



Pengertian

Studi kelayakan bisnis adalah kajian tentang berhasil tidaknya suatu bisnis dilaksanakan dengan menguntungkan secara terus menerus.

Pihak yang Berkepentingan

- *Pelaku bisnis dan investor*

Berorientasi profit dan menambah kekayaan pemilik modal

- *Kreditur*

Adanya keamanan dari dana yang disalurkan

- *Pemerintah*

Perluasa kesempatan kerja, penghematan devisa, pendapatan masyarakat

- *Masyarakat*

Akibat positif bagi kehidupan masyarakat

Aspek-aspek dalam Studi Kelayakan

Beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan studi kelayakan adalah:

1. Aspek Pasar
2. Aspek Teknis
3. Aspek Lingkungan Bisnis
4. Aspek Manajemen
5. Aspek Legal
6. Aspek Keuangan



Yang berkaitan dengan aspek teknis adalah:

1. Aspek teknis utama

a. Lokasi

b. Materi

c. Transport

d. Listrik

e. Mesin/peralatan

f. Skala produksi

2. Aspek teknis pendukung

a. Lingkungan lokasi

b. Kemungkinan pengembangan

c. Lingkungan masyarakat

d. Dampak teknologi

Aspek Lingkungan Bisnis

Dalam lingkungan bisnis terdapat lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

a. Lingkungan Internal

Pada lingkungan internal terdapat:

1. Sumber daya;

a. Tangible: sumber daya keuangan dan sumber daya fisik dan organisasi

b. Intangible: teknologi, inovasi dan reputasi

c. Sumber daya manusia

2. Kapabilitas;

a. Pendekatan fungsional: keuangan & akuntansi, pemasaran, penjualan & distribusi, SDM, operasi dll

b. Pendekatan value chain;

i. Aktivitas utama berkaitan dengan penciptaan fisik produk, penjualan, pengiriman dan pelayanan purna jual

3. Kompetensi inti

b. Lingkungan Eksternal

Pada lingkungan eksternal terdapat:

1. Pendatang Baru
2. Pembeli
3. Pemasok
4. Pesaing
5. Produk Pengganti
6. Kebijakan
7. Sosial budaya

Aspek Pasar dan Pemasaran

Dalam aspek ini beberapa hal yang diperhatikan adalah:

- Pasar dan jenis (pasar konsumen, industri, reseller)
- Analisis penawaran dan permintaan produk
- Tren perkembangan permintaan produk

Dalam pemasaran dikenal segmenting, targeting dan positioning:

Segmentasi

Penerapan segmentasi mempunyai syarat measurability, accessability, substantiability dan dibagi berdasarkan:

- Geografis

- Demografis

- Sosiologis

- Psikografis

Targeting

Ukuran dan pertumbuhan segmen, kemenarikan struktur segmen (profitable), dan sasaran dan sumber daya yang dimiliki

Alternatif pasar sasaran:

- undifferentiated marketing (produk tunggal)

- differentiated marketing (produk berbeda untuk pasar berbeda)

- concentrated marketing (pembeli tertentu)

Positioning

Melakukan identifikasi keunggulan kompetitif yaitu diferensiasi produk, diferensiasi jasa, diferensiasi personal, diferensiasi citra.



Aspek Manajemen

Jenis Pekerjaan terdiri dari:

- identifikasi pekerjaan
- ringkasan pekerjaan

Struktur organisasi dengan perincian:

- pembagian kerja

 - hubungan manajer dengan bawahan

 - pengelompokan bagian kerja

 - tingkatan manajer
-

Aspek Legal

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam aspek legal ini adalah:

1. Pelaku bisnis

2. Bisnis yang dijalankan

3. Lokasi dan waktu pelaksanaan

4. Perijinan usaha dan ijin lainnya

5. Dukungan pemerintah dan masyarakat setempat

Aspek Finansial

Aspek finansial berkaitan dengan keuangan antara lain:

1. Modal;

a. Biaya investasi

b. Modal kerja

2. Sumber pendanaan

a. Ekuitas

b. Hutang

3. Skema pembayaran pendanaan;

a. Pemenuhan langsung

b. Pemenuhan bertahap

4. Penjualan

5. Biaya-biaya

6. Proyeksi;

a. Proyeksi neraca

b. Proyeksi cash flow

7. Kriteria investasi;

a. IRR

b. NPV

c. Payback period

8. Analisa sensitivitas