

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Teori Tentang Rumah dan Perumahan

Perumahan adalah tanah kosong atau sebidang tanah yang dikembangkan, digunakan atau disediakan untuk tempat kediaman, seperti *single family houses*, apartemen, rumah susun. Rumah merupakan kebutuhan dasar manusia selain sandang dan pangan. Dalam perkembangannya ternyata rumah juga merupakan alternatif investasi yang menarik dengan harapan *capital gain* yang akan di terima di masa depan. Rumah merupakan salah satu bagian terpenting dalam kehidupan masyarakat (Rahma, 2010).

Menurut Undang-Undang No. 4 Tahun 1992 rumah adalah bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian dan sarana pembinaan keluarga sedangkan perumahan adalah kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian yang dilengkapi dengan prasarana dan sarana lingkungan. Kebutuhan akan rumah merupakan salah satu kebutuhan dasar (*home needs*) bagi manusia setelah pangan dan sandang. Setiap individu manusia akan mengutamakan pemenuhan kebutuhan dasar daripada kebutuhan sekundernya. Begitu pula dengan kebutuhan akan rumah, setiap orang akan berusaha memenuhi kebutuhan akan rumah dalam setiap tingkat kehidupan masyarakat dengan memperhatikan selera dan kemampuan yang ada (Rahma, 2010).

Dalam pandangan ini rumah lebih merupakan suatu sistem sosial ketimbang sistem fisik Hal ini disebabkan karena rumah berkaitan erat dengan manusia, yang memiliki tradisi sosial, perilaku dan keinginan-keinginan yang berbeda dan selalu bersifat dinamis, karenanya rumah bersifat kompleks dalam mengakomodasi konsep dalam diri manusia dan kehidupannya. Beberapa konsep tentang rumah (Rahma, 2010):

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Rumah sebagai rumah sebagai simbol dan pencerminan tata nilai selera pribadi penghuninya
2. Rumah sebagai wadah keakraban, rasa memiliki, rasa kebersamaan, kehangatan, kasih dan rasa aman
3. Rumah sebagai tempat menyendiri dan menyepi, tempat melepaskan diri dari dunia luar, dari tekanan dan ketegangan, dari dunia rutin
4. Rumah sebagai akar dan kesinambungan, rumah merupakan tempat kembali pada akar dan menumbuhkan rasa kesinambungan dalam untaian proses ke masa depan
5. Rumah sebagai wadah kegiatan utama sehari-hari
6. Rumah sebagai pusat jaringan sosial
7. Rumah sebagai Struktur Fisik

2.2 Teori Tentang Permintaan Rumah

Permintaan perumahan memainkan peranan penting dalam mempengaruhi nilai pasar properti jenis perumahan. Hal ini di karenakan penawaran tanah untuk pembangunan terbatas dari segi keluasaan akan tetap dari segi permintaan selalu berubah dan bertambah (Rahma, 2010).

Permintaan konsumen terhadap perumahan dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut (Rahma, 2010):

1. Lokasi.
Keberadaan lokasi perumahan, apakah dipusat di pinggir kota sangat mempengaruhi minat konsumen dalam membeli rumah. Semakin strategis letak perumahan tersebut berarti semakin baik dan memiliki tingkat permintaan yang semakin tinggi. Faktor-faktor ekonomi dari keberadaan lokasi perumahan juga menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih rumah yang dikehendaknya. Jarak menuju tempat kerja, tempat hiburan, dan fasilitas umum sebagai motif efisiensi waktu dan biaya transportasi merupakan faktor ekonomi yang menjadi pertimbangan konsumen di dalam memilih lokasi rumah yang dimaksud.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Pertambahan penduduk.

Dengan alasan bahwa setiap orang memerlukan tempat tinggal sebagai tempat berlindung, maka setiap pertambahan penduduk baik secara alamiah maupun non alamiah (karena urbanisasi) akan meningkatkan permintaan akan rumah.

3. Pendapatan Konsumen

Kesanggupan seseorang di dalam memiliki rumah sangat dipengaruhi pendapatan yang diperolehnya. Apabila pendapatan seseorang meningkat dan kondisi perekonomian tidak terjadi resesi dan inflasi, kecenderungan untuk memiliki rumah akan meningkat baik secara kualitas maupun kuantitas.

4. Kemudahan Mendapatkan Pinjaman.

Pada pasar properti perumahan, permintaan perumahan dipengaruhi juga oleh kebijakan pemerintah dan institusi keuangan seperti perbankan. Karakteristik pasar properti yaitu membutuhkan dana besar, menyebabkan konsumen sangat tergantung pada kemudahan pendanaan. Kemudahan pendanaan ini dapat berupa fasilitas kredit pinjaman, penurunan tingkat suku bunga pinjaman, dan jangka waktu pelunasan pinjaman. Apabila kemudahan tersebut dapat diperoleh konsumen, dipercaya permintaan akan rumah oleh konsumen akan bertambah. Sebaliknya jika syarat mendapatkan pinjaman sangat ketat, atau suku bunga pinjaman yang tinggi akan menurunkan permintaan rumah oleh masyarakat.

5. Fasilitas.

Fasilitas disini meliputi fasilitas umum dan fasilitas sosial, diantaranya infrastruktur, sarana pendidikan, kesehatan, keagamaan, sarana transportasi, dan lain-lain. Keberadaan fasilitas tersebut membangun serta menarik minat investor yang selanjutnya akan meningkatkan permintaan akan rumah di kawasan tersebut.

6. Harga Rumah.

Seperti dalam hal teori permintaan dan penawaran, semakin tinggi harga barang akan mengakibatkan penurunan permintaan akan barang yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dimaksud. Apabila harga rumah menengah naik, sementara kecenderungan memiliki rumah dengan tingkat harga tersebut akan berkurang dan permintaan akan beralih ke rumah dengan harga yang lebih rendah.

7. Undang-undang

Peraturan tentang jenis hak penggunaan lahan atau tanah yang membatasi hak atas tanah tersebut turut menjadi faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen akan rumah. Demikian juga dengan peraturan lain seperti peraturan perpajakan (PBB dan BPHTB) turut menjadi faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli rumah

Perilaku konsumen dalam membeli rumah pasti membandingkan harga dengan perumahan lain. Bagaimana fasilitas, lingkungan, lokasi, dan yang paling penting harganya. Apalagi sekarang pengembang menawarkan berbagai macam tipe perumahan, dengan berbagai macam fasilitas, dan hadiah. Pertimbangan pembeli terhadap harga sebuah rumah didasarkan pada (Rahma, 2010):

1. Kesesuaian atau keterjangkauan harga oleh segmentasi yang dituju.
2. Kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima.
3. Kesesuaian harga dengan kualitas rumah yang diinginkan.

2.3 Teori tentang Lokasi Perumahan

Lokasi merupakan daerah atau tempat dimana sesuatu berada. Terkait dengan lokasi maka salah satu faktor yang menentukan apakah suatu lokasi menarik untuk dikunjungi atau tidak adalah tingkat aksesibilitas. Tingkat aksesibilitas adalah tingkat kemudahan untuk mencapai suatu lokasi ditinjau dari lokasi lain di sekitarnya. Tingkat aksesibilitas dipengaruhi oleh jarak, kondisi prasarana perhubungan, ketersediaan berbagai sarana penghubung termasuk frekuensinya dan tingkat keamanan serta kenyamanan untuk melalui jalur tersebut. Pemilihan dan penentuan lokasi untuk properti perumahan bagi setiap orang berbeda-beda sesuai dengan pertimbangan masing-masing individunya (Rahma, 2010).

Beberapa kriteria yang harus diperhatikan dalam pemilihan lokasi perumahan (Rahma, 2010):

1. Perwilayahan (*zoning*), peraturan antara lain terkait dengan tipe dan ukuran bangunan, persyaratan ketinggian bangunan, garis sepadan bangunan.
2. Utilitas (*utilities*), meliputi ketersediaan dan kondisi saluran pembuangan air hujan, sanitasi, pemasangan gas, listrik, dan telepon.
3. Faktor-faktor teknis (*technical factor*), kondisi tanah, topografi, dan drainase, desain dan biaya
4. Kondisi (*condition*), ketersediaan di pasar untuk penggunaan yang diusulkan, aksesibilitas, kondisi pesekitaran, dan kondisi lalu lintas.
5. Estetika (*eisthetics*), meliputi pemandangan dan bentang alam yang ada.
6. Komunitas (*community*), terutama terkait lingkungan termasuk di dalamnya kesehatan dan jasa-jasa yang diselenggarakan pemerintah.
7. Pelayanan kota (*city service*), penyediaan pendidikan, layanan kesehatan, dan jasa-jasa yang diselenggarakan pemerintah.
8. Biaya (*cost*), biaya dan keterjangkauan penyewa

2.4 Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis adalah suatu kajian ilmu yang menilai pengerjaan suatu bisnis untuk dilihat layak atau tidak layak (*feasible or infeasible*) dilaksanakan dengan menempatkan ukuran-ukuran baik secara kualitatif dan kuantitatif yang akhirnya terangkum dalam sebuah rekomendasi (Fahmi, 2014).

Ilmu studi kelayakan saat ini menjadi begitu banyak diminati seiring dengan tingginya aktivitas bisnis yang begitu berkembang pesat, baik dari skala kecil, menengah hingga besar. Keputusan melakukan investasi bukan sesuatu yang bisa dianggap sederhana, disana terkandung berbagai resiko yang bisa timbul termasuk pengharapan keuntungan (*expected return*). Bisnis memang tidak bisa diputuskan tanpa perhitungan mendetail, karena tanpa perhitungan mendetail artinya menyiapkan bisnis untuk masuk dalam *default* (gagal) (Fahmi, 2014).

2.5 Ruang Lingkup Ilmu Studi Kelayakan Bisnis

Secara umum adapun yang menjadi ruang lingkup kajian studi kelayakan bisnis adalah (Fahmi, 2014):

1. Melihat dan menilai prospek usaha sebuah bisnis untuk digarap lebih sistematis dan berkesinambungan.
2. Melakukan analisis kelayakan bisnis dari sisi kualitatif dan kuantitatif.
3. Menilai berbagai bentuk resiko pada setiap bisnis yang dinilai secara komprehensif.
4. Kajian studi kelayakan bisnis juga diharapkan mampu memberi rekomendasi kepada pihak-pihak yang selama ini dianggap memiliki kepentingan.

Studi kelayakan bisnis tidak hanya diperlukan pemrakarsa bisnis atau pelaku bisnis, tetapi juga diperlukan oleh beberapa pihak lain. Berikut pihak-pihak yang membutuhkan studi kelayakan dengan berbagai kepentingan (Suliyanto, 2010):

1. **Pelaku bisnis atau manajemen perusahaan**
Pihak pelaku bisnis atau manajemen perusahaan memerlukan studi kelayakan sebagai dasar dalam mengambil keputusan untuk melanjutkan ide bisnis atau tidak. Jika berdasarkan hasil studi kelayakan suatu ide bisnis dinyatakan layak dilaksanakan maka pelaku bisnis atau manajemen akan menjalankan ide bisnis tersebut untuk mengembangkan usahanya.
2. **Investor**
Pihak investor memerlukan studi kelayakan sebagai dasar untuk mengambil keputusan, apakah akan ikut menanamkan modal pada suatu bisnis atau tidak. Jika berdasarkan hasil studi kelayakan suatu ide bisnis dinyatakan layak dilaksanakan maka investor akan menanamkan modalnya dengan harapan memperoleh keuntungan dari investasi yang ditanamkan, demikian pula sebaliknya.
3. **Kreditor**
Pihak kreditor memerlukan studi kelayakan sebagai salah satu dasar dalam pengambilan keputusan, apakah akan memberikan kredit pada suatu bisnis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang diusulkan atau tidak. Jika berdasarkan hasil studi kelayakan suatu ide bisnis dinyatakan layak dilaksanakan maka kreditor akan memberikan kredit dengan harapan akan memperoleh keuntungan berupa bunga, demikian pula sebaliknya.

