

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

Teori Besar (*Grand Theory*) pada penelitian ini adalah membahas tentang studi kelayakan bisnis untuk mengetahui layak atau tidaknya usaha tersebut dijalankan. Menurut Husein Umar, Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat dioprasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan, misalnya rencana peluncuran produk baru.²⁷

Menurut Rusdiana, di kutip dari Dadang Husen Sobana, Studi kelayakan bisnis atau usaha adalah kegiatan yang mempelajari secara mendalam atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layaktidaknya usaha tersebut dijalankan.

Studi kelayakan usaha atau disebut juga analisis proyek bisnis adalah penelitian tentang layak atau tidaknya suatu bisnis dilaksanakan dengan menguntungkan secara terus-menerus. Studi ini membahas berbagai konsep dasar yang berkaitan dengan keputusan dan proses pemilihan proyek bisnis agar memberikan manfaat ekonomis dan sosial sepanjang waktu. Dalam studi

²⁷ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi-3...*, hlm. 8.

ini, pertimbangan ekonomis dan teknis sangat penting karena akan dijadikan dasar implementasi kegiatan usaha.²⁸

Jadi studi kelayakan bisnis adalah kegiatan menganalisis layak atau tidak usaha tersebut dijalankan, agar mendapatkan keuntungan dalam jangka waktu yang akan datang dan juga dapat meminimalisir resiko usaha.

B. Tujuan dan Pentingnya Studi Kelayakan Bisnis

Suryana menyebutkan lima tujuan dilakukan studi kelayakan, yaitu:

- a. Meminimalkan risiko yang tidak diinginkan, baik risiko yang dapat dikendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan;
- b. Memudahkan perencanaan;
- c. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan. Berbagai rencana yang sudah disusun akan memudahkan pelaksanaan usaha. Pedoman yang telah tersusun secara sistematis menyebabkan usaha yang dilaksanakan dapat tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang sudah disusun;
- d. Memudahkan pengawasan. Pelaksanaan usaha yang sesuai dengan rencana yang sudah disusun akan memudahkan perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan ini dilakukan agar proyek yang dilaksanakan tidak melenceng dari rencana yang telah disusun.
- e. Memudahkan pengendalian. Apabila dalam pelaksanaan telah dilakukan pengawasan, terjadinya penyimpangan akan mudah terdeteksi sehingga

²⁸ Dadang Husen Sobana, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2018), hlm. 28.

dapat dilakukan pengendalian terhadap penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah mengendalikan agar proyek yang dilaksanakan tidak melenceng dari “rel” yang sesungguhnya sehingga tujuan perusahaan akan tercapai.

Beberapa alasan studi kelayakan atau feasibility study yang harus dilakukan oleh calon investor, yaitu:

- a. memberikan arah yang jelas terhadap rencana investasi;
- b. memberikan gambaran mengenai kelayakan bisnis untuk dijalankan;
- c. mengidentifikasi awal terhadap risiko yang mungkin terjadi;
- d. menyediakan informasi yang akurat sesuai dengan kondisi lapangan, yang berguna untuk mengambil keputusan;
- e. menarik investor.²⁹

C. Tahapan Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan metode ilmiah. Salah satu syarat metode ilmiah adalah sistematis. Penyusunan studi kelayakan bisnis sebagai salah satu metode ilmiah pada umumnya meliputi beberapa langkah kegiatan, yaitu :³⁰

- a. Penemuan ide bisnis
- b. Melakukan studi pendahuluan
- c. Membuat desain studi kelayakan

²⁹ *Ibid*, hlm. 29-30.

³⁰ Lilis Sulastri, *Studi Kelayakan Bisnis Untuk Wirausaha*, (LGM - LaGood's Publishing, 2016), hlm. 20-23.

- d. Pengumpulan data
- e. Analisis & interpretasi data
- f. Menarik kesimpulan
- g. Membuat rekomendasi
- h. Penyusunan laporan Studi Kelayakan Bisnis
- i. Pelaksanaan Bisnis

1. Penemuan Ide

Agar dapat menghasilkan ide proyek yang dapat menghasilkan produk laku untuk dijual dan menguntungkan diperlukan penelitian yang terorganisasi dengan baik serta dukungan sumber daya yang memadai. Jika ide proyek lebih dari satu, dipilih dengan memperhatikan:

- a) ide proyek sesuai dengan kata hatinya
- b) pengambil keputusan mampu melibatkan diri dalam hal-hal yang sifatnya teknis
- c) keyakinan akan kemampuan proyek menghasilkan laba.

