

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan dunia usaha pada saat ini semakin menguat yang menuntut perusahaan berlaku efisien dan mampu mengoptimalkan produk dan memberikan kepuasan yang lebih besar bagi konsumennya, serta dapat memperkuat posisi dan kondisi (Oktapia, et al., 2017). Setiap perusahaan akan selalu berusaha meningkatkan pendapatan labanya. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan cara menekan biaya produksi dan biaya operasional dan menghitung volume penjualannya agar mengetahui laba bersih yang di hasil kan. Hal ini didasarkan kenyataan bahwa semakin tinggi biaya produksi, maka akan berdampak pula pada tingkat penjualan. Apabila produk yang dihasilkan berkurang maka tentunya juga berdampak pada laba yang diperoleh. Sehingga secara kuantitas, setiap perusahaan tentunya sudah membatasi volume produksinya sesuai dengan biaya produksi yang dikeluarkan (Astriningrum et al, 2018). Perusahaan tentunya memiliki keinginan untuk terus melangsungkan kelangsungan hidup perusahaan dengan terus mengembangkan aktivitas usahanya sehingga diharuskan bagi perusahaan untuk menciptakan upaya efisien dan efektivitas yang dibuat oleh manajemen perusahaan dengan selalu mempertimbangkan berbagai aspek karena dalam mempertahankan kelangsungan perusahaan banyak persaingan yang berlangsung secara ketat dan semakin lama semakin berat yang harus dijalani oleh perusahaan. untuk menetapkan sebuah

usaha dapat dikatakan layak atau tidak bisa dilihat dari beberapa aspek dan harus memenuhi suatu standar nilai tertentu.

Kelayakan suatu usaha tidak dapat ditentukan hanya di salah satu aspek, akan tetapi dari keseluruhan aspek yang akan dinilai. Aspek studi kelayakan bisnis bersifat fleksibel dan dapat ditambah berdasarkan kebutuhan bisnis atau organisasi (Daoed & Nasution, 2021,). Beberapa aspek umum penentu kelayakan usaha diantaranya yaitu aspek hukum, aspek lingkungan, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan produksi, aspek manajemen dan SDM serta aspek keuangan.

Adanya analisis berbagai aspek pada studi kelayakan bisnis tentunya memiliki tujuan yang hendak dicapai.

Pada penelitian ini, peneliti hanya fokus pada Analisis aspek teknis produksi dan serta aspek keuangan. Analisis aspek teknis dan produksi merupakan tahapan kritis dalam menilai kesiapan perusahaan untuk menjalankan suatu usaha. Menurut Situmorang (2017) aspek ini mencakup evaluasi menyeluruh terhadap lokasi usaha, tata letak fasilitas, serta kondisi dan kesiapan mesin produksi. Pertimbangan lokasi strategis, tata letak yang efisien, dan infrastruktur teknis yang memadai menjadi faktor penentu keberhasilan operasional suatu bisnis. Sejalan dengan aspek teknis, analisis keuangan memainkan peranan fundamental dalam menentukan kelayakan sebuah usaha. Adanya menekankan bahwa evaluasi keuangan bertujuan untuk mengidentifikasi perkiraan biaya dan proyeksi arus kas guna memastikan kemungkinan keberlangsungan bisnis. Melalui analisis mendalam terhadap aspek keuangan, pelaku usaha dapat membuat keputusan strategis berdasarkan perhitungan yang akurat, sehingga meminimalisir risiko

kerugian dan memaksimalkan potensi keuntungan. Salah satu industri kecil yang berpotensi untuk dikembangkan adalah industri pengolahan kedelai yang salah satunya adalah Tempe. Prospek industri Tempe sangat bagus, hal ini terlihat dari produk Tempe yang banyak digemari masyarakat yang mencakup semua lapisan masyarakat. Tempe tidak hanya dikonsumsi oleh masyarakat kelas bawah dan menengah saja, akan tetapi juga kelas atas. Hal ini terlihat telah masuknya produk Tempe di pasar-pasar, mulai Faktor-faktor seperti fluktuasi biaya bahan baku dan permintaan tenaga kerja perlu diperhitungkan, karena faktor ini berdampak pada biaya produksi. Dengan mempertimbangkan hal ini, perusahaan dapat mengambil tindakan strategis untuk menurunkan biaya produksi dan operasional untuk mendorong profitabilitas (Sandopart et al., 2023).

Perusahaan Pabrik Tempe Nindi di Kecamatan Ujungbatu tepat nya di Desa Pasar Baru. Adalah usaha UMKM produksi Tempe sebagai salah satu sumber protein nabati yang populer di Indonesia, memiliki permintaan yang terus meningkat, baik di pasar lokal maupun nasional namun ada nya permasalahan pada pembuatan tempe yaitu sering terjadi nya kenaikan harga utama harga kedelai dan tidak kunjung turun yang merupakan bahan utama dalam pembuatan tempe karena bahan baku dibeli dari luar negeri (*import*), padahal harga patokan yang dijual oleh pengusaha dijual masih dengan harga normal atau harga tetap maka kita harus menganalisis pengelolaan keuangan dengan menghitung modal dan pengeluaran dan pendapatan , Harga bahan baku yang mahal menjadi kendala, karena ketika harga produk tahu di naikkan maka masyarakat atau konsumen akan berkurang membeli tahu, kemudian masalah yang lain adalah terkadang gagalnya

proses dalam pembuatan Tempe, karena terjadi kesalahan teknis dalam proses pembuatan Tempe sehingga tahu menjadi rusak dan tak dapat dijual, ini disebabkan karena kemampuan atau kesalahan yang tidak disengaja pemilik Tempe masih dikatakan pemula (Hasil Wawancara dengan pemilik pabrik tempe Nindi di pasar baru Ujung Batu). Yang dilakukan dalam Strategi pemasaran yang masih bersifat sederhana yakni dari rumah ke rumah melalui pedagang kecil ataupun pasar tradisional serta promosi masih melalui mulut ke mulut. Dan pengantaran juga masih di sekitaran pasar dalam daerah rokan hulu

Oleh karena itu, penting bagi Pabrik Tempe Nindi untuk memahami dan menganalisis biaya yang terkait dengan produksi dan operasionalnya guna merencanakan laba bersih yang optimal. Biaya produksi mencakup semua pengeluaran yang diperlukan untuk mengubah bahan baku menjadi produk jadi. Dalam konteks pabrik tempe, biaya ini meliputi biaya bahan baku seperti kedelai, biaya tenaga kerja langsung yang terlibat dalam proses pembuatan tempe, serta biaya overhead pabrik seperti listrik, sewa tempat, dan pemeliharaan peralatan. Setiap komponen biaya ini harus dikelola dengan baik agar tidak mengganggu kelangsungan usaha.

Tabel 1.1
Harga Biaya produksi dan biaya operasional Pabrik Tempe Nindi di Desa
Pasar Baru Kecamatan Ujungbatu Pada Tahun 2020 – 2024

No	TAHUN	Satuan	2020	2021	2022	2023	2024
	Biaya Produksi						
1	Kedelai	Kg	10.000	12.000	12.000	13.000	13.000
2	Kayu Bakar	ikat	25.000	25.000	25.000	26.000	26.000
3	Kantong plastik Berbagai ukuran	bks	15.000	15.000	15.000	17.000	17.000
4	Ragi Tempe	kg	40.000	40.000	42.000	42.000	42.000
	Biaya Operasional						
1	Gaji Karyawan	orang	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000
2	Makan karyawan	orang	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000
3	Listrik	Bulan	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000
4	Perawatan mesin	unit	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
5	Perawatan kendaraan	unit	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000

Sumber: Observasi Awal (2025)