4. **Pemerintah**

Pihak pemerintah memerlukan studi kelayakan sebagai dasar untuk mengambil keputusan, apakah memberikan izin terhadap suatu bisnis atau tidak. Jika berdasarkan hasil studi kelayakan suatu ide bisnis dinyatakan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memberikan kesempatan kerja, mengoptimalkan sumber daya yang ada, dan dapat meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) maka pemerintah akan memberikan izin. Sebaliknya, jika suatu bisnis memiliki dampak negatif yang lebih besar dibandingkan manfaatnya maka pemerintah tidak akan memberikan izin atas ide bisnis yang diajukan.

5. **Masyarakat**

Masyarakat memerlukan studi kelayakan sebagai dasar untuk mengambil keputusan, apakah mendukung suatu bisnis atau tidak. Jika berdasarkan hasil studi kelayakan suatu ide bisnis dinyatakan akan memberikan dampak positif yang lebih besar terhadap masyarakat dibandingkan dampak negatifnya maka masyarakat akan mendukung ide tersebut. Namun, jika studi kelayakan menyatakan bahwa suatu ide bisnis akan memberikan dampak negatif yang lebih besar terhadap masyarakat dibandingkan dampak positifnya maka masyarakat akan menolak ide bisnis tersebut.

2.6 Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Ada 5 (lima) tujuan mengapa sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan, yaitu (Kasmir, 2004):

1. **Menghindari resiko kerugian**

Untuk mengatasi resiko kerugian dimasa yang akan datang, karena dimasa yang akan datang ada semacam kondisi ketidakpastian. Kondisi ini ada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang dapat diramalkan akan terjadi atau memang dengan sendirinya terjadi tanpa dapat diramalkan. Dalam hal ini, fungsi studi kelayakan adalah untuk meminimalkan resiko yang tidak kita inginkan, baik resiko yang dapat kita kendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.

2. Memudahkan perencanaan

Jika sudah dapat meramalkan apa yang akan terjadi di masa yang akan datang, maka akan mempermudah kita dalam melakukan perencanaan dan hal-hal apa saja yang perlu direncanakan. Perencanaan meliputi berapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha atau proyek akan dijalankan, dimana lokasi proyek akan dibangun, siapa-siapa yang akan melaksanakannya, bagaimana cara menjalankannya, berapa besar keuntungan yang akan diperoleh serta bagaimana mengawasinya jika terjadi penyimpangan, yang jelas dalam perencanaan sudah terdapat jadwal pelaksanaan usaha, mulai dari usaha dijalankan sampai waktu tertentu.

3. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan

Dengan adanya berbagai rencana yang sudah disusun akan sangat memudahkan pelaksana bisnis. Para pelaksana yang mengerjakan bisnis tersebut telah memiliki pedoman yang harus dikerjakan. Kemudian pengerjaan usaha dapat dilakukan secara sistematis, sehingga tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang sudah disusun. Rencana yang sudah disusun dijadikan acuan dalam mengerjakan setiap tahap yang sudah direncanakan.

4. Memudahkan Pengawasan

Dengan telah dilaksanakannya suatu usaha atau proyek sesuai dengan rencana yang sudah disusun, maka akan memudahkan perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan ini perlu dilakukan agar pelaksanaan usaha tidak melenceng dari rencana yang telah disusun. Pelaksana pekerjaan bisa sungguh-sungguh melakukan pekerjaannya karena merasa ada yang mengawasi, sehingga pelaksanaan pekerjaan tidak terhambat oleh hal-hal yang tidak perlu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Memudahkan pengendalian

Jika dalam pelaksanaan pekerjaan telah dilakukan pengawasan, maka apabila terjadi suatu penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga akan dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah untuk mengembalikan pelaksanaan pekerjaan yang melenceng ke rel yang sesungguhnya, sehingga pada akhirnya tujuan perusahaan akan tercapai.

2.7 Manfaat Studi Kelayakan

Seperti yang diketahui, hasil dari studi kelayakan bisnis ialah laporan tertulis yang menyatakan bahwa layak atau tidaknya suatu bisnis dijalankan. Berikut dijelaskan manfaat studi kelayakan bisnis untuk pihak-pihak terkait (Putra, 2013):

1. Pihak Investor

Jika hasil studi kelayakan yang telah dibuat ternyata layak direalisasikan pemenuhan kebutuhan pendanaan dapat mulai dicari. Misalnya dengan mencari investor atau pemilik modal yang mau turut serta menanamkan modal pada bisnis yang akan dikerjakan itu. Dari laporan studi kelayakan ini investor tersebut dapat mengetahui berapa keuntungan yang akan diperoleh serta jaminan keselamatan atas modal yang akan ditanamkannya.

2. Pihak Kreditor

Pendanaan bisnis dapat juga dipinjam dari bank. Pihak bank, sebelum memutuskan untuk memberikan kredit atau tidak, perlu mengkaji ulang studi kelayakan bisnis yang telah dibuat, termasuk mempertibangkan sisi-sisi lain, misalnya bonafiditas dan tersedianya aguanan yang dimiliki perusahaan.

3. Pihak Manajemen Perusahaan

Studi kelayakan dapat dibuat oleh pihak internal atau pihak eksternal perusahaan. Terlepas dari itu, sebagai pihak yang menjadi *project leader*, sudah tentu pihak manajemen perlu mempelajari studi kelayakan, misalnya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam hal pendanaan, berapa yang dialokasikan dari modal sendiri, rencana pendanaan dari investor dan dari kreditor.

4. Pihak Pemerintah dan Masyarakat

Penyusunan studi kelayakan bisnis perlu memperhatikan kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan oleh pemerintah karena bagaimanapun pemerintah dapat secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kebijakan perusahaan. Misalnya dalam hal surat-surat perizinan. Pihak perusahaan juga hendaknya mampu membantu kebijakan pemerintah misalnya dengan penerimaan tenaga kerja missal.

2.8 Aspek-aspek studi kelayakan

Dalam melakukan studi kelayakan melalui tahap-tahap yang telah ditentukan, hendaknya dilakukan secara benar. Kemudian setiap tahapan memiliki berbagai aspek yang harus diteliti, diukur dan dinilai sesuai dengan ketentuan yang telah ditentukan. Berikut adalah aspek-aspek dalam studi kelayakan (Putra, 2013):

2.8.1 Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar menempati kedudukan utama dalam penelitian karena perhubungan dengan perebutan pembeli potensial dengan perusahaan lain. Aspek pasar bertujuan antara lain untuk mengetahui ukuran luasnya pasar, pertumbuhan permintaan, kondisi persaingan, siklus hidup produk dan *market share* dari produk yang bersangkutan. Karakteristik kelayakan aspek pasar adalah adanya *demand* dan *supply* terhadap produk atau jasa yang akan ditawarkan, kemudian adanya strategi untuk memasarkan produk dan jasa tersebut (Prasetya, 2014).

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal-timbal produk dan nilai dengan orang lain. Salah satu bagian penting dari pemasaran adalah keberanian dalam mengambil keputusan ketika keputusan tersebut diputuskan (Fahmi, 2014).

Pengkajian aspek pasar berfungsi menghubungkan manajemen suatu organisasi dengan pasar yang bersangkutan melalui informasi. Dengan perolehan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

informasi tersebut memungkinkan perusahaan lebih mengenal pasar terutama ketika diikuti dengan keputusan penciptaan produk dan pengenalan produk ke pasar. Dengan kata lain kebutuhan informasi yang terukur dapat tersediakan dan dampak lebih jauh keputusan yang dibuat jauh lebih kuat serta sistematis untuk jangka panjang. Ada istilah yang berlaku dikalangan pebisnis bahwa daripada seribu kali mendengar maka lebih baik datang dan melihat langsung apa yang sebenarnya terjadi. Artinya seorang pebisnis dididik untuk bisa memahami dan mengerti pasar langsung ke akar masalahnya yaitu langsung terjun ke pasar (Fahmi, 2014).

Adapun tujuan pemasaran suatu produk atau jasa secara umum adalah sebagai berikut (Kasmir, 2004):

1. Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan atau merangsang konsumen.
2. Memaksimumkan kepuasan konsumen
3. Memaksimumkan pilihan (ragam produk)
4. Memaksimumkan mutu hidup (kualitas, ketersediaan, harga pokok barang)
5. Meningkatkan penjualan dan jasa
6. Ingin menguasai pasar dan menghadapi pesaing
7. Memenuhi kebutuhan akan suatu produk maupun jasa
8. Memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk atau jasa.

Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dan ditelaah dalam aspek pemasaran adalah (Nurmalina, 2009 dalam Irfani, 2011):

1. Permintaan, baik secara total atau diperinci menurut daerah, jenis konsumen, perusahaan besar pemakai. Di sini juga perlu diperkirakan tentang proyeksi permintaan tersebut.
2. Penawaran, baik yang berasal dari dalam negeri, maupun yang berasal dari impor. Bagaimana perkembangannya di masa lalu dan bagaimana perkiraan di masa yang akan datang. Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran ini seperti jenis barang yang bisa menyaingi, kebijakan dari pemerintah dan sebagainya perlu diperhatikan.

3. Harga, dilakukan perbandingan dengan barang-barang impor dan produksi dalam negeri lainnya. Apakah ada kecenderungan perubahan harga dan bagaimana polanya.
4. Program pemasaran, mencakup strategi pemasaran yang akan dipergunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). Identifikasi siklus kehidupan produk (*product life cycle*), pada tahap apa produk akan dibuat.
5. Perkiraan penjualan yang bisa dicapai perusahaan, *market share* yang bisa dikuasai perusahaan.

Menurut (Kotler, 2004 dalam Irfani, 2011) mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses tempat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan orang lain. Dua sasaran pemasaran yang utama adalah menarik konsumen baru dengan menjanjikan nilai yang unggul dan mempertahankan konsumen saat ini dengan memberikan kepuasan. Sedangkan menurut (Umar, 2003 dalam Irfani, 2011) pemasaran adalah keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun yang potensial.

Menurut (Kotler, 2004 dalam Irfani, 2011) ada tiga langkah dalam proses mendesain strategi untuk melayani pelanggan secara lebih baik, yaitu:

1. Segmentasi Pasar (*Segmentation*)
Merupakan proses membagi pasar ke dalam kelompok pembeli yang berbeda-beda berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau perilakunya yang mungkin membutuhkan bauran produk atau bauran pemasaran yang terpisah. Konsumen dapat dikelompokkan dan dilayani dengan berbagai cara berdasarkan faktor geografis, demografis, psikografis dan perilaku.
2. Membedik Pasar (*Targeting*)
Meliputi mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen pasar dan memilih satu atau beberapa segmen yang akan dimasuki. Perusahaan harus membidik segmen dimana perusahaan dapat memberikan nilai yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terbesar bagi pelanggan dan mempertahankannya dalam jangka waktu yang cukup lama.

3. Penetapan Posisi di Pasar (*Positioning*)

Merupakan pengaturan agar suatu produk menempati tempat yang jelas, terbedakan dan diinginkan dalam benak konsumen sasaran dibandingkan dengan tempat produk pesaing.

Ada 4 konsep di dalam kegiatan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terkenal dengan sebutan 4P, adalah sebagai berikut (Fahmi, 2014):

1. Produk (*Product*)

Produk adalah barang dan jasa yang dikombinasikan oleh perusahaan yang akan disampaikan kepada target market. Produk yaitu produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan.

2. Harga (*Price*)

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan atau konsumen untuk memperoleh suatu produk. Harga adalah Sejumlah uang satuan (satuan moneter) atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.

3. Tempat (*Place*)

Tempat atau saluran distribusi termasuk aktifitas dari perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan sampai ke tangan konsumen. Saluran pemasaran atau saluran distribusi adalah Lembaga yang saling terkait untuk menjadikan produk atau jasa siap digunakan atau di konsumsi.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah aktifitas yang menyampingkan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya.

2.8.1.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau objek lain (Sugiyono, 2015).

Sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi harus betul-betul representatif atau mewakili (Sugiyono, 2015).

Pada penelitian ini masyarakat atau konsumen yang membeli produk martabak tidak diketahui dengan pasti sehingga untuk menghitung sampel minimum, teknik sampling yang digunakan adalah formula Lemeshow. Formula Lemeshow digunakan untuk populasi yang tidak diketahui (Gusri, 2016):

$$n = \frac{Z^2 \times P(1-P)}{d^2} \quad \dots(2.1)$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Skor z pada kepercayaan 90 % = 1,64

p = Maksimal estimasi = 0,5

d = Alpha (0.10) atau *sampling error* = 10%

Sehingga,

$$n = \frac{1,64^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{2,6896 \times 0,5 (0,5)}{0,01}$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = \frac{2,6896 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,6724}{0,01}$$

$$n = 67,24 \approx 68$$

Jadi, jumlah sampelnya adalah 68.

Teknik pengambilan data sampel ini biasanya didasarkan oleh pertimbangan tertentu, misalnya keterbatasan waktu, tenaga dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar dan jauh. Adapun cara dalam penentuan sampel, penulis menggunakan cara *purposive sampling*. Hal ini dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas srata, random, atay daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

2.8.1.2 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden Jawaban responden atas semua pertanyaan dalam kuesioner kemudian dicatat atau direkam Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang efisien bila peneliti mengetahui secara pasti data atau informasi apa yang dibutuhkan dan bagaimana variabel yang menyatakan informasi yang dibutuhkan tersebut diukur. Teknik yang digunakan kuisisioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan dapat bersifat terbuka, jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya, sedangkan bersifat tertutup jika alternatif-alternatif jawaban telah disediakan (Putra, 2013).

Dalam pembuatan kuisisioner, perlu diketahui bahwa kuisisioner disamping bertujuan untuk menampung data sesuai dengan kebutuhan, juga merupakan suatu kertas yang harus ditatalaksanakan secara baik. Emory (1995), mengatakan bahwa ada 4 komponen inti dari sebuah kuisisioner, keempat komponen itu adalah (Putra, 2013):

1. Adanya subjek, yaitu individu atau lembaga melaksanakan riset.
2. Adanya ajakan, yaitu permohonan dari periset kepada responden untuk turut serta mengisi secara aktif dan objektif pertanyaan maupun pertanyaan yang tersedia.
3. Adanya petunjuk pengisian kuisioner, dan petunjuk yang tersedia harus mudah dimengerti dan tidak biasa.
4. Adanya pertanyaan maupun pernyataan beserta tempat mengisi jawaban, baik secara tertutup, semi tertutup, atau terbuka. Dalam pembuatan pertanyaan jangan dilupakan isian untuk identifikasi responden.

2.8.1.3 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran itu mampu mengukur apa yang ingin diukur. Bila, seorang ingin mengukur berat suatu benda, maka dia harus menggunakan timbangan. Alat ini merupakan pengukuran yang valid bila dipakai untuk mengukur berat, karena timbangan memang mengukur berat. Bila panjang suatu benda yang ingin diukur, maka dia harus menggunakan meteran. Meteran adalah alat pengukuran yang valid bila digunakan untuk mengukur panjang, karena memang meteran mengukur panjang. Tetapi timbangan bukanlah alat pengukuran yang valid bila digunakan untuk mengukur panjang. Perhitungan manual uji validitas menggunakan rumus (Putra, 2013):

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}} \quad \dots (2.2)$$

Keterangan :

- r : Koefisien korelasi
- n : Jumlah data yang diambil (responden)
- $\sum X$: Jumlah skor X
- $\sum X^2$: Jumlah skor X yang dikuadratkan
- $\sum Y$: Jumlah skor Y
- $\sum Y^2$: Jumlah skor Y yang dikuadratkan
- $\sum XY$: Jumlah perkalian X dan Y

2.8.1.4 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Misalkan, seorang mengukur jarak dua buah bangunan dengan dua jenis alat pengukuran, yang pertama menggunakan meteran yang terbuat dari logam, sedangkan yang kedua dengan menggunakan jumlah langkah kaki. Setiap alat pengukuran digunakan sebanyak dua kali untuk mengukur jarak yang sama. Pengukuran tersebut akan berbeda. Pengukuran yang dilakukan dengan meteran yang terbuat dari logam secara relatif akan menunjukkan hasil yang sama antara pengukuran pertama dengan pengukuran yang kedua. Sedangkan pengukuran yang menggunakan langkah kaki, besar kemungkinan akan tidak sama karena besar langkah antara pengukuran pertama dengan yang kedua mungkin berlainan. Dari contoh diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa meteran adalah alat pengukuran yang reliabel, sedangkan langkah kaki adalah alat pengukuran yang kurang reliabel. Untuk menguji reliabilitas data secara manual dapat menggunakan rumus (Putra, 2013):

$$r = \left[\frac{m}{m-1} \right] \times \left[1 - \frac{JK_x}{JK_y} \right] \quad \dots (2.3)$$

Keterangan :

- r : Koefisien reliabilitas
- m : Banyaknya pertanyaan
- JK_x : Jumlah skor seluruh pertanyaan menurut responden
- JK_y : Jumlah skor menurut pertanyaan

2.8.1.5 Menentukan Skor Ideal

Menentukan skala pengukuran dari hasil kuesioner tersebut, maka tahap selanjutnya yang harus dilakukan adalah dengan menentukan skor ideal setiap pertanyaan yang diajukan kepada responden. Berikut merupakan kriteria interpretasi skor (Putra, 2013):

1. Angka 0% - 20% = Sangat Lemah
2. Angka 21% - 40% = Lemah

3. Angka 41% -60% = Cukup
4. Angka 61% -80% = Kuat
5. Angka 81%-100% = Sangat Kuat

2.8.1.6 Forecasting

Peramalan (*forecasting*) merupakan alat bantu yang penting dalam perencanaan yang efektif dan efisien khususnya dalam bidang ekonomi. Peramalan mempunyai peranan langsung pada peristiwa eksternal yang pada umumnya berada diluar kendali manajemen. Seperti ekonomi, sosial, politik, perubahan teknologi, budaya, pemerintah, pelanggan, pesaing dan lain sebagainya. Variabel-variabel tak bebas yang akan diramal tetap Y, namun sekarang variabel bebas x, bukan lagi waktu (Putri, 2017).

$$Y = a + bx \quad \dots(2.4)$$

Dimana :

- Y = Nilai variabel tak bebas
- a = Perpotongan sumbu Y
- b = Kelandaian garis regresi
- x = Variabel bebas

2.8.2 Aspek Hukum

Aspek hukum mempelajari tentang bentuk badan usaha yang akan digunakan (dikaitkan dengan kekuatan hukum dan konsekuensinya) dan mempelajari jaminan-jaminan yang bisa disediakan bila akan menggunakan sumber dana yang berupa pinjaman, berbagai akta, sertifikat dan izin. Selain itu aspek hukum mempermudah dan memperlancar kegiatan bisnis pada saat menjalin jaringan kerjasama (*networking*) dengan pihak lain (Irfani, 2011).

Aspek hukum mengkaji ketentuan hukum yang harus dipenuhi sebelum menjalankan usaha. Ketentuan hukum untuk setiap jenis usaha berbeda-beda, tergantung pada kompleksitas bisnis tersebut. Adanya otonomi daerah menyebabkan ketentuan hukum dan perizinan antara daerah yang satu dengan daerah yang lain berbeda-beda. Oleh karena itu, pemahaman mengenai ketentuan

hukum dan perizinan investasi untuk setiap daerah merupakan hal yang sangat penting untuk melakukan analisis kelayakan aspek hukum (Suliyanto, 2010).

Tujuan dari aspek hukum adalah untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan, dan keaslian dari dokumen-dokumen yang dimiliki. Suatu usaha dikatakan *legal* jika telah mendapatkan izin usaha dari pemerintah daerah setempat melalui instansi atau lembaga atau departemen atau dinas terkait. Kegiatan usaha dimana pun selalu memerlukan dokumen penunjang usaha beserta izin-izin yang diperlukan sebelum menjalankan usahanya (Afandi, 2010).

Kegiatan bisnis tidak dapat dilepaskan dari bentuk badan usaha dan perizinan yang diperlukan untuk menjalankan usaha. Bentuk badan usaha yang dipilih tergantung pada modal yang dibutuhkan dan jumlah pemilik. Pemilihan badan usaha didasarkan oleh beberapa pertimbangan sebagai berikut (Suliyanto, 2010):

1. Besarnya modal yang diperlukan untuk menjalankan bisnis
2. Tingkat kemampuan dan tanggung jawab hukum dan keuangan
3. Bidang industri yang dijalankan
4. Persyaratan perundang-undangan yang berlaku

Perusahaan Perseorangan merupakan bentuk badan usaha tanpa ada pembedaan pemilikan antara hak milik pribadi dengan hak milik perusahaan (Indriyo, 2005 dalam Suliyanto, 2010). Sedangkan menurut (Swasta, 2002 dalam Suliyanto, 2010)) perusahaan perseorangan adalah salah satu bentuk usaha yang dimiliki oleh seseorang dan ia bertanggung jawab sepenuhnya terhadap semua resiko dan kegiatan perusahaan. Dengan tidak adanya pemisahan pemilikan antara hak milik pribadi juga merupakan kekayaan perusahaan, yang setiap saat harus menanggung utang-utang perusahaan. Kelebihan dan kekurangannya sebagai berikut:

Tabel 2.1 Kelebihan dan Kekurangan Perusahaan Perseorangan

No	Kelebihan	Kekurangan
1	Memiliki kebebasan dalam bergerak	Mengandung tanggung jawab hukum dan keuangan yang tak terbatas
2	Pajak rendah karena pemerintah tidak memungut pajak perusahaan, tetapi hanya kepada pemilik	Keterbatasan kemampuan keuangan
3	Penguasaan sepenuhnya terhadap keuntungan yang diperoleh	Keterbatasan kemampuan manajerial
4	Rahasia perusahaan terjamin	Kontinuitas kerja karyawan terbatas
5	Motivasi usaha yang tinggi	
6	Proses pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan cepat	
7	Penanganan aspek hukum yang minimal	

(Sumber: Suliyanto, 2010)

2.8.3 Aspek Teknis

Jika analisis pasar dan pemasaran menunjukkan sebuah ide bisnis layak untuk dijalankan maka langkah berikutnya adalah menjawab pertanyaan apakah bisnis tersebut secara teknis dapat dijalankan atau tidak. Meskipun berdasarkan aspek pasar dan pemasaran suatu bisnis layak dijalankan, tetapi jika secara teknis tidak dapat dijalankan dengan baik maka investasi sebaiknya ditunda lebih dahulu. Hal ini disebabkan bisnis sering kali mengalami kegagalan karena tidak mampu menghadapi masalah-masalah teknis (Suliyanto, 2010).

Aspek teknis atau operasi juga dikenal sebagai aspek produksi. Penilaian kelayakan terhadap aspek ini sangat penting dilakukan sebelum perusahaan dijalankan. Penentuan kelayakan teknis atau operasi perusahaan menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan teknis atau operasi, sehingga apabila tidak dianalisis dengan baik, maka akan berakibat fatal bagi perusahaan dalam perjalanannya dikemudian hari (Kasmir, 2004).

Tujuan aspek teknis ialah sebagai berikut (Afandi, 2010):

1. Agar perusahaan dapat menentukan lokasi yang tepat, baik untuk lokasi pabrik, gudang, cabang, maupun kantor pusat.
2. Agar perusahaan bisa menentukan *layout* yang sesuai dengan proses produksi yang dipilih, sehingga dapat memberikan efisiensi.

3. Agar perusahaan bisa menentukan teknologi yang paling tepat dalam menjalankan produksinya.
4. Agar perusahaan dapat menentukan metode persediaan yang paling baik untuk dijalankan sesuai dengan bidang usahanya.
5. Agar perusahaan bisa menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan sekarang dan di masa yang akan datang.

2.8.4 Aspek Keuangan

Tujuan menganalisis aspek keuangan dari suatu studi kelayakan bisnis adalah untuk menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan, dengan membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan, seperti ketersediaan dana, biaya modal, kemampuan bisnis untuk membayar kembali dana tersebut dalam waktu yang telah ditentukan dan menilai apakah bisnis akan dapat berkembang terus (Umar, 2003 dalam Irfani, 2011).

Dalam pengkajian aspek keuangan diperhitungkan berapa jumlah dana yang dibutuhkan untuk membangun dan kemudian mengoperasikan kegiatan bisnis. Dana untuk membangun usaha disebut dana modal tetap yang dipergunakan untuk membiayai kegiatan pra-investasi, pengadaan tanah, gedung, mesin, peralatan dan biaya lain yang bersangkutan dengan pembangunan bisnis. Sedangkan dana yang dibutuhkan untuk memutar roda operasi bisnis setelah selesai dibangun disebut dana modal kerja (Nurmalina, 2009 dalam Irfani, 2011).

Dalam analisis finansial dilakukan perhitungan dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana gagasan usaha yang direncanakan dapat memberikan manfaat (*benefit*). Hasil perhitungan analisis finansial merupakan indikator dari modal yang diinvestasikan, yaitu perbandingan antara total benefit yang diterima dengan total biaya yang dikeluarkan dalam bentuk *present value* selama umur ekonomi proyek. Beberapa hal yang akan dianalisis pada aspek finansial yaitu: analisis investasi, *income statement* (laporan keuangan), *cashflow* (arus kas) dan metode evaluasi investasi (*payback periode*, *net present value* dan *internal rate of return*) (Aditya, 2014).

2.8.4.1 Biaya Kebutuhan Investasi

Investasi merupakan penanaman modal dalam suatu kegiatan yang memiliki jangka waktu relatif panjang dalam berbagai bidang usaha. Sedangkan menurut (William, 1995 dalam Putra, 2013) investasi adalah mengorbankan dolar sekarang untuk dolar dimasa yang akan datang, dari pengertian ini terkandung 2 (dua) atribut penting dalam investasi yakni adanya resiko dan tenggang waktu.

Mengorbankan uang atau dolar artinya menanamkan sejumlah dana (uang) dalam suatu usaha saat sekarang atau saat investasi dimulai, kemudian mengharapkan pengembalian investasi disertai dengan tingkat keuntungan yang diharapkan dimasa yang akan datang (dalam waktu tertentu) (Putra, 2013).

Komponen yang terkandung dalam dalam biaya kebutuhan investasi biasanya disesuaikan dengan jenis usaha yang akan dijalankan. Secara garis besar biaya kebutuhan investasi meliputi biaya pra-investasi, biaya aktiva tetap dan biaya operasi (biaya modal kerja). Biaya pra-investasi merupakan biaya yang akan dikeluarkan perusahaan dalam rangka membuat usaha baru, baik dalam hal aktiva tetap atau biaya modal kerja. Biaya yang dikeluarkan untuk aktiva tetap meliputi pembelian tanah, pendirian bangunan atau gedung pabrik, pembelian mesin-mesin dan kendaraan. Biaya operasi (biaya modal kerja) adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya pemeliharaan dan biaya-biaya lainnya (Putra, 2013).

2.8.4.2 Arus Kas (*Cash Flow*)

Cash flow merupakan arus kas atau aliran kas yang ada diperusahaan dalam periode tertentu. *Cash flow* menggambarkan tentang berapa uang yang masuk keperusahaan dan jenis-jenis pemasukan tersebut. *Cash flow* juga menggambarkan berapa uang yang keluar serta jenis-jenis biaya yang dikeluarkan (Kasmir, 2004).

Uang masuk dapat berupa pinjaman dari lembaga keuangan atau hibah dari pihak tertentu. Uang masuk juga dapat diperoleh dari penghasilan atau pendapatan yang diperoleh dari yang berhubungan langsung dengan usaha yang

dijalankan seperti penjualan. Uang masuk dapat pula dari pendapatan yang lainnya yang bukan dari usaha utama (Kasmir, 2004).

Uang keluar merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan perusahaan dalam suatu periode baik yang langsung berhubungan dengan usaha yang dijalankan maupun yang tidak ada hubungan sama sekali dengan usaha utama. Misalnya pembayaran cicilan hutang dan bunga pinjaman, biaya produksi, biaya tenaga kerja dan biaya pemasaran (Kasmir, 2004).

Estimasi pendapatan dan biaya merupakan perkiraan berapa pendapatan dan biaya yang akan diperoleh dan berapa besar biaya yang harus dikeluarkan dalam suatu periode. Kemudian jenis-jenis pendapatan dan biaya apa saja yang dikeluarkan serta berapa besar pendapatan yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan tiap pos. Pada akhirnya *cash flow* akan terlihat kas akhir yang diterima perusahaan (Kasmir, 2004).

Jadi kas adalah jumlah uang yang masuk dan keluar dalam suatu perusahaan mulai dari investasi dilakukan sampai dengan berakhirnya investasi tersebut. Dalam hal ini, bagi investor yang terpenting adalah berapa kas bersih yang diterima dari uang yang diinvestasikan di suatu usaha. Pentingnya kas akhir bagi investor jika dibandingkan dengan laba yang diterima perusahaan dikarenakan (Kasmir, 2004):

1. Kas diperlukan untuk memenuhi kebutuhan uang tunai sehari-hari.
2. Kas digunakan untuk membayar berbagai kewajiban yang jatuh tempo.
3. Kas juga digunakan untuk melakukan investasi kembali.

Jenis-jenis *cash flow* yang dikaitkan dengan suatu usaha terdiri dari :

1. *Initial cash flow* atau kas awal yang merupakan pengeluaran-pengeluaran pada awal periode untuk investasi, misalnya biaya prainvestasi, pembelian tanah, gedung, mesin, peralatan dan modal kerja.
2. *Operasional cash flow* merupakan kas yang diterima atau dikeluarkan pada saat operasi usaha seperti: penghasilan yang diterima dan pengeluaran yang dikeluarkan pada suatu periode.
3. *Terminal cash flow* merupakan uang kas yang diterima pada saat usaha tersebut berakhir.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.8.4.3 Kriteria Penilaian Investasi

Ada beberapa kriteria untuk menentukan apakah suatu usaha layak atau tidak dijalankan ditinjau dari aspek keuangan. Kriteria ini sangat tergantung dari kebutuhan masing-masing perusahaan dan metode mana yang akan digunakan. Setiap metode memiliki kelebihan dan kelemahannya masing-masing. Dalam penilaian suatu usaha hendaknya penilai menggunakan beberapa metode sekaligus. Artinya, semakin banyak metode yang digunakan, maka akan semakin memberikan gambaran yang lengkap sehingga diharapkan memberikan hasil yang akan diperoleh menjadi lebih sempurna. Sedangkan metode penilaian yang akan digunakan adalah sebagai berikut (Kasmir, 2004):

1. *Payback Period (PP)*

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

$$PP = n + \left(\frac{a - b}{c - b} \right) \cdot 12 \quad \dots(2.5)$$

Dimana :

n = tahun terakhir dimana kas bersih belum bisa menutupi biaya investasi

a = jumlah investasi

b = jumlah kumulatif kas bersih pada tahun ke-n

c = jumlah kumulatif kas bersih pada tahun ke- n +1

Untuk menilai apakah usaha layak diterima atau tidak dari segi *PP*, maka hasil perhitungan tersebut harus sebagai berikut:

- a. *PP* sekarang lebih kecil dari umur investasi
- b. Dengan membandingkan industri unit usaha sejenis
- c. Sesuai dengan target perusahaan

Kelemahan metode ini sebagai berikut:

- a. Mengabaikan *time value of maney* (nilai uang dari waktu)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Tidak mengabaikan arus kas yang terjadi setelah masa pengembalian
2. *Net Present Value (NPV)*

Net Present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang menurut (Kasmir dan Jakfar, 2010) merupakan perbandingan antara *Present Value (PV)* kas bersih (*PV* dari proses) dengan *PV* investasi (*capital outlays*/modal yang dikeluarkan) selama umur investasi. Selisih antara nilai kedua *PV* tersebut yang kita kenal dengan *Net Present Value (NPV)*. Cara 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 yang biasa digunakan dalam menghitung *NPV* adalah sebagai berikut (Kasmir, 2004):

$$NPV = \frac{\text{Kas Bersih 1}}{(1+r)} + \frac{\text{Kas Bersih 2}}{(1+r)^2} + \dots + \frac{\text{Kas Bersih N}}{(1+r)^n} - \text{Investasi... (2.6)}$$

Dimana :

r = Tingkat bunga pengembalian

N = Tahun

Dengan ketentuan :

Jika *NPV* positif, maka investasi diterima,

Jika *NPV* negatif, sebaiknya investasi ditolak.

3. *Internal Rate Of Return (IRR)*

Internal Rate Of Return (IRR) merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern. Adapun cara yang digunakan untuk mencari *IRR*, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$IRR = i_1 + \left(\frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \right) \cdot (i_2 - i_1) \dots(2.7)$$

Dimana:

i_1 = Tingkat bunga 1

i_2 = Tingkat bunga 2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jika perhitungan dengan cara *trial and error*, maka *IRR* dapat dicari dengan cara mencari *NPV* positif dan *NPV* negatif terlebih dahulu sampai diperoleh dengan menggunakan tingkat suku bunga tertentu.

Kesimpulan :

Jika *IRR* lebih besar ($>$) dari bunga pinjaman maka diterima.

Jika *IRR* lebih kecil ($<$) dari bunga pinjaman maka ditolak.

2.8.5 Aspek Lingkungan

Lingkungan merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk ditelaah sebelum suatu investasi atau usaha dijalankan. Sudah tentu telaah yang dilakukan untuk mengetahui dampak yang ditimbulkan jika suatu investasi jadi dilakukan, baik dampak negatif maupun yang berdampak positif. Dampak yang timbul ada yang langsung memengaruhi pada saat kegiatan usaha atau proyek dilakukan sekarang atau baru terlihat beberapa waktu kemudian dimasa 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. Aspek ini bertujuan untuk menentukan apakah layak atau tidak bisnis tersebut dilihat dari lingkungan sekitar, baik terhadap darat, air, dan udara yang pada akhirnya berdampak terhadap kehidupan manusia, binatang, dan tumbuh – tumbuhan yang ada disekitarnya (Kasmir, 2004).

Analisis aspek lingkungan tidak hanya membahas tentang kesesuaian lingkungan dengan bisnis yang akan dijalankan, tetapi juga membahas tentang dampak bisnis terhadap lingkungan serta penagruh perubahan lingkungan yang akan datang terhadap bisnis. Oleh karena itu, analisis pada aspek lingkungan memerlukan kemampuan analisis yang lebih komprehensif. Analisis kesesuaian lingkungan bertujuan untuk menganalisis apakah kondisi lingkungan mendukung untuk menjalankan suatu ide bisnis atau tidak, sedangkan analisis dampak bisnis bertujuan untuk menganalisis apakah bisnis tersebut akan memberikan dampak positif yang lebih besar dibandingkan dengan dampak negatifnya atau tidak.

Selain itu, analisis lingkungan juga menganalisis tingkat kemampuan perusahaan dalam mengantisipasi dan meminimalkan dampak negatif yang mungkin muncul (Suliyanto, 2010).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

