

TECHNOPRENEURSHIP

5. BUSINESS FEASIBILITY

LECTURER : RAMBU YETTI KALAWAY

Kelayakan Bisnis

- Kelayakan Bisnis adalah penelitian tentang dapat atau tidaknya suatu usaha bisnis dilaksanakan dengan berhasil dengan pertimbangan mendapatkan manfaat finansial (arti sempit)
- Kelayakan Bisnis adalah penelitian tentang berhasil tidaknya proyek investasi dilaksanakan secara baik (penyerapam tenaga kerja, pemanfaatan eksese sumber daya, penghematan devisa dan peluang usaha)
- Investasi (*Capital Expenditure*) memiliki arti penting mengingat :
 - Mempunyai konsekuensi jangka panjang
 - Umumnya menyangkut jumlah yang besar
 - Komitmen tidak mudah diubah

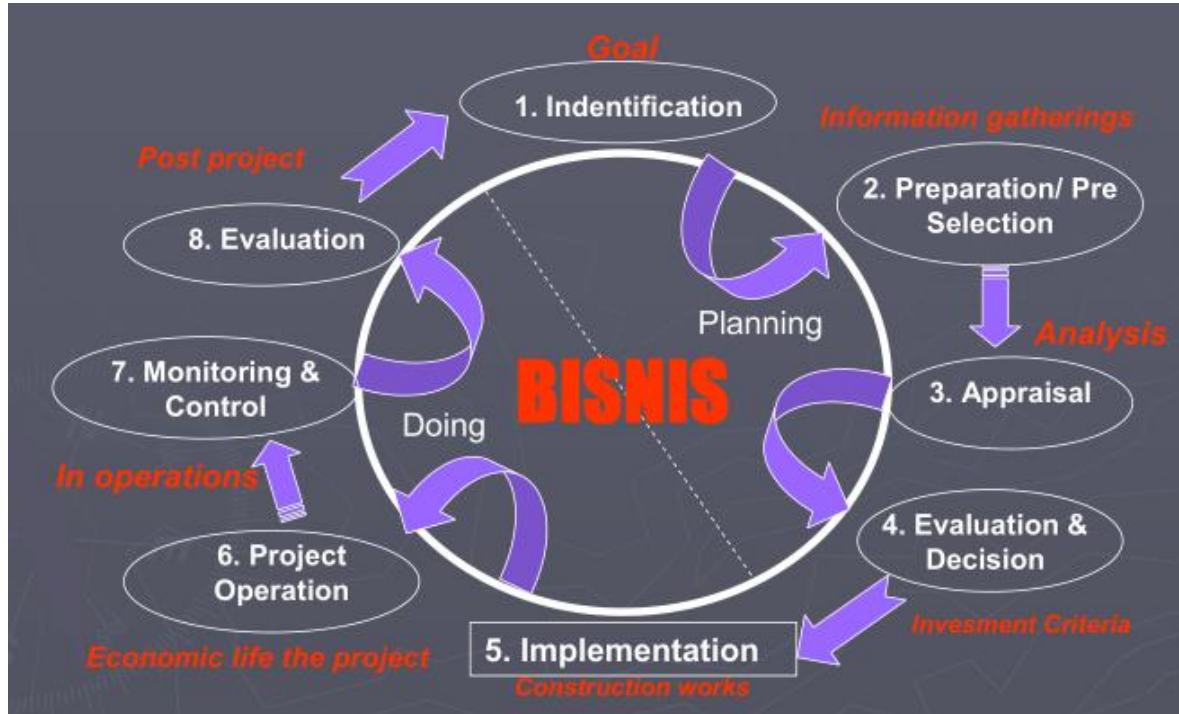
Kelayakan Bisnis

- Manfaat :
 - Manfaat Finansial
 - Manfaat Ekonomi Nasional
 - Manfaat Sosial
- SKB dilakukan tergantung dari faktor berikut :
 - Besar kecilnya dana investasi
 - *Business uncertainty*
 - Kompleksitas variabel yang berpengaruh

Tujuan Kelayakan Bisnis

- Bahan pertimbangan pengambilan keputusan menerima atau menolak suatu keputusan investasi (*feasible / not feasible*).

Business Project Cycle



Sumber : Ruvendi (2013)

Business Project Cycle

Identifikasi Proyek Bisnis

Lahirnya Ide Proyek :

1. Market base business project
2. Resources base business project
3. Policy business project

Orientasi : regional, nasional, global

Tahap Persiapan dan Analisis :

Pengumpulan data pasar dan pemasaran, lingkungan industri, teknis dan teknologis, manajemen dan organisasi, hukum dan keuangan

Tahap Penilaian – Appraisal :

Perizinan pendirian
Sumber pembiayaan
Pengelola

Tahap Implementasi :

- Pra konstruksi
- Masa Konstruksi
- Pra Operasi
- Masa Operasi
- Tahap Evaluasi
- Monitoring (*on going project evaluation*)
- Evaluasi Kinerja (*Evaluation Post Project*)

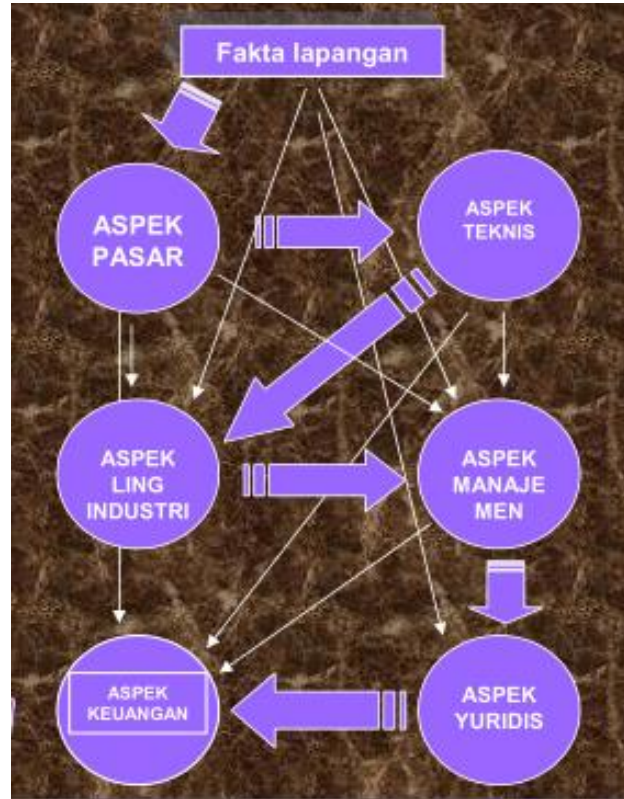
Pihak Yang Berkepentingan

- Pihak Pelaku Bisnis dan Investor : berorientasi profit dan menambah kekayaan pemilik modal
- Pihak Kreditor : adanya keamanan dari dana yang disalurkan (terjaminnya pokok pinjaman dan bunganya)
- Pihak Manajemen Perusahaan

Pihak Yang Berkepentingan

- Pihak Pemerintah dan Masyarakat : perluasan kesempatan kerja, penghematan devisa, pendapatan masyarakat
- Tujuan pembangunan ekonomi : berakibat positif bagi kehidupan masyarakat

Langkah Studi Kelayakan



Sumber : Ruvendi (2013)

Aspek-aspek Kelayakan Bisnis

- Pasar Konsumen dan Produsen
- Pemasaran
- Teknik dan teknologi
- Manajemen
- Sumber Daya Manusia
- Sumber Daya Alam
- Keuangan

Aspek-aspek Kelayakan Bisnis

- Politik, Ekonomi dan Sosial
- Lingkungan Industri
- Yuridis (legal) & Etika
- Lingkungan hidup
- Resiko Bisnis

Aspek Pasar

- Pasar dan Jenis pasar (pasar industri, konsumen, *reseller*)
- Berapa besar luas pasar
- Mengukur dan meramal Permintaan dan Penawaran

Aspek Pasar

- Pertumbuhan permintaan (trend dan proyeksi)
 - Teknik Peramalan Penjualan :
 - - Judgmental Method
 - - Analisis trend (linear, non linear, regresi, korelasi)
 - - Specific purpose method (analisis industri, product line, analisis penggunaan produk akhir)

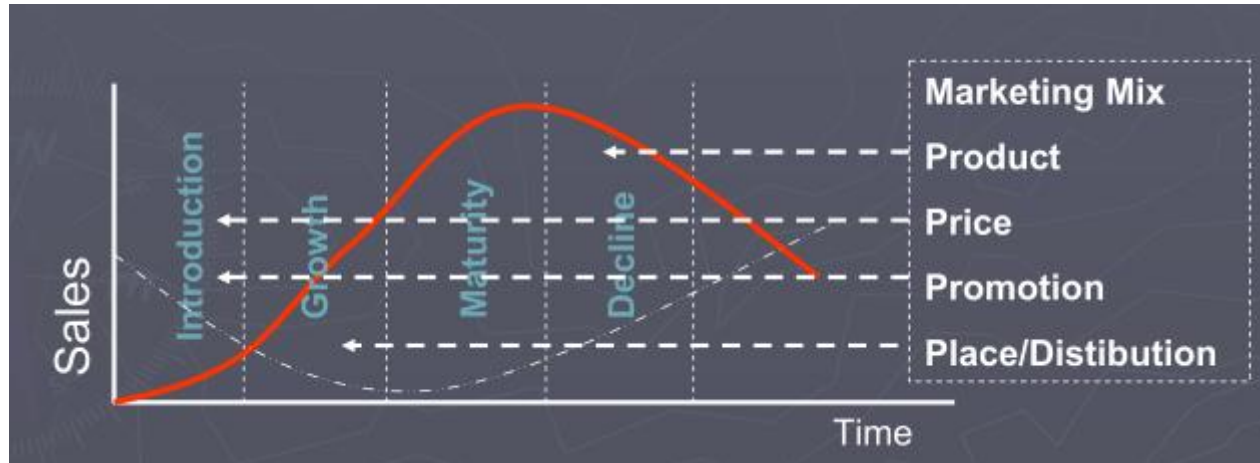
Aspek Pasar

- Persaingan antar produsen
- Siklus hidup produk
- Ketergantungan usaha terhadap produsen, konsumen, sumber daya alam

Aspek Pasar

- Market Space dan Market Share
 - Market Space : akses permintaan dari penawaran
 - Market Share : bagian pasar yang dikuasai oleh perusahaan (penjualan perusahaan dibagi dengan penjualan industri)

Daur hidup Produk (*Product Life Cycle*) :



Aspek Pemasaran

- Segmenting, Targeting, Positioning
 - **Dasar-dasar segmentasi :**
 - Geografis : daerah sejuk, panas, pantai dll
 - Demografis : umur, jenis kelamin , agama, pendidikan, kepadatan, penghasilan,dll. .
 - Sosiologis : kelompok budaya, kelas sosial, dsb. .
 - Psikografis : kepribadian, sikap, manfaat produk, dsb

 - **Syarat Segmentasi :** measurability, accessibility, substantiability

Aspek Pemasaran

- Segmenting, Targeting, Positioning
 - **Targeting:**
 - Ukuran dan pertumbuhan segmen, kemenarikan struktur segmen (profitable), dan sasaran & sumber daya yang dimiliki. .
 - Alternatif pasar sasaran : undifferentiated marketing (produk tunggal), differentiated marketing (produk berbeda untuk pasar berbeda), concentrated marketing (pada pembeli tertentu.).

Aspek Pemasaran

- Segmenting, Targeting, Positioning
 - **Positioning:**
 - Identifikasi keunggulan kompetitif (differensiasi) : Diferensiasi produk, Diferensiasi jasa, Diferensiasi personel, Diferensiasi citra.
 - Memilih keunggulan kompetitif:
 - Berapa banyak perbedaan dipromosikan
 - Perbedaan mana yang dipromosikan
 - Mewujudkan n dan mengkomunikasikan. .

Aspek Pemasaran

- Sikap, perilaku, dan kepuasan konsumen
- Strategi, kebijakan, dan program pemasaran
- Bauran Pemasaran (4P : *Product, Price, Place, Promotion*)

Aspek Pemasaran

Strategi Marketing Mix = 4P

I.Strategi Produk :

- Logo dan Moto (memiliki arti, menarik, mudah diingat)
- Menciptakan Merk (mudah diingat, kesan modern, memiliki arti, dan menarik)
- Kemasan (kualitas, bentuk, warna dan persyaratan lainnya)
- Label (pembuat, dimana dibuat, cara penggunaan, masa kadaluarsa, dll

II.Strategi Harga

Tujuan : bertahan hidup, laba maksimal , market share, pesaing. .

Metoda penetapan harga :

1. Diskriminasi harga (menurut pelanggan, bentuk produk, tempat, waktu).
2. Harga produk baru (Market skimming pricing, market penetration pricing)

Aspek Pemasaran

III. Place (Distribution)

Faktor yang berpengaruh :

Pasar/pelanggan, karakteristik produk, pertimbangan pengendalian

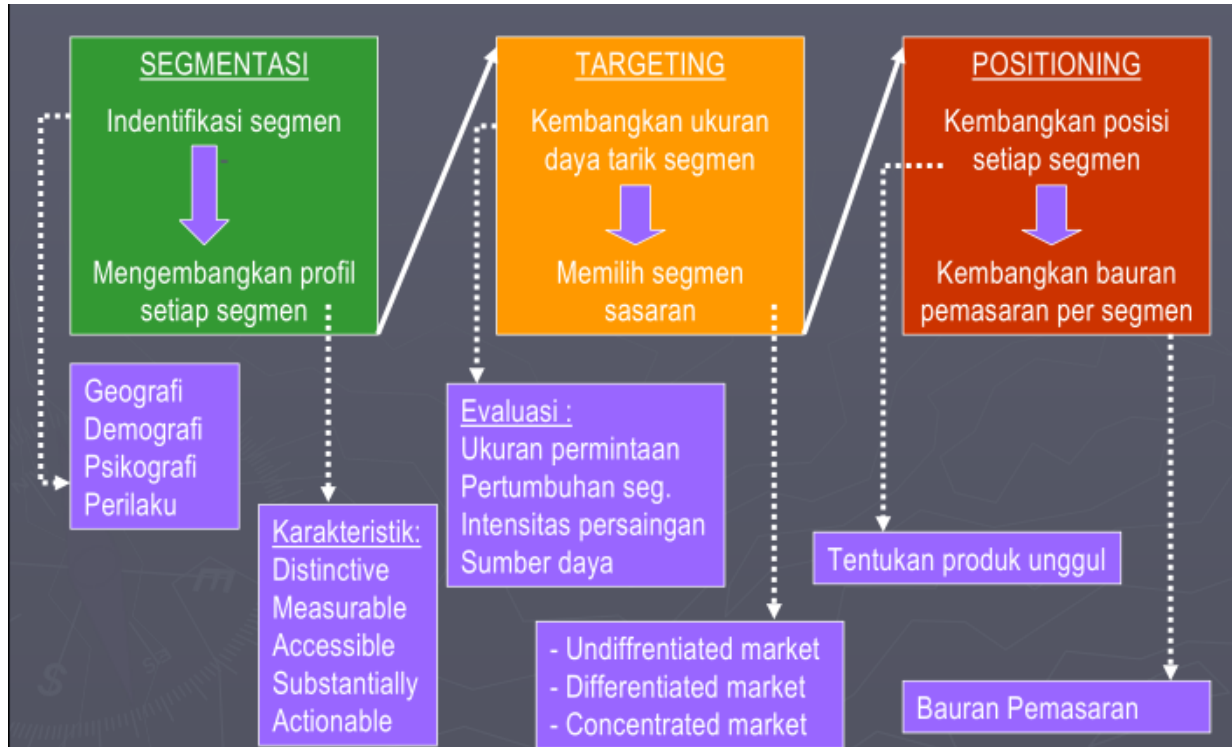
Jenis Distribusi : Distribusi intensif, eksklusif, dan selektif

IV. Strategi Promosi (promotional mix) :

Advertensi , sales promotion, public relation, personal selling.

Aspek Pemasaran

Segmenting, Targeting, Positioning



Aspek Teknis dan Teknologi

- Pemilihan Strategi Produksi
- Pemilihan dan Perencanaan Produk yang akan diproduksi
- Rencana Kualitas

Aspek Teknis dan Teknologi

- Pemilihan Teknologi
 - a. Jenis teknologi,
 - b. Sesuai persyaratan,
 - c. Tenaga ahli,
 - d. Bahan baku dan bahan pembantu,
 - e. Dana yang tersedia,
 - f. Informasi keberhasilan teknologi
- Rencana Kapasitas produksi
- Manajemen persediaan

Aspek Teknis dan Teknologi

- Jenis teknologi
- Pengawasan kualitas produk
- Peralatan dan mesin

Metoda penentuan luas produksi :

- a. Marginal cost
- b. Break Event Point
- c. Linear Programming

Aspek Teknis dan Teknologi

- Lokasi pabrik
 - a. **Utama** (bahan baku, pemasaran, listrik dan air, tenaga kerja, transportasi)
 - b. **Pendukung** (rencana masa depan, perluasan, fasilitas layanan, keuangan, perumahan, harga tanah, peraturan daerah, sikap masyarakat, iklim lingkungan dll)

Metoda Penilaian lokasi :

- Kualitatif alternatif lokasi
- Perbandingan biaya
- Metoda transportasi

Aspek Teknis dan Teknologi

- Layout pabrik
- Perkembangan teknologi

Aspek SDM

- Perencanaan SDM
- Analisis Pekerjaan
- Rekrutmen, Seleksi, dan Orientasi
- Produktivitas
- Pelatihan dan Pengembangan

Aspek SDM

- Prestasi kerja
- Keahlian yang disyaratkan
- Pola gaji/ upah (kompensasi)
- Perencanaan karier
- Keselamatan dan Kesehatan kerja
- Pemberhentian

Aspek Manajemen

- Bentuk badan usaha
- Rencana Kerja
- Struktur Organisasi
- Koordinasi, implementasi, dan *controlling*

Aspek Keuangan

- Jumlah dana yang dibutuhkan
- Struktur pembiayaan (sumber)
- Pemilihan investasi
 - Beli
 - Sewa
 - Kerjasama
- IRR, NPV, Payback Period vs *Interest Rate*

Aspek Persaingan dan Lingkungan Eksternal Lainnya

- Yuridis formal
- Sistem birokrasi
- Iklim politik
- Situasi perekonomian
- Sistem nilai

Aspek Persaingan dan Lingkungan Eksternal Lainnya

- Etika bisnis
- Lingkungan hidup
- Perkembangan teknologi
- Situasi persaingan bisnis

Tujuan Akhir Kelayakan Bisnis

- Menilai apakah “sesuatu” dapat layak dikerjakan (feasible) atau tidak, dari berbagai aspek dan kepentingan
- Hal ini tergantung dari pola pikir pembuat
 - Optimis vs Pesimis
 - Keberpihakan
 - Tekanan Politis
 - *Educational Background*
 - *Working Experience*

Tujuan Akhir Kelayakan Bisnis

- Yakinkan kita bahwa “usaha” Anda layak untuk dilakukan.
- Yakinkan diri Anda sendiri, bahwa “usaha” Anda layak untuk dikerjakan.

TERIMA KASIH

Referensi

Ruvendi, Ramlan.2013. Studi Kelayakan Bisnis : Pendekatan Praktis. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Binaniaga

Subagyo, Ahmad.2013. Studi Kelayakan : Teori dan Aplikasi. Jakarta: Elex Media Komputindo

Umar, Husein.2013. Studi Kelayakan Bisnis – Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif Edisi 2. Jakarta: Elex Media Komputindo