Tabel 1.1 di atas menyajikan informasi mengenai biaya produksi dan biaya operasional untuk beberapa komoditas dan layanan selama periode lima tahun, dari tahun 2020 hingga 2024. Tabel ini dibagi menjadi dua kategori utama: biaya produksi dan biaya operasional. Pada bagian biaya produksi, terdapat empat jenis komoditas yang dicantumkan, yaitu kedelai, kayu bakar, kantong plastik, dan ragi tempe. Untuk kedelai, biaya per kilogram tetap stabil di angka 12.000 dari tahun 2020 hingga 2021, kemudian mengalami kenaikan menjadi 13.000 pada tahun 2023 dan dipertahankan pada angka yang sama untuk tahun 2024. Kayu bakar juga

menunjukkan pola yang serupa, dengan biaya tetap di 25.000 hingga tahun 2021, lalu meningkat menjadi 26.000 pada tahun 2023 dan 2024. Kantong plastik, yang diukur dalam berbagai ukuran, memiliki biaya yang tetap di 15.000 hingga tahun 2021, sebelum naik menjadi 17.000 pada tahun 2023 dan 2024. Ragi tempe menunjukkan sedikit variasi, dengan biaya tetap di 40.000 untuk tahun 2020 dan 2021, kemudian meningkat menjadi 42.000 pada tahun 2022 dan seterusnya hingga tahun 2024. Di sisi lain, bagian biaya operasional mencakup beberapa elemen penting yang berhubungan dengan pengeluaran rutin dalam menjalankan suatu usaha. Gaji karyawan tetap stabil di angka 80.000 selama lima tahun, menunjukkan bahwa tidak ada perubahan dalam struktur gaji selama periode tersebut. Biaya makan karyawan juga tetap di 12.000 per orang setiap tahun, mencerminkan konsistensi dalam pengeluaran untuk kebutuhan makan. Biaya listrik, yang diukur per bulan, tetap di angka 250.000, menunjukkan bahwa tidak ada perubahan signifikan dalam biaya utilitas ini. Perawatan mesin dan perawatan kendaraan masing-masing memiliki biaya tetap di 150.000 dan 200.000 per unit, yang juga menunjukkan stabilitas dalam pengeluaran untuk pemeliharaan alat dan kendaraan yang digunakan dalam operasional.

Produksi dan operasional untuk berbagai komoditas dan layanan telah berubah atau tetap stabil selama periode yang ditentukan. Kenaikan biaya produksi pada beberapa komoditas menunjukkan adanya inflasi atau peningkatan biaya bahan baku, sementara biaya operasional yang tetap menunjukkan upaya untuk menjaga efisiensi dalam pengelolaan sumber daya manusia.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Putri dkk (2020) menyatakan bahwa Studi kelayakan bisnis adalah kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. Untuk menilai kelayakan suatu bisnis, maka perlu dilakukan suatu penelitian yaitu penelitian studi kelayakan bisnis.

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Opan dkk (2020) menyatakan bahwa studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya bisnis dibangun, tetapi saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan.

Penelitian yang dilakukan oleh Besse dan Musmulyadi (2020) menyatakan bahwa studi kelayakan bisnis tidak hanya diperlukan oleh pelaku bisnis tetapi juga mampu memberikan manfaat oleh beberapa pihak yang membutuhkan kelayakan dengan berbagai kepentingan. penelitian yang dilakukan oleh Muhammad (2016) menyatakan bahwa studi kelayakan bisnis dapat memberikan masukan mengenai target atau pencapaian yang harus diwujudkan untuk mempertahankan kegiatan usaha yang didirikan agar tetap berjalan dan bisa berkembang sesuai dengan yang diinginkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Diana (2019) menyatakan bahwa kondisi lingkungan yang sangat dinamis dan intensitas persaingan yang semakin ketat membuat seorang pengusaha tidak cukup hanya mengandalkan pengalaman dan intuisi saja dalam memulai usahanya. Seorang pelaku usaha harus melakukan analisis kelayakan terhadap ide bisnis yang akan ia jalankan. Hal ini dilakukan

untuk melihat keuntungan yang akan diperoleh atas besarnya investasi yang telah dikeluarkan.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut dapat disimpulkan bahwa studi kelayakan bisnis sangat diperlukan bagi keberlangsungan usaha dan sebagai pertimbangan awal sebelum atau sedang menjalankan suatu usaha agar diketahui apakah usaha tersebut membawa manfaat atau tidak. Dengan adanya studi kelayakan bisnis, setidaknya ada pedoman dan arahan usaha atau proyek yang akan dijalankan oleh pengusaha.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul “**ANALISIS KELAYAKAN BISNIS USAHA PABRIK TEMPE NINDI DI DESA PASAR BARU KECAMATAN UJUNG BATU (Di Tinjau Dari Aspek Produksi dan Aspek Keuangan)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang hendak penulis ajukan dalam penelitian ini Bagaimana kelayakan usaha Pabrik Tempe Di Desa Pasar Baru Di Kecamatan Ujungbatu.

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah diajukan, maka penulis menyelaraskan tujuan masalah dari penelitian ini yaitu Untuk mengetahui kelayakan usaha pabrik tempe di desa pasar baru kecamatan ujungbatu.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian yang dilakukan yaitu :

1. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan pemahaman penulis dalam menerapkan ilmu manajemen keuangan yang telah diperoleh selama perkuliahan S-1 di Universitas Pasir Pengaraian.

2. Bagi Universitas Pasir Pengarain

Kebanggaan bagi universitas bahwa masiswa mampu meningkatkan keterampilan mahasiswa melalui proses penelitian, mahasiswa mengembangkan keterampilan penting seperti analisis data, pemecahan masalah, dan komunikasi efektif

3. Bagi Pengusaha Tempe

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau masukan terkait dengan usaha tempe dan menambah keyakinan untuk melanjutkan dan memperbaiki usaha.

1.5 Sistematika penulisan

Adapun sistematika penulisan sesuai dengan pokok pembahasan yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

Bab ini merupakan landasan teori yang berisi konsep-konsep dan teori-teori sebagai pendukung penulisan yang

berhubungan dengan masalah yang dikemukakan, penelitian yang relevan serta kerangka konseptual penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi ruang lingkup penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengambilan data, metode analisis data, definisi operasional, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

Penelitian ini sekiranya juga diharapkan dapat memberi tambahan pengetahuan bagi penelitian sejenis dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut untuk menambah pengetahuan dibidang keilmuan manajemen pengelolaan keuangan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Didalam bab ini data atau informasi hasil penelitian diolah, dianalisis, dikaitkan dengan kerangka teoritik dalam Bab II sehingga dapat menjawab permasalahan dan tujuan yang telah dikemukakan dahulu.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian kelayakan bisnis

Penanaman modal dalam suatu usaha atau proyek, baik usaha baru maupun yang sudah ada, biasanya disesuaikan dengan tujuan dan bentuk badan usahanya. Salah satu tujuan perusahaan didirikan adalah mencari keuntungan, dalam arti seluruh aktifitas perusahaan hanya untuk mencari keuntungan semata. Tujuan lainnya adalah bersifat sosial.

Bagi perusahaan yang didirikan untuk tujuan total profit, yang paling utama perlu dipikirkan adalah seberapa lama pengembalian dana yang ditanam dalam proyek tersebut agar segera kembali. Artinya sebelum perusahaan dijalankan, maka terlebih dahulu dihitung apakah proyek atau usaha yang akan dijalankan benar-benar dapat mengembalikan uang yang telah diinvestasikan dalam proyek tersebut dalam jangka waktu tertentu. Investasi (dalam arti luas menurut) adalah pengorbanan dollar sekarang untuk dollar dimasa yang akan datang. Dari pengertian ini terkandung dua (2) atribut penting di dalam investasi, yaitu resiko dan tenggang waktu. Mengorbankan uang artinya menanamkan sejumlah dana (uang) dalam suatu usaha saat sekarang atau saat investasi dimulai. Kemudian mengharapkan pengembalian investasi dengan keuntungan yang diharapkan dimasa yang akan datang (dalam waktu tertentu). Pengorbanan sekarang mengandung suatu kepastian bahwa uang digunakan untuk investasi sudah pasti

dikeluarkan. Sedangkan hasil dimasa yang akan datang bersifat tidak pasti, tergantung dari kondisi dimasa yang akan datang.

Kemudian pengertian bisnis adalah kegiatan suatu usaha yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan tujuan dan target yang diinginkan dalam berbagai bidang, baik jumlah maupun waktunya. Keuntungan merupakan tujuan utama dalam dunia bisnis, terutama bagi pemilik bisnis, baik keuntungan dalam jangka pendek maupun panjang. Bentuk keuntungan yang diharapkan lebih banyak dalam bentuk finansial. Besarnya keuntungan telah ditetapkan sesuai dengan target yang diinginkan dengan batas waktunya. Bidang usaha yang dapat digeluti beragam, mulai dari perdagangan, industri, pariwisata, agribisnis atau jasa-jasa lainnya.

Untuk menjelaskan perbedaan pengertian perusahaan dan bisnis, penulis menggunakan pendapat Glos (2018) sebagai sebuah organisasi yang memproses perubahan keahlian dan sumber daya ekonomi menjadi barang dan/atau jasa yang diperuntukkan bagi pemuasan kebutuhan para pembeli, serta diharapkan akan memberikan laba kepada para pemiliknya. Fokusnya lebih kepada organisasi. Sedangkan bisnis diartikan sebagai seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan (produsen, pedagang, konsumen, dan industri dimana perusahaan berada) dalam rangka memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka. Dengan kedua istilah di atas, dapat disimpulkan bahwa pengertian bisnis lebih luas dari perusahaan karena perusahaan merupakan bagian dari bisnis.

Kelayakan artinya penelitian yang dilakukan secara mendalam untuk menentukan apakah usaha yang akan dijalankan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang akan dikeluarkan. Dengan kata lain kelayakan dapat diartikan bahwa usaha yang akan dijalankan dapat memberikan keuntungan baik finansial dan non finansial sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengertian studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan atau usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak suatu usaha tersebut dijalankan.

Yacob (2018), mengatakan bahwa studi kelayakan bisnis merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima atau menolak suatu gagasan usaha yang direncanakan. Pengertian layak dalam penilaian ini adalah kemungkinan dari gagasan suatu usaha yang akan dilaksanakan memberikan manfaat, baik dalam hal financial benefit maupun social benefit. Siagian (2019), mengatakan bahwa analisis kelayakan bisnis merupakan suatu analisis formal (resmi) terhadap suatu rencana investasi dari suatu peluang usaha yang bertujuan untuk mengetahui apakah manfaat investasi tersebut lebih besar dibandingkan dengan biayanya. Kelayakan usaha dibuat sebagai alat untuk memutuskan apakah suatu rencana dan investasi usaha dapat dilanjutkan atau dihentikan.

Pengertian dari studi kelayakan bisnis menurut Suliyanto (2018) suatu penelitian yang mempunyai maksud dan tujuan untuk memberikan keputusan apakah suatu ide bisnis layak atau tidak untuk dilaksanakan. Suatu gagasan

sebuah ide bisnis dapat dikatakan layak untuk ditindak lanjuti apabila ide gagasan tersebut dapat memberikan manfaat yang lebih besar untuk semua pihak (stake holder) dari pada dampak negatif yang dihasilkan oleh penggagas ide bisnis. Kemudian pendapat dari Kasmir dan Jakfar (2017) studi kelayakan bisnis merupakan sebuah kegiatan yang di gunakan untuk mempelajari secara mendetail tentang sebuah usaha atau bisnis yang sedang dijalankan, guna menentukan layak atau tidaknya usaha tersebut dijalankan.

Beberapa definisi beberapa para ahli dapat diambil kesimpulan bahwa pengertian studi kelayakan bisnis adalah studi mengenai layak atau tidaknya sebuah ide gagasan dari bisnis untuk di laksanakan yaitu dengan mempertimbangkan suatu resiko dalam bisnis. Selain itu pertimbangan dari segi keuntungan yang akan di dapatkan jika dilihat dari beberapa aspek studi kelayakan bisnis.

2.1.1.1 Manfaat Studi Kelayakan Bisnis

Seperti diketahui, hasil dari studi kelayakan bisnis adalah untuk laporan tertulis. Isi laporan studi kelayakan bisnis menyatakan bahwa suatu rencana bisnis layak direalisasikan. Adapun pihak-pihak yang membutuhkan laporan studi kelayakan bisnis adalah sebagai berikut.

1. Pihak Investor

Jika hasil studi kelayakan bisnis yang telah dibuat ternyata layak untuk direalisasikan, pemenuhan kebutuhan akan dana dapat mulai dicari. Misalnya dengan mencari investor atau pemilik modal yang mau turut serta menanamkan modalnya pada proyek yang akan dikerjakan.

2. Pihak Kreditor

Pendanaan proyek dapat juga dipinjam dari bank. Pihak bank, sebelum memutuskan untuk memberikan kredit atau tidak, perlu mengkaji ulang studi kelayakan bisnis yang telah dibuat, termasuk mempertimbangkan sisi lainnya.

3. Pihak Manajemen

Perusahaan Studi kelayakan bisnis dapat dibuat oleh pihak eksternal perusahaan maupun pihak internal perusahaan. Pembuatan proposal merupakan upaya dalam rangka merealisasikan ide proyek yang bermuara pada peningkatan usaha untuk meningkatkan laba perusahaan.

4. Pihak Pemerintah dan Masyarakat

Penyusunan studi kelayakan bisnis perlu memperhatikan kebijakankebijakan yang telah ditetapkan oleh pemerintah karena bagaimanapun pemerintah dapat secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kebijakan perusahaan.

5. Bagi Tujuan Pembangunan Ekonomi

Dalam menyusun studi kelayakan bisnis perlu juga menganalisis manfaat yang akan didapat dan biaya yang akan ditimbulkan oleh proyek terhadap perekonomian nasional. Aspek-aspek yang perlu dianalisis untuk mengetahui biaya dan manfaat tersebut antara lain ditinjau dari aspek rencana pembangunan nasional, distribusi nilai tambah pada seluruh masyarakat, nilai investasi per tenaga kerja, pengasuh sosial serta analisis kemanfaatan dan beban sosial.

2.1.1.2 Tahapan Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Kasmir dan Jakfar (2017), tahapan studi kelayakan bisnis perlu dilakukan secara benar agar tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Tahapan studi kelayakan adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data dan informasi Mengumpulkan data dan informasi secara kualitatif dan kuantitatif. Pengumpulan data dapat diperoleh dari berbagai sumber-sumber yang dapat dipercaya, misalnya Badan Pusat Statistika (BPS), Bank Indonesia (BI) dan sebagainya.
2. Melakukan pengolahan data Setelah data dan informasi yang dibutuhkan terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah mengolah data dan informasi. Pengolahan data dilakukan secara benar dan akurat dengan metode dan ukuran yang telah lazim digunakan dalam bisnis .
3. Analisis Data Analisis data untuk menentukan kriteria kelayakan suatu aspek. Kelayakan bisnis ditentukan dengan kriteria-kriteria yang telah memenuhi syarat sesuai kriteria yang layak digunakan.
4. Mengambil keputusan apabila telah diukur dengan kriteria tertentu dan telah diperoleh hasil pengukuran, maka langkah selanjutnya adalah mengambil keputusan terhadap hasil.
5. Memberikan rekomendasi tahap terakhir adalah memberikan rekomendasi kepada pihak-pihak tertentu terhadap laporan studi yang telah disusun.

Suliyanto (2018) Kegiatan penyusunan studi kelayakan bisnis tidak hanya dilakukan pada saat ada ide untuk merintis bisnis yang benar-benar baru, tetapi

studi kelayakan bisnis juga diperlukan ketika pelaku bisnis akan melakukan hal-hal berikut:

1. Merintis usaha baru ketika seorang pelaku bisnis akan merintis usaha baru, studi kelayakan bisnis dilakukan untuk mengetahui apakah usaha yang akan dirintis layak atau tidak untuk dijalankan.
2. Mengembangkan usaha yang sudah ada ketika seorang pelaku bisnis akan mengembangkan usaha, studi kelayakan bisnis dilakukan untuk mengetahui apakah ide pengembangan bisnis layak atau tidak untuk dijalankan.
3. Memilih jenis usaha atau investasi/proyek yang paling menguntungkan
Seringkali investor dan pelaku bisnis dihadapkan pada masalah untuk menentukan pilihan jenis bisnis atau investasi/proyek karena terbatasnya biaya untuk investasi. Agar pilihan investasi dapat optimal maka diperlukan adanya studi kelayakan bisnis untuk menentukan pilihan dari berbagai alternatif investasi yang ada.

2.1.1.3 Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Kasmir dan Jakfar (2017), ada lima tujuan mengapa sebelum suatu usaha atau bisnis dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan yaitu:

1. Menghindari resiko kerugian
Resiko kerugian untuk masa yang akan datang yang penuh dengan ketidak pastian, dalam hal ini fungsi studi kelayakan untuk meminimalkan resiko baik yang dapat dikendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.
2. Memudahkan perencanaan yang meliputi berapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha akan dijalankan, dimana, bagaimana pelaksanaannya, berapa besar

keuntungan yang akan diperoleh serta bagaimana mengawasinya jika terjadi penyimpangan.

3. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan dengan rencana yang telah tersusun maka sangat memudahkan pelaksanaan bisnis, pengerjaan usaha dapat dilakukan secara sistematis.
4. Memudahkan pengawasan dengan melaksanakan proyek sesuai rencana maka memudahkan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha.
5. Memudahkan pengendalian jika dapat diawasi maka jika terjadi penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga mudah untuk mengendalikan penyimpangan tersebut.

2.1.1.4 Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Menurut Kasmir dan Jafkar (2017), adapun aspek dari studi kelayakan bisnis adalah:

1. Aspek Hukum

Aspek hukum digunakan untuk meneliti kelengkapan dan keaslian dari dokumen-dokumen yang dimiliki melalui dari badan usaha, izin-izin dan dokumen lainnya. Kelengkapan dan keabsahan dokumen sangat penting, karena hal ini merupakan dasar hukum yang harus dipegang apabila di kemudian hari timbul masalah. Keabsahan dan kesempurnaan dokumen dapat diperoleh dari pihak-pihak yang menerbitkan atau mengeluarkan dokumen tersebut.

Tujuan dari aspek hukum adalah untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan, dan keaslian dari dokumen-dokumen yang dimiliki. Penelitian keabsahan dokumen dapat dilakukan sesuai dengan lembaga yang mengeluarkan dan yang

mengesahkan dokumen yang bersangkutan. Sebelum usaha tersebut dijalankan, maka segala prosedur yang berkaitan dengan izin-izin atau berbagai persyaratan harus terlebih dahulu sudah terpenuhi.

2. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran adalah meneliti seberapa besar pasar yang akan dimasuki dan seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menguasainya. Pengkajian aspek pasar penting dilakukan karena tidak ada proyek bisnis yang berhasil tanpa adanya permintaan atas barang/jasa yang dihasilkan. Menurut Sindu (2020), Aspek pemasaran dikatakan layak jika potensi pasar dinilai memadai untuk memasarkan produk dan produk memiliki daya saing serta keunggulan dibandingkan dengan produk serupa yang dimiliki oleh pesaing. Untuk menganalisis aspek pemasaran, terdapat komponen yang dianalisis, yaitu sebagai berikut:

a) Segmentasi Pasar (*Market Segmentation*)

Segmentasi pasar (*Market Segmentation*) adalah suatu cara untuk membedakan pasar menurut beberapa karakter dari pelanggan, segmentasi pasar sangat diperlukan agar perusahaan dapat mengetahui permintaan serta kebutuhan masing-masing pasar sehingga perusahaan dapat menetapkan fokus dan prioritasnya dalam melayani pasar. Segmentasi pasar (*Market Segmentation*) merupakan proses membagi-bagi pasar yang heterogen kedalam kelompok-kelompok pembeli atau konsumen yang memiliki ciri atau sifat yang homogen dan dapat berarti bagi perusahaan. Tujuan dilakukannya segmentasi pasar, supaya pasar lebih mudah dibedakan, pelayanan kepada pembeli lebih baik, dan tujuan pemasaran lebih efektif dan efisien. Dalam melakukan segmentasi

pasar terdapat beberapa variabel yang harus diperhatikan agar segmentasi yang dilakukan tepat sasaran. Variabel utama untuk melakukan segmentasi pasar menurut kotler, yaitu sebagai berikut:

- 1) Segmentasi pasar berdasarkan geografis, dipergunakan karena potensi pasar bagi produk perusahaan dapat dipengaruhi oleh lokasi pasar dimana faktor biaya operasi dan besarnya permintaan dari masing-masing wilayah berbeda-beda. Segmentasi geografis mengharuskan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, provinsi, wilayah, daerah, kota, desa dan iklim.
- 2) Segmentasi pasar berdasarkan demografis, pasar dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel-variabel demografis seperti usia, jenis kelamin, agama, pendapatan, pekerjaan dan pendidikan.
- 3) Segmentasi berdasarkan psikografis, segmen pasar ini dilakukan dengan mengelompokkan konsumen atau pembeli menjadi bagian pasar menurut variabel-variabel pola atau gaya hidup (*life style*), dan kepribadian (*personality*) seperti kelas sosial, gaya hidup, dan karakteristik kepribadian.
- 4) Segmentasi pasar berdasarkan perilaku, dimana para konsumen dibagi kedalam kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan, atau tanggapan terhadap suatu produk.

b) Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Menurut Assauri (2017), bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan bagian dari strategi pemasaran, dan berfungsi sebagai pedoman dalam menggunakan unsur-unsur atau variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan pimpinan perusahaan, untuk mencapai tujuan perusahaan dalam bidang

pemasaran. Adapun bauran pemasaran terdiri dari atas variabel-variabel yang dapat diklasifikasikan menjadi beberapa hal penting, yang dikenal dengan istilah 4P, yaitu produk (*Product*), harga (*Price*), promosi (*promotion*), dan lokasi/distribusi (*Place*)(Firmansyah, 2019).

1) Produk (*Product*)

Produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan yang dapat berupa barang dan jasa. Menurut Kotler & Amstrong (2019), produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk bisa berupa benda fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan gagasan. Jenis produk yang bisa dibedakan menurut ukuran, harga, penampilan, atau beberapa atribut lain.

2) Harga (*Price*)

Harga menurut Kotler & Amstrong (2019) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut dipasar. Dalam menentukan harga sebuah produk, perusahaan atau menejer pemasaran perlu memperhatikan

tidak hanya biaya produksi tetapi juga persepsi kosumen terhadap nilai produk. Perusahaan sehingga dapat memperoleh keuntungan maksimal dengan melihat semua kemungkinan dalam menetapkan harga yang tepat pelanggan tertentu.

3) Promosi (*Promotion*)

Menurut Stanton (2018), Promosi adalah unsur dalam bauran pemasaran yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan. Promosi meliputi semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya ke pasar sasaran. Promosi merupakan bentuk komunikasi yang bersifat membujuk atau persuasif. Kegiatan promosi bertujuan agar konsumen dapat menciptakan ketertarikan dan mengenaldengan baik terhadap sebuah produk, sehingga akan memengaruhi keputusan konsumen untuk pembelian produk.

4) Lokasi/Distribusi (*Place*)

Lokasi atau tempat didefinisikan sebagai aktivitas perusahaan agar produk mudah didapatkan oleh pelanggan sasaran. Artinya, variabel saluran distribusi atau *place* tidak hanya menekankan pada lokasi tersebut dicapai. Lokasi perusahaan yang strategis merupakan kunci dari kemampuan perusahaan untuk menarik konsumen. Saluran distribusi meliputi cakupan layanan, pengelompokan, lokasi, persediaan, dan transportasi (Arum, 2021).

3. Aspek Teknik dan Produksi

Aspek teknik dan teknologi adalah untuk menentukan lokasi, lay-out gedung dan ruangan serta teknologi yang akan dipakai. Lokasi yang menjadi perhatian adalah lokasi yang akan dijadikan sebagai kantor pusat, lokasi pabrik dan lokasi gudang. Menurut Adnyana (2018), tujuan analisis aspek teknis dan produksi adalah untuk meyakini apakah secara teknis dan produksi di suatu usaha apakah dilaksanakan dengan layak atau tidak layak.

Banyak perusahaan yang telah jalan, namun aspek ini masih merupakan masalah yang memerlukan pemecahan karena kesalahan dalam memperhitungkan aspek teknis dan produksi pada saat pendirian usaha, seperti tidak tepatnya lokasi perusahaan, terbatasnya bahan baku, besarnya ongkos angkut, tidak cocoknya teknologi yang digunakan, mahalnya biaya tenaga kerja, dan lain sebagainya. Dengan analisis teknis dan produksi akan diketahui kesiapan perusahaan menjalankan usaha berdasarkan ketepatan lokasi, aktivitas operasi, dan kesiagaan mesin-mesin yang akan digunakan, tenaga kerja dan tata letak (*layout*). (Ardia, 2018).

Menurut Yudha (2020), hal yang perlu di analisis dalam aspek teknis dan produksi meliputi :

a) Lokasi usaha

Lokasi usaha adalah lokasi dimana usaha akan dijalankan, yang memiliki pengaruh besar terhadap biaya operasional dan investasi. Lokasi usaha yang salah akan menimbulkan beban yang tak terbatas bagi pemilik usaha. Lokasi menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produknya dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen yang termasuk dalam marketing mix, khususnya lokasi adalah saluran distribusi. Saluran distribusi

adalah jalur yang dipakai untuk memindahkan produk dari produsen ke konsumen. Distribusi adalah semua kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan membuat produk dapat dengan mudah diperoleh oleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat, sedangkan saluran distribusi adalah jalur atau saluran untuk menyalurkan produk agar sampai ke tangan konsumen akhir.

b) Teknologi (mesin dan peralatan)

Teknologi adalah serangkaian peralatan yang digunakan untuk mendukung aktivitas usaha, teknologi yang tepat memungkinkan perusahaan menghasilkan produk dengan kualitas yang baik dalam waktu yang cepat dan biaya yang lebih murah.

c) Bahan Baku

Bahan baku merupakan bahan mentah yang menjadi dasar pembuatan suatu produk yang mana bahan tersebut dapat diolah melalui proses tertentu untuk diwujudkan menjadi wujud lain.

d) Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah para pekerja yang diperkerjakan untuk melakukan aktivitas-aktivitas dalam proses produksi untuk mengubah faktor-faktor produksi menjadi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

e) Tata Letak (*Layout*)

Tatat Letak (*layout*) merupakan keseluruhan bentuk dan penempatan fasilitas-fasilitas yang diperlukan dalam proses produksi. Penentuan layout usaha pada umumnya dilakukan ketika lokasi usaha ditentukan berbagai pertimbangan. Layout yang baik memiliki berbagai kriteria, meminimalkan jarak angkut antar

bagian, aliran material yang baik, efektif dalam penggunaan ruang, luwes dan indah, memberikan jaminan keamanan atas barang-barang yang diangkut, dan memberikan jaminan yang cukup bagi tenaga kerja.

4. Aspek Manajemen

Aspek manajemen adalah untuk mengukur kesiapan dan kemampuan pihak pengelola perusahaan dalam menjalankan usahanya. Dalam menilai aspek ini adalah para pengelola usaha dan struktur organisasi yang ada. Bisnis yang dijalankan akan berhasil apabila dijalankan oleh orang-orang yang profesional, mulai dari merencanakan, melaksanakan sampai dengan mengendalikannya apabila terjadi penyimpangan. Demikian pula dengan struktur organisasi yang dipilih harus sesuai dengan bentuk dan tujuan usahanya. Baik menyangkut masalah SDM maupun menyangkut rencana perusahaan secara keseluruhan haruslah disusun sesuai dengan tujuan perusahaan. Tujuan perusahaan akan lebih mudah tercapai jika memenuhi kaidah-kaidah atau tahapan dalam proses manajemen. Proses manajemen atau kaidah ini akan tergambar dari masing-masing fungsi yang ada dalam manajemen (Kasmir dan Jakfar, 2017).

5. Aspek Dampak Lingkungan

Aspek dampak lingkungan merupakan analisis yang dibutuhkan, karena bisnis yang dijalankan akan sangat besar dampaknya terhadap lingkungan di sekitarnya, baik terhadap darat, air, dan udara, yang pada akhirnya akan berdampak terhadap kehidupan manusia, binatang, dan tumbuh-tumbuhan yang ada disekitarnya. Dampak yang timbul ada yang langsung mempengaruhi pada saat kegiatan usaha dilakukan sekarang atau baru terlihat beberapa waktu kemudian di

masa yang akan datang. Dampak lingkungan hidup yang terjadi adalah berubahnya suatu lingkungan dari bentuk aslinya seperti perubahan fisik kimia, biologi, atau sosial. Perubahan lingkungan ini jika tidak diantisipasi dari awal akan merusak tatanan yang sudah ada, baik terhadap fauna, flora, maupun manusia itu sendiri. (Kasmir dan Jakfar, 2017).

6. Aspek Keuangan

Aspek keuangan adalah untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh pendapatan serta besarnya biaya yang dikeluarkan. Studi aspek keuangan bertujuan untuk mengetahui perkiraan pendanaan dan aliran kas proyek bisnis, sehingga dapat diketahui layak atau tidaknya rencana bisnis. Aspek ini berbicara tentang bagaimana penghitungan kebutuhan dana, baik kebutuhan dana untuk aktiva tetap maupun dana untuk modal kerja. Analisis aspek finansial juga membahas mengenai sumber dana yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan jumlah dana tersebut, sekaligus pengalokasiannya secara efisien sehingga memberikan tingkat keuntungan yang menjanjikan (Husnan, 2017).

Pada aspek keuangan akan menyajikan informasi tentang biaya investasi, modal kerja, *cash flow* dan biaya operasional yang terdiri atas *fixed cost* dan *variable cost*. Besarnya investasi berarti jumlah dana yang akan dibutuhkan, baik untuk modal investasi pembelian aktiva tetap maupun modal kerja. Selain itu, juga biaya-biaya yang diperlukan selama umur investasi dan pendapatan. *Cashflow* merupakan aliran kas yang terdiri dari penerimaan (*inflow*) dan pengeluaran (*outflow*). Aliran kas disusun untuk menunjukkan perubahan kas selama periode

waktu tertentu serta memberikan alasan mengenai perubahan kas tersebut dengan menunjukkan dari mana sumber kas dan penggunaannya.

Dalam analisis kelayakan finansial ini akan diketahui performa suatu usaha, apakah usaha ini secara ekonomi layak untuk dilaksanakan atau tidak.⁴⁶ Kelayakan finansial/keuangan adalah untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh pendapatan serta besarnya biaya yang dikeluarkan, dari sini akan terlihat pengembalian uang yang digunakan seberapa lama akan kembali.(Dara, 2021).

Menurut Ardia (2018), aspek finansial bertujuan untuk mengetahui besarnya modal yang diperlukan, sumber modal diperoleh dan tingkat pengembalian investasi yang dikeluarkan. Modal merupakan keseluruhan biaya yang diperlukan untuk membangun dan menjalankan usaha. Komponen modal terdiri dari biaya investasi yang dilakukan pada tahun ke 0 dan dana modal kerja pada saat memulai kegiatan usaha pada tahun ke 1. Menurut Ummam (2016) untuk menganalisis kelayakan aspek finansial/keuangan, ada beberapa alat atau metode yang dilakukan yaitu:

a) Metode Keuntungan Rata-rata (*Average Rate of Return/ARR*)

Average Rate of Return (ARR) merupakan cara untuk mengukur besarnya tingkat keuntungan dari suatu investasi dengan cara membandingkan antara rata-rata laba setelah pajak (*Earning After Tax/EAT*) dengan rata-rata investasi. Rumus untuk menghitung *Accounting Rate of Return* (ARR) menurut Kasmir dan Jakfar (2017):

$$\text{Accounting Rate of Return} = \frac{\text{Laba rata-rata}}{\text{Investasi awal}} \times 100$$

Kriteria Penilaian :

Jika ARR lebih tinggi dari tingkat pengembalian yang diharapkan, maka usulan investasi diterima. Menurut Kasmir dan Jakfar (2017) terdapat kelebihan dan kelemahan dalam metode *accounting rate of return*.

Kelebihannya :

- 1) Tidak membutuhkan tambahan perhitungan, karena memakai data-data yang sudah ada.
- 2) Perhitungan yang sangat sederhana dan mudah.
- 3) Memberikan gambaran terkait pengaruh usaha terhadap laba.

Kelemahannya:

- 1) Tidak mempertimbangkan nilai waktu uang.
- 2) Perhitungan yang dilakukan menggunakan jangka waktu yang cenderung pendek.
- 3) Terlalu fokus pada pendapatan laba.
- 4) Tidak mempertimbangkan jangka waktu investasi.

b) Metode Periode Pengembalian (*Payback Period/PP*)

Metode *payback period* (PP) adalah periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan aliran kas, dengan kata lain *payback period* merupakan rasio antara pengeluaran investasi dengan aliran kas suatu usaha yang hasilnya merupakan satuan waktu. Perhitungan *payback period* digunakan untuk mengetahui berapa lama investasi modal

kembali, semakin cepat investasi kembali, maka semakin baik bagi pemilik modal. Rumus untuk menghitung *Payback Period* menurut Kasmir dan Jakfar (2017):

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Nilai investasi}}{\text{Kas masuk bersih}} \times 1 \text{ tahun}$$

Kriteria penilaian :

Jika payback period lebih rendah dari maksimum payback period-nya, maka usulan investasi dapat diterima. Menurut Kasmir dan Jakfar (2018) terdapat kelebihan dan kelemahan dalam metode *payback period*.

Kelebihannya :

- 1) Mudah dalam penggunaan dan perhitungan.
- 2) Cocok untuk memilih proyek yang memiliki masa pemulihannya cepat.
- 3) Memberikan gambaran untuk memprediksi resiko ketidakpastian pada masa yang akan datang.

Kelemahannya :

- 1) Tidak mempertimbangkan nilai uang dari waktu ke waktu.
- 2) Tidak mempertimbangkan arus kas setelah investasi awal telah tercapai.
- 3) Tidak mempertimbangkan nilai sisa usaha

c) Metode Nilai Bersih Sekarang (*Net Present Value/NPV*)

Net Present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PV kas bersih dan PV investasi selama umur investasi. Selisih antara nilai kedua PV tersebutlah yang kita kenal dengan Net Present Value (NPV). Untuk menghitung NPV, terlebih dahulu kita harus tahu berapa PV kas

bersihnya. PV kas bersih dapat dicari dengan jalan membuat dan menghitung dari cash flow perusahaan selama umur investasi tertentu. Rumus untuk menghitung *Net Present Value* (NPV) menurut Kasmir dan Jakfar (2017):

$$\left(\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+i)^t} \right) - I_0$$

Keterangan :

I = Nilai sekarang dari investasi awal

CF = Arus kas masuk yang diterima pada periode t

i = Tingkat diskonto atau pengembalian yang diharapkan

t = Periode waktu

Kriteria penilaian :

- Jika $NPV > 0$, maka usulan investasi diterima
- Jika $NPV < 0$, maka usulan investasi ditolak
- Jika $NPV = 0$, maka usulan investasi dapat diterima atau ditolak.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2017) terdapat kelebihan dan kelemahan dalam metode *Net Present Value*.

Kelebihannya :

- 1) Mempertimbangkan nilai waktu uang, sehingga lebih realistis terhadap perubahan harga.
- 2) Mempertimbangkan arus kas sepanjang umur ekonomis usaha.
- 3) Mempertimbangkan nilai sisa dari usaha.

Kelemahannya :

- 1) Cenderung lebih sulit dalam penggunaan dan perhitungan.

- 2) Tingkat kelayakan dipengaruhi oleh arus kas dan faktor umur ekonomis dari usaha

d) Metode *Internal Rate of Return* (IRR)

Internal Rate of Return (IRR) merupakan analisis untuk menentukan apakah suatu proyek investasi dianggap layak atau tidak, dengan cara membandingkan antara IRR dengan tingkat keuntungan yang diharapkan/diisyaratkan. Perhitungan IRR dilakukan dengan mencari discount factor yang dapat menyamakan antara present value dari aliran kas dengan present value dari investasi. Rumus untuk menghitung *Internal Rate of Return* (IRR) menurut Kasmir dan Jakfar (2017):

$$I = \frac{\sum CF_t}{(1+i)^t}$$

Keterangan :

I = Nilai sekarang dari investasi awal

CF = Arus kas masuk yang diterima pada periode t

i = Tingkat diskonto atau pengembalian yang diharapkan

t = Periode waktu

Kriteria penilaian :

Jika IRR lebih besar dari persentase biaya modal, maka usulan investasi diterima. Menurut Kasmir dan Jakfar (2017) terdapat kelebihan dan kelemahan dalam metode internal rate of return.

Kelebihannya :

- 1) Mempertimbangkan nilai waktu uang.
- 2) Mempertimbangkan usia ekonomis usaha.

- 3) Memperhitungkan nilai sisa dari usaha.
- 4) Mempermudah untuk menentukan tingkat suku bunga maksimum yang dapat ditutup.

Kelemahannya :

- 1) Tidak mudah atau sulit dalam perhitungan, tapi dapat diminimalkan dengan menggunakan program komputer.

7. Aspek Ekonomi Sosial

Analisis tentang lingkungan usaha merupakan hal penting yang harus dilakukan untuk mengetahui apakah lingkungan dimana usaha dijalankan akan menimbulkan masalah atau sebaliknya membuka peluang usaha lainnya, baik dari sisi ekonomi, sosial, politik dan lingkungan alam. Penelitian dalam aspek ekonomi adalah untuk melihat seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan jika bisnis ini dijalankan. Pengaruh ini terutama terhadap ekonomi secara luas serta dampak sosialnya terhadap masyarakat luas secara keseluruhan. Dampak ekonomi tertentu, peningkatan pendapatan masyarakat baik yang bekerja di pabrik atau masyarakat di luar lokasi pabrik. Demikian pula dengan dampak sosial berupa jembatan, penerangan, telepon, air, tempat kesehatan, pendidikan, sarana olahraga, dan sarana ibadah. Bagi masyarakat adanya investasi ditinjau dari aspek ekonomi adalah akan memberikan peluang untuk meningkatkan pendapatannya. Adapun bagi pemerintah dampak positif yang diperoleh adalah dari aspek ekonomi memberikan pemasukan berupa pendapatan baik bagi pemerintah pusat maupun pemerintah daerah (Kasmir dan Jakfar, 2017).

2.1.2 Pengertian Tempe

Tempe merupakan makanan tradisional yang dihasilkan dari fermentasi biji kedelai atau beberapa bahan lainnya. Fermentasi menggunakan beberapa jenis kapang *Rhizopus*, seperti *Rhizopus oligosporus*, *Rhizopus oryzae*, *Rhizopus stolonifer* dan beberapa jenis kapang *Rhizopus* lainnya (PUSIDO,2012). Dimana pada proses fermentasi akan terjadi hidrolisis senyawa – senyawa kompleks menjadi sederhana, sehingga baik untuk dicerna. Tempe merupakan makanan yang kaya akan serat pangan, kalsium, vitamin B dan zat besi (Cahyadi 2007). Tempe selain sebagai alternatif untuk mencukupi kebutuhan protein, juga memiliki nilai obat seperti antibiotika untuk menyembuhkan infeksi, antioksidan untuk menangkap radikal bebas (Sartika 2018). Menurut Haryoko (2018) dalam (Dewi & Aziz, 2011), secara umum tempe berwarna putih, dikarenakan pertumbuhan miselia kapang yang merekatkan biji-biji kedelai sehingga terbentuk tekstur yang memadat. Tempe memiliki aroma yang khas dikarenakan adanya degradasi dari komponen-komponen kedelai itu sendiri.

2.1.2.1. Manfaat Tempe

Ada beberapa manfaat tempe sebagai berikut: a. Kandungan zat besi, flavonoid yang bersifat antioksidan sehingga mampu untuk menurunkan tekanan darah (Amani, 2014). b. Kandungan kalsium yang tinggi, sehingga mampu untuk mencegah terjadinya osteoporosis (Yoo, 2014). c. protein, asam folat, dan Vitamin B12, sehingga bisa mencegah terjadinya kanker dan juga proses penuaan dini (Muji, 2011). d. Kandungan asam lemak jenuh dapat menurunkan kadar kolesterol tubuh (Hassan, 2014). Kandungan superoksida dismutase yang dapat

mengendalikan radikal bebas, sehingga baik bagi penderita kelainan jantung (D' Adamo, 2015).f. Mencukupi kebutuhan Gizi seimbang sehari-hari (Liputo,dkk., 2013).

Di dalam tempe kandungan Gizinya lebih baik dibandingkan dengan kedelai dan produk turunan lainnya. Kandungan tersebut diantaranya ialah Vitamin B2, Vitamin B12, Niasin dan juga asam pantotenat, bahkan hasil analisis, Gizi tempe menunjukkan kandungan niasin sebesar 1,13 mg/100 gram berat tempe yang dimakan. Menurut Dwianingsih (2010) dalam (Dewi dan Aziz, 2011), kelompok vitamin yang terdapat di dalam tempe terdiri atas dua jenis yaitu yang larut di dalam air (Vitamin B kompleks) dan larut lemak (Vitamin A, D, E dan K). Tempe memiliki sumber vitamin B yang potensial jenis Vitamin tersebut ialah, Vitamin B1 (Tiamin), Vitamin B2 (Riboflavin), asam pantotenat, asam nikotinat (Niasin), Vitamin B6 (Piridoksin), dan Vitamin B12 (Sianokobalamin), tempe merupakan satu-satunya sumber nabati yang memiliki kandungan B12, dimana kandungan ini hanya dimiliki oleh produk hewani, sehingga tempe memiliki potensial yang lebih baik dibandingkan produk nabati lainnya, selama proses fermentasi dalam pembuatan tempe terjadi peningkatan Vitamin B12 yang sangat mencolok, yaitu 33 kali lebih banyak dibandingkan kedelai (Astawan, 2009).

2.1.3 Pengertian Usaha

Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan secara teratur dan terus menerus untuk mencari keuntungan, baik yang dilakukan oleh orang perseorangan maupun

perusahaan yang berbadan hukum atau tidak berbadan hukum yang berada di suatu wilayah tertentu di dalam negara.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, bisnis adalah kegiatan yang menggunakan tenaga pikiran atau badan untuk menyatakan suatu tujuan (Rahim, 2019). Dalam kaitannya dengan pemenuhan kebutuhan manusia, bisnis dapat mengarah pada adanya dunia perdagangan yang dapat menghasilkan barang dan jasa. Sehingga dengan adanya usaha manusia, berbagai usaha dapat berdiri dan berkembang. Dari sini dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah suatu kegiatan yang melibatkan produksi dan distribusi dengan menggunakan tenaga dan pikiran untuk mencapai suatu tujuan. Pengembangan adalah upaya terencana dari suatu organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan karyawannya. Fokus pengembangan adalah peningkatan keterampilan kerja masa depan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja (Setiamey, 2019). Oleh karena itu, pengembangan usaha adalah peluang atau proses untuk meningkatkan pekerjaan saat ini dan masa depan dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi, bukan kegiatan ekonomi yang menggerakkan pikiran, tenaga dan tubuh untuk mencapai tujuan tertentu.

2.1.3.1 Tahap Pengembangan Usaha

Tahapan Pengembangan Usaha Dengan melakukan kegiatan pengembangan usaha, pengusaha mengembangkan usaha ini melalui tahapan pengembangan usaha berikut ini :

- a. Memiliki ide bisnis Startup pengusaha dimulai dengan ide bisnis. Anda dapat meneliti ide bisnis berdasarkan apa yang Anda lihat dan dengar dalam

kehidupan sehari-hari. Bahkan para ahli ekonomi telah mengklasifikasikan kebutuhan manusia ke dalam berbagai jenis kebutuhan, mulai dari kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Ide bisnis dapat dipilih dari upaya pemenuhan kebutuhan manusia tersebut.

- b. **Penyaringan ide/konsep bisnis** Pada langkah selanjutnya, pengusaha mengubah ide bisnis menjadi konsep bisnis, yang merupakan tahap lanjut dari ide bisnis menjadi bagian yang lebih spesifik dari perusahaan. Penapisan ide bisnis dilakukan dengan kegiatan penilaian kelayakan ide bisnis formal dan informal.
- c. **Pengembangan rencana bisnis (*business plan*)** Pengusaha adalah orang yang menggunakan keuangan untuk menghasilkan keuntungan. Komponen utama dari rencana bisnis yang dikembangkan oleh pengusaha adalah perhitungan perkiraan keuntungan dan kerugian bisnis pada saat ini. Peramalan laba merupakan pertemuan dari beberapa komponen perencanaan bisnis lainnya, yaitu perencanaan bisnis operasional. Pada pembuatan rencana bisnis, pengusaha memiliki perbedaan saat membuat rencana bisnis terperinci.
- d. **Pelaksanaan rencana bisnis dan tata kelola perusahaan** Rencana bisnis terperinci dan global, tertulis atau tidak tertulis, kemudian diimplementasikan ke dalam proses bisnis. Business plan merupakan pedoman pelaksanaan usaha yang dilakukan oleh pengusaha. Dalam melaksanakan rencana usaha, pengusaha mengerahkan berbagai sumber daya yang diperlukan untuk menjalankan usaha, seperti modal, material dan tenaga kerja.

2.1.3.2 Teknik pengembangan usaha

Pengembangan bisnis adalah proses yang tujuannya adalah untuk menumbuhkan bisnis operasi. Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Skala ekonomi yang berkembang
Skala ekonomi dapat ditingkatkan dengan meningkatkan produksi, tenaga kerja, teknologi, sistem distribusi, dan lokasi.
- b. Ekspansi bisnis
Perluasan usaha dilakukan dengan menambah jenis usaha baru, produk dan jasa baru yang berbeda dengan yang dihasilkan saat ini, serta menggunakan teknologi yang berbeda

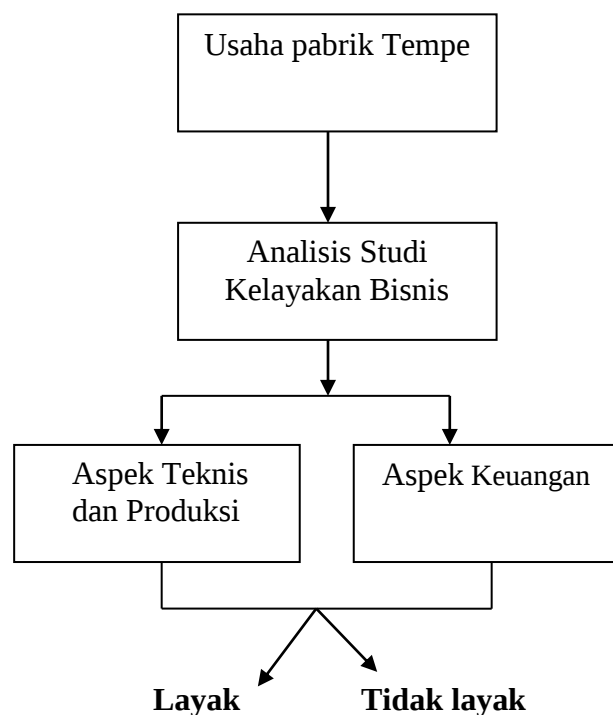
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Hasil Penelitian
Adeline Norawati Hutapea (2017)	Analisis Kelayakan Finansial Industri Tempe di Kelurahan Oelami Kecamatan Bikomi Selatan/ 2017	analisis kelayakan finansial industri tempe di Kelurahan Oelami dinyatakan layak untuk terus diusahakan bahkan bisa dikembangkan dan menambah investasi. Hal ini terbukti dengan nilai NPV > 0 atau sebesar Rp 96.717.999,2658, IRR sebesar 30,3519 atau (30,3519%) > DF sebesar 18%, sedangkan nilai Net B/C sebesar 1,1 atau > 1, sehingga usaha layak untuk dilaksanakan dan dilanjutkan.
Mega Indah Mujiningsih (2018)	Analisis Kelayakan Usaha dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar / 2013	Hasil analisis kelayakan NPV dari industri kecil tempe di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar layak dilakukan. Nilai Net B/C adalah sebesar 1,37 layak dilakukan. Nilai IRR adalah sebesar 38,72% layak dilakukan.

Nunung Nurhayati (2020)	Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil Tahu di Kabupaten Kuningan, Jawa Barat/ 2012	Hasil analisis finansial NPV Rp 395.696.655 (positif), IRR 38,72% (lebih besar dari Discount Rate 14%), Nilai Net B/C adalah sebesar 3,10 dan <i>Payback period</i> 1,19 tahun (kurang dari umur ekonomis 10 tahun). Semua kriteria tersebut menunjukkan bahwa usaha tahu layak untuk dilaksanakan.
Yuniar (2022)	Pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu dan Tempe Karya Mandiri Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan	jangkau oleh para konsumen, teknologi yang digunakan sudah modern, proses produksi yang mudah. Aspek pemasaran yang layak, dengan produk yang berkualitas tinggi, karena bahan baku yang di impor, harga yang terjangkau, sehingga seluruh kalangan masyarakat bisa membelinya, distribusi yang sudah cukup luas, dan promosi yang pemilik berikan cukup membuat para konsumen mengetahui produk yang dijualnya. Dan hasil analisis dari aspek keuangan menunjukkan Usaha Tahu dan Tempe ini dikatakan layak dijalankan dengan umur proyek selama 10 tahun pada tingkat discount ratesebesar 10%. Analisis kriteria kelayakan menghasilkanPayback Period (PP)selama 8 bulan 7 minggu, nilai Net Present Value (NPV) sebesar Rp 137.689.184, nilai Profitability Index (PI)sebesar 1,14 % dan Internal Rate of Return (IRR)sebesar 32 %.

(PutriWahyuni Arnold et al., 2020)	Analisis Kelayakan Usaha dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe di Kalurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari	Hasil dari penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan hasil analisisnya la oleh laki-laki sebanyak 60%andikelola oleh perempuan sebanyak 40%, dikelola oleh penduduk berusia 30-40 tahun sebanyak 30%,usia 41-50 tahun sebanyak 40%, usia 51-60 tahun sebanyak 20% dan usia > 60 tahun sebanyak 10%,dikelola oleh penduduk berpendidikan SD sebanyak 30%, sebanyak 20% dikelola oleh pendudukberpendidikan SMP dan sebanyak 50% dikelola oleh penduduk berpendidikan SMA/SMK, sudahberdiri lama dengan lama usaha < 10 tahun sebanyak 40%, lama usaha11-20 tahun 10%, lama usaha21-30 tahun 30%, lama usaha 31-40 tahun 20%
------------------------------------	--	---

2.2 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.3 Hipotesis

Dari kerangka pemikiran yang telah dijelaskan maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- H₁** : Usaha Tempe di Desa Pasar Baru Kecamatan Ujungbatu ditinjau dari produksi dan teknis dinyatakan layak.
- H₂** : Usaha tempe di Desa Pasar Baru Kecamatan Ujung batu ditinjau dari aspek keuangan dinyatakan lay

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan deskriptif. dilakukan dalam rangka untuk melihat prospek dan kelayakan Usaha pabrik tempe nindi didesa pasar baru kecamatan ujung batu. Penelitian ini dilakukan di usaha pabrik tempe nindi di desa pasar baru tepat nya di kecamatan ujung batu. Dengan penelitian analisis studi kelayakan bisnis berdasarkan aspek teknis dan produksi serta aspek keuangan.

Menurut Moleong (2017:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Penelitian kualitatif menurut Hendryadi, et. al, (2019:218) merupakan proses penyelidikan naturalistik yang mencari pemahaman mendalam tentang fenomena sosial secara alami.

Penelitian kualitatif menekankan pada kualitas bukan kuantitas dan data-data yang dikumpulkan bukan berasal dari kuisisioner melainkan berasal dari wawancara, observasi langsung dan dokumen resmi yang terkait lainnya. Penelitian kualitatif juga lebih mementingkan segi proses daripada hasil yang

didapat. Hal tersebut disebabkan oleh hubungan bagian-bagian yang sedang diteliti akan jauh lebih jelas jika diamati dalam proses.

3.2 Objek penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan deskriptif. dilakukan dalam rangka untuk melihat prospek dan kelayakan Usaha pabrik tempe nindi di desa pasar baru kecamatan ujung batu. penelitian ini dilakukan di Usaha pabrik tempe nindi di desa pasar baru kecamatan ujung batu Dengan penelitian analisis studi kelayakan bisnis berdasarkan pada aspek teknis dan produksi serta aspek keuangan nya.

3.3 Informan Penelitian

Menurut Moeleong (2017) informan penelitian adalah orang yang sangat memahami tentang permasalahan yang diteliti. Adapun yang dimaksud sebagai informan kunci dalam penelitian ini yaitu pemilik Usaha pabrik dan pengelola bagian keuangan pada pabrik tempe di pasar baru kecamatan ujung batu.

3.4 Jenis Penelitian

Berdasarkan karakteristik masalah, penelitian ini termasuk ke dalam penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif (*descriptive research*) menurut Sugiyono (2018) adalah penelitian masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi.

Tujuan penelitian deskriptif ini adalah untuk menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan keadaan tertentu dari subjek yang diteliti dan untuk mendapatkan informasi mengenai hasil studi kelayakan Usaha Pabrik Tempe

Nindi di Desa Pasar Baru Kecamatan Ujungbatu. Di tinjau dari aspek produksi serta aspek keuangan .

3.5 Jenis Dan Sumber Data

Untuk membantu penulis dalam melakukan penelitian ini maka penulis menggunakan jenis data yaitu:

1. Kualitatif

Menurut Sugiyono (2018) data kualitatif adalah jenis data non-numerik atau tidak dapat diproses dalam bentuk angka. Data ini umumnya hanya bisa diamati dan dicatat sehingga menghasilkan suatu informasi. Adapun yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini adalah seperti hasil wawancara dari pemilik Usaha Pabrik Tempe Nindi di Desa Pasar Baru Kecamatan Ujungbatu.

2. Kuantitatif

Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa ingin diteliti (Sugiyono, 2018).

Jadi jenis data penelitiannya adalah deskriptif kuantitatif, adalah peneliti yang menggambarkan atau menganalisis sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis mengenai apa ingin diteliti selama kurun waktu tertentu, dan tidak membuat kesimpulan yang lebih luas.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data primer pada penelitian ini adalah yang berhubungan dengan data laporan keuangan tentang Usaha Pabrik Tempe Nindi

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018) data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, serta dokumen perusahaan. Data sekunder penelitian ini merupakan data yang memang telah ada pada Usaha pabrik tempe nindi di desa pasar baru untuk mendukung kelengkapan penelitian penulis, dapat berupa Sejarah, literature dan profil Usaha Pabrik Tempe Nindi di Desa Pasar Baru Kecamatan Ujungbatu.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Adapun Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

1. Wawancara

Yaitu suatu metode pengumpulan data dimana penulis melakukan tanya jawab secara langsung dengan pemilik Usaha Pabrik Tempe Nindi di Desa Pasar Baru Kecamatan Ujungbatu untuk mendapatkan data yang penulis harapkan serta sesuai dengan masalah yang diteliti.

2. Dokumentasi

Yaitu pengumpulan data dengan cara melihat dan menggunakan laporan keuangan dan catatan yang ada Usaha Pabrik Tempe Nindi di Desa Pasar

Baru Kecamatan Ujungbatu berupa dokumen laporan keuangan, struktur organisasi, sejarah singkat tentang Usaha Pabrik Tempe Nindi di Desa Pasar Baru Kecamatan Ujungbatu.

3. Observasi yaitu dengan melakukan pengamatan langsung ke lapangan terhadap objek yang diteliti.

3.7 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang telah menjadi teori secara operasional, secara praktiik, secara rill atau nyata dalam lingkup objek penelitian atau objek yang diteliti.dalam penelitian ini analisis kelayakan usaha dinilai dengan menggunakan aspek teknik dan produksi serta aspek keuangan.

Untuk menghindari kesimpang siuran persepsi pada penelitian ini, maka perlu dijelaskan kembali definisi dari variable dan istilah yang digunakan.

Tabel 3. 1
Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel	Konsep	Indikator
Aspek teknik dan produksi	Aspek teknik dan produksi adalah untuk menentukan lokasi, <i>lay-out</i> gedung dan ruangan serta teknologi yang akan dipakai.	1. lokasi usaha 2. Teknologi (mesin dan peralatan) 3. Bahan baku 4. Tenaga kerja 5. Tata letak

Variabel	Konsep	Indikator
Aspek keuangan	Aspek keuangan adalah untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh pendapatan serta besarnya biaya yang dikeluarkan.	1. <i>Payback Period</i> (PP) $\frac{\text{Nilai investasi}}{\text{Kas masuk bersih}} \times 1 \text{ tahun}$ 2. <i>Net Present Value</i> (NPV) $\left(\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+i)^t} \right) - I_0$ 3. <i>Break Event Poin</i> (BEP) $\frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga jual/unit} - \text{Biaya variabel/unit}}$

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis, kegiatan mengelompokkan data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagai mana adanya sehingga hasilnya dapat ditafsirkan tanpa bermaksud membuat kesimpulan untuk umum dan generalisasi (Sugiyono, 2018). Penelitian ini akan mengukur analisis kelayakan Usaha pabrik tempe nindi didesa pasor pengaraian menggunakan aspek teknis dan produksi serta aspek keuangan.

3.8.1 Aspek Teknis dan Produksi

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini untuk aspek teknis dan produksi yang akan diukur atau dianalisis meliputi lokasi usaha, Teknologi (mesin dan peralatan), bahan baku, tenaga kerja dan tata letak.

3.8.2 Aspek Keuangan

Aspek financial yang akan dianalisis yaitu *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), dan *Break Event Poin* (BEP).

1. *Payback Period* (PP)

Merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu proyek atau usaha. Perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan kas bersih (*proceed*) yang diperoleh setiap tahun. Nilai kas bersih merupakan penjumlahan laba setelah pajak ditambah dengan penyusutan (dengan catatan jika investasi 100% menggunakan modal sendiri).

2. *Net Present Value* (NPV)

Net Present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PV kas bersih (*PV of proceed*) dengan PV investasi (*capital outlays*) selama umur investasi. Selisih antara kedua PV tersebutlah yang dikenal dengan *Net Present Value* (NPV). Untuk menghitung NPV, terlebih dahulu kita harus tahu berapa PV kas bersih. PV kas bersih dapat dihitung dengan jalan membuat dan menghitung dari *cash flow* perusahaan selama umur investasi tertentu.

3. *Break Event Poin* (BEP)

Ialah titik impas di mana posisi jumlah pendapatan dan biaya sama atau seimbang sehingga tidak terdapat keuntungan ataupun kerugian dalam suatu perusahaan. *Break Even Point* ini digunakan untuk menganalisis proyeksi sejauh mana banyaknya jumlah unit yang diproduksi atau sebanyak apa uang yang harus diterima untuk mendapatkan titik impas atau kembali modal.

Break Event Point memerlukan komponen penghitungan dasar seperti berikut ini:

- a. *Fixed Cost*. Komponen ini merupakan biaya yang tetap atau konstan jika adanya tindakan produksi atau meskipun perusahaan tidak memproduksi. Contoh biaya ini yaitu biaya tenaga kerja, biaya penyusutan mesin, dll.