasi (PPO)

Peta proses operasi adalah peta kerja yang mencoba menggambarkan urutan kerja dengan jalan membagi pekerjaan tersebut menjadi elemen operasi yang detail secara logis dan sistematis. Untuk pembuatan peta proses operasi ini, simbol-simbol yang digunakan adalah simbol operasi, inspeksi dan lainnya.

Beberapa aturan dasar dalam pembuatan peta proses operasi yaitu sebagai berikut:

- a. Pada bagian paling atas perlu dituliskan "PETA PROSES OPERASI" dan seterusnya ditulis semua identifikasi kerja lainnya seperti nama obyek, nomor gambar kerja dan lain-lain.
- b. Material yang akan diproses diletakkan di atas garis horizontal yang menunjukkan bahwa material tersebut masuk ke dalam proses kerja.
- c. Lambang atau simbol aktivitas ditempatkan dalam arah vertikal secara berurutan yang menunjukkan terjadinya perubahan proses untuk setiap simbolnya.
- d. Penomoran terhadap kegiatan operasi diberikan secara berurutan sesuai dengan urutan proses yang diperlukan untuk pembuatan produk tersebut atau sesuai dengan proses yang terjadi.
- e. Agar diperoleh gambar pada peta proses operasi yang baik maka produk yang paling banyak memerlukan proses operasi harus dipetakan terlebih dahulu dan digambarkan pada garis vertikal paling kanan sendiri.
- f. Membuat ringkasan yang mencantumkan informasi total mengenai banyaknya operasi dan pemeriksaan yang dilakukan serta jumlah waktu yang dibutuhkan untuk masing-masing proses tersebut.

25 Aspek Teknis/Operasi

Penentuan kelayakan bisnis perusahaan menyangkut hal – hal yang berkaitan dengan teknis/operasi, sehingga apabila tidak dianalisis dengan baik,

maka akan berakibat fatal bagi perusahaan dalam perjalanannya di kemudian hari.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam aspek ini adalah masalah penentuan lokasi, luas produksi, tata letak (*layout*), penyusunan peralatan dan proses produksinya termasuk pemilihan teknologi. Dalam kaitannya dengan studi kelayakan bisnis hal yang paling kompleks dan rumit adalah penentuan lokasi, mengingat banyaknya pertimbangan yang harus diperhitungkan sebelum suatu lokasi diputuskan. Pertimbangannya adalah apakah lokasi dekat dengan baku atau dekat pasar atau dekat konsumen. Kualitas pelayanan mengacu pada kualitas penawaran yang diharapkan dan dirasakan, Munita *et al* (2018). Kemudian dalam melakukan pertimbangan adalah faktor biaya yang harus dikeluarkan untuk suatu lokasi. Penilaian lokasi nantinya dapat dilakukan dengan hasil penilaian value dan perbandingan biaya. Metode Kriteria Investasi salah satu alat untuk menentukan kelayakan investasi, Kholil & Ramadhani (2015).

2.5.1. Tujuan aspek teknis/operasi

Secara umum ada beberapa hal yang hendak dicapai dalam penilaian aspek teknis/operasi, yaitu :

1. Agar perusahaan dapat menentukan lokasi yang tepat dan baik.
2. Agar perusahaan dapat menentukan *layout* yang sesuai dengan proses produksi, sehingga dapat memberikan efisiensi.
3. Agar perusahaan bisa menentukan teknologi yang paling tepat dalam menjalankan produksi.
4. Agar perusahaan bisa menentukan metode persediaan yang paling baik dan sesuai untuk dijalankan.

5. Agar dapat menentuka kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan sekaran dan di masa yang akan datang.

2.6 Aspek Hukum

Sebelum mendirikan suatu usaha, setiap perusahaan harus memiliki ijin usaha terlebih dahulu sesuai dengan bentuk badan usaha. Bentuk badan usaha yang akan digunakan dikaitkan dengan kekuatan hukum dan konsekuensinya. Dengan meneliti aspek – aspek studi kelayakan usaha, pemilik dapat mengetahui layak atau tidak layak bisnis ini dan mengambil keputusan tentang strategi dan taktik yang digunakan dalam mengembangkan usaha Korean Street Food Tteokbokki.

2.7 UKM Korean Street Food

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memilki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Dan usaha yang berdiri sendiri. Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.

Masakan korea adalah masakan tradisional yang berdasarkan pada teknik dan cara memasak orang korea. Mulai dari kuliner istana yang aneh sampai makanan khas daerah serta perpaduan masakan modern, bahan-bahan yang digunakan serta cara penyiapannya yang sangat berbeda. Banyak sekali makanan korea yang sudah mendunia dan salah satunya sudah menjadi makanan paling diminati masyarakat indonesia. Masakan korea sebagian besar berbahan beras, mi, tahu, sayuran dan daging. Makanan tradisional korea dikenal dengan makanan sampingan yaitu banchan yang dimakan dengan nasi putih dan sup atau kaldu. Selain kimchi yang menjadi makanan pembuka atau

menu makanan wajib, tteokpokki menjadi salah satu makanan yang paling populer. Makanan khas korea yang terbuat dari dari tepung beras dengan campuran pasta cabai merah. Warna merah yang menandakan rasa pedas menjadikan selera makanan meningkat. Rasa menjadi faktor utam yang berpengaruh pada makanan korea. Perpaduan rasa asin masin dan peda dalam tteokppok menjadikan makanan ini diminati oleh masyarakat Indonesia. Selain memiliki cita rasa yang unik dan khas, makanan korea sangat sehat karena selalu menggunakan sayuran dalam menyajikan makanannya.

2.8 Penelitian Terdahulu

Pada proses penelitian ini juga memiliki beberapa refrensi dari beberapa penelitian terdahulu yang terdiri dari 4 jurnal Nasional dan Yaitu :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Widya, <i>et al</i> (2018)	Analisa kelayakan finansial usaha agroindustri abon ikan ditanjung karang, kota mataram.	Metode <i>Break Even Point</i> (BEP), <i>Net Present Value</i> (NPV), <i>Internal Rate of Return</i> (IRR), <i>Payback Period</i> (PP), <i>Average Rate of Return</i> (ARR), dan <i>Profitability Indeks</i> (PI)	Analisis finansial dilakukan dengan beberapa asumsi diantaranya (1) masa usaha diperkirakan 5 tahun sesuai dengan perkiraan nilai ekonomis alat; (2) penyusutan dihitung dengan metode garis lurus; (3) tingkat suku bunga yang digunakan sebesar 12% menurut estimasi suku bunga kredit.

No	Penulis (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
2	Irmawati <i>et al</i> (2015)	Analisis Kelayakan Finansial dan Strategi Pengembangan Usaha Industri Rumahan Gula Semut (Palm Sugar) dari Nira Nipah di Kelurahan Pallantikang	Metode <i>Break Even Point</i> (BEP), <i>Net Present Value</i> (NPV), <i>Internal Rate of Return</i> (IRR), <i>Payback Period</i> (PP) Analisis SWOT, Strategi 'SO (<i>Strength-Opportunity</i>), Strategi 'WO (<i>Weakness Opportunity</i>)	Penelitian ini mengevaluasi kelayakan investasi dan analisis strategi yang dibutuhkan untuk meningkatkan pendapatan.
3	Hendrawati & Yamsudin (2018)	Analisis Kelayakan Industri Kelapa Terpadu	Pengumpulan data primer dan sekunder. Analisis Investai metode <i>Break Even Point</i> (BEP), <i>Net Present Value</i> (NPV), <i>Internal Rate of Return</i> (IRR), <i>Net B/C</i> .	
4	Trimukti & Elida (2017)	Analisis Kelayakan Usaha Agroindutri Mie Sagu di	Metode survei data analisis	Analisis <i>Outflow</i> Agroindustri Mie