2. Tahap Penelitian

Setelah ide proyek terpilih, dilakukan penelitian yang lebih mendalam dengan metode ilmiah:

- a) mengumpulkan data
- b) mengolah data
- c) menganalisis dan menginterpretasikan hasil pengolahan data
- d) menyimpulkan hasil
- e) membuat laporan hasil

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi yaitu membandingkan sesuatu dengan satu atau lebih standar atau kriteria yang bersifat kuantitatif atau kualitatif. Ada 3 macam evaluasi:

- a) mengevaluasi usaha proyek yang akan didirikan
- b) mengevaluasi proyek yang akan dibangun
- c) mengevaluasi bisnis yang sudah dioperasionalkan secara rutin

Dalam evaluasi bisnis yang akan dibandingkan adalah seluruh ongkos yang akan ditimbulkan oleh usulan bisnis serta manfaat atau benefit yang akan diperkirakan akan diperoleh.

4. Tahap Pengurutan Usulan yang Layak

Jika terdapat lebih dari satu usulan rencana bisnis yang dianggap layak, perlu dilakukan pemilihan rencana bisnis yang mempunyai skor tertinggi jika dibanding usulan lain berdasar kriteria penilaian yang telah ditentukan.

5. Tahap Rencana Pelaksanaan

Setelah rencana bisnis dipilih perlu dibuat rencana kerja pelaksanaan pembangunan proyek. Mulai dari penentuan jenis pekerjaan, jumlah dan kualifikasi tenaga perencana, ketersediaan dana dan sumber daya lain serta kesiapan manajemen.

6. Tahap Pelaksanaan

Dalam realisasi pembangunan proyek diperlukan manajemen proyek. Setelah proyek selesai dikerjakan tahap selanjutnya adalah melaksanakan operasional bisnis secara rutin. Agar selalu bekerja secara efektif dan efisien dalam rangka meningkatkan laba perusahaan, dalam operasional perlu kajian-kajian untuk mengevaluasi bisnis dari fungsi keuangan, pemasaran, produksi dan operasi.

Rencana bisnis (business plan) adalah dokumen tertulis yang mendeskripsikan masa depan bisnis yang akan dimulai. Rencana ini meliputi apa, bagaimana, kapan, siapa dan mengapa sebuah bisnis dijalankan. Rencana bisnis pada umumnya terdiri dari :

- a) Tujuan bisnis
- b) Strategi yang digunakan untuk mencapainya
- c) Masalah potensial yang kira-kira akan dihadapi dan cara mengatasinya
- d) Struktur organisasi (termasuk jabatan dan tanggung jawab)
- e) Jadwal waktu pelaksanaan pekerjaan.
- f) Modal yang diperlukan untuk membiayai perusahaan dan bagaimana mempertahankannya untuk mencapai break even point (BEP).

Tabel 2.1

Perbedaan antara Studi Kelayakan Bisnis dan Rencana Bisnis

NO	FAKTOR PEMBEDA	STUDI KELAYAKAN BISNIS	RENCANA BISNIS
1	Jenis Data	Data Estimasi	Data Empiris
2	Sumber Data	Data Eksternal	Data Internal

3	Penyusun	Pihak eksternal, agar lebih independen.	Pihak Internal, Lebih mengetahui kondisi perusahaan
4	Tujuan	Menilai Kelayakan Sebuah Ide.	Membuat rencana bisnis yang akan datang.
5	Waktu	Memakan waktu relative lama.	Memakan waktu relative pendek.
6	Biaya	Relatif besar	Relatif tidak terlalu besar.

Sumber: Lilis Sulastri, "Studi Kelayakan Bisnis Untuk Wirausaha", LGM - LaGood's Publishing Tahun 2016.

Berdasarkan table 2.2 diatas, Studi kelayakan bisnis mempunyai keterkaitan yang erat dengan rencana bisnis. Sebuah ide bisnis setelah dilakukan studi dan dinyatakan layak untuk dijalankan maka langkah selanjutnya adalah membuat rencana bisnis. Jika rencana bisnis dapat dilaksanakan maka dilakukanlah pelaksanaan bisnis. Jika ide bisnis tidak layak atau rencana bisnis tidak dapat dilaksanakan maka kembalikan proposal bisnis dalam ide bisnis yang mungkin ditunda atau ditolak.

D. Manfaat Studi Kelayakan

Ada beberapa pihak yang berkepentingan terhadap hasil studi kelayakan ini terkait kepentingan mereka masing-masing dalam aktivitas dan tanggung jawabnya. Mereka itu adalah: a) investor, b) kreditor, dan c) pemerintah.

a) Bagi Investor.

Investor adalah seorang atau lembaga yang memiliki sejumlah dana dan menanamkan dananya dalam suatu proyek (bisnis) dengan mendapatkan kompensasi berupa bagian dari keuntungan dari proyek atau bisnis itu. Investor akan lebih memperhatikan prospek proyek (bisnis), karena ia sangat berkepentingan dengan laba yang akan diperolehnya.

Pengertian prospek disini adalah tingkat keuntungan yang diharapkan akan dapat dicapai oleh proyek (bisnis) itu beserta kemungkinan resiko yang bisa terjadi atas inestasi yang ditanamkannya. Antara keuntungan dan resiko ini ada hubungan positif, yaitu semakin tinggi resiko investasi, semakin tinggi pula tingkat keuntungan yang diminta oleh investor.

Investor baru mau menanamkan modalnya apabila proyek (bisnis) yang memerlukan modal itu benar-benar dipersiapkan melalui studi kelayakan sehingga benar-benar dapat dipertanggungjawabkan baik secara teknis, ekonomis, dan keuangan. Studi kelayakan bisa dilakukan oleh investor sendiri bila ia ingin lebih yakin dengan hasilnya, sehingga ia benar-benar mengambil keputusan dengan pertimbangan yang matang.

Studi kelayakan juga sering dilakukan oleh pemilik proyek (bisnis) sendiri yang masih membutuhkan partisipasi para penanam modal. Ini dimaksudkan untuk menarik minat dan meyakinkan para penanam modal, bahwa proyek tersebut mempunyai prospek yang baik, sehingga tidak perlu ragu untuk menanamkan modalnya di proyek (bisnis) yang ditawarkan itu.

b) Bagi kreditor.

Kreditor sangat memerlukan sekali hasil studi kelayakan proyek (bisnis) ini, karena hasil studi kelayakan itu menjadi prasyarat dan sekaligus sebagai bahan pertimbangan utama dalam memberikan Studi Kelayakan Bisnis pinjaman atau pembiayaan yang diminta oleh pemilik proyek (bisnis) yang bersangkutan.

Pihak yang bertindak sebagai kreditor biasanya adalah perbankan atau lembaga keuangan non bank. Kebanyakan pihak perbankan dan lembaga keuangan non bank melakukan sendiri studi kelayakan ini. Hal ini dilakukan karena masing-masing bank dan lembaga keuangan mempunyai kunci-kunci penilaian sendiri yang menyangkut layak atau tidak layaknya suatu proyek (bisnis) itu diberikan pinjaman (dibiayai).

Para kreditor, dalam hal ini bank atau lembaga keuangan non bank dalam praktek kerja mereka, lebih-lebih dalam pemberian pinjaman (pembiayaan) sangat memperhatikan segi keamanan dana yang mereka keluarkan, dalam arti kesanggupan pihak peminjam untuk mengembalikan, baik angsuran maupun bunga (nisbah bagi hasil bagi bank dan lembaga keuangan non bank syariah), termasuk pula ketepatan waktu dan jumlah yang harus dibayar setiap bulannya.

Dengan demikian jelaslah bahwa studi kelayakan itu merupakan salah satu substansi dari prinsip kehati-hatian dalam operasional bank dan lembaga keuangan non bank yang harus dipegang teguh sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Undang Undang Perbankan.

c) Bagi pemerintah

Pemerintah juga sangat berkepentingan dengan studi kelayakan proyek (bisnis) ini, terutama manfaat proyek (bisnis) bagi kemajuan perekonomian nasional, apakah proyek (bisnis) itu membantu menghemat devisa dan menambah devisa, serta memperluas kesempatan kerja, tidak merusak lingkungan dan hal-hal lain yang bertentangan dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Selain itu pemerintah juga berkepentingan terhadap studi kelayakan proyek (bisnis) ini dari segi administratif sebagai bahan penilaian layak atau tidak proyek (bisnis) itu diberi izin untuk beroperasi.³¹

E. Faktor-Faktor Penyebab Kegagalan Suatu Bisnis

1. Data dan Informasi tidak lengkap
2. Tidak teliti
3. Salah perhitungan
4. Pelaksanaan pekerjaan salah
5. Kondisi lingkungan
6. Unsur sengaja

Menurut Kamaluddin yang dikutip dari Sunarji Harahap manfaat yang ditimbulkan dari adanya studi kelayakan bisnis adalah :

1. Manfaat Finansial Artinya bisnis tersebut akan menguntungkan bagi pelaku bisnis sendiri apabila bisnis dibandingkan dengan resiko yang akan ditanggung.

³¹ M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), hlm. 113-114.

2. Manfaat ekonomi nasional Artinya bisnis tersebut jika dijalankan mampu menunjukkan manfaat yang lebih luas bagi negara, misalnya semakin banyak tenaga kerja yang terserap, pendapatan masyarakat meningkat, dll.
3. Manfaat sosial Artinya masyarakat sekitar lokasi bisnis tersebut memperoleh manfaat atas bisnis yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.³²

F. Aspek-Aspek Dalam Studi Kelayakan Bisnis

1. Aspek Pasar

Pasar, menurut para ahli, merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemu antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk harga. Pendapat ahli lain mengatakan bahwa pasar merupakan suatu sekelompok orang yang diorganisasi untuk melakukan tawar-menawar, sehingga dengan demikian terbentuk harga. Salah satu ahli pemasaran, Staton, mengemukakan pengertian yang lain tentang pasar, yakni merupakan kumpulan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi ada 3 faktor utama yang menunjang terjadinya pasar, yaitu orang dengan segala keinginannya, daya beli, serta tingkah laku dalam pembeliannya³³

Keberhasilan kinerja keuangan sering bergantung pada kemampuan pasar dan pemasaran, operasi, akuntansi, sumber daya manusia dan fungsi

³² Sunarji Harahap, *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif...*, hlm. 6-7.

³³ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi-3*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 35.

lainnya. Dimasa lalu sebelum ilmu pemasaran berkembang dan dikenal secara luas seperti saat ini, setiap perusahaan berusaha untuk terlebih dahulu berproduksi sebanyak-banyaknya, baru kemudian berusaha untuk menjualnya kembali. Dalam keadaan seperti ini mereka tidak peduli dengan kondisi permintaan yang ada, sehingga banyak diantara produsen mengalami kegagalan dan bahkan terus merugi, akibat jumlah produksi tidak sesuai dengan jumlah permintaan. Apabila aspek pasar tidak diteliti secara benar, bagaimana prosepeknya dimasa yang akan datang, bukan mustahil tujuan perusahaan tidak akan pernah tercapai.³⁴

a. Macam-Macam Pasar

Menurut Umar yang dikutip dari Rocdmat Aldy Purnomo, dkk Pasar dapat dikelompokkan ke dalam empat golongan, yaitu:

1. Pasar konsumen adalah sekelompok pembeli yang membeli barang untuk dikonsumsi, bukannya dijual atau diproses lebih lanjut. Termasuk dalam pasar konsumen ini adalah pembeli-pembeli individual dan atau pembeli rumah tangga (non-bisnis). Barang yang dibeli adalah barang konsumsi.
2. Pasar industri adalah pasar yang terdiri atas individu-individu dan lembaga atau organisasi yang membeli barang-barang untuk dipakai lagi, baik secara langsung maupun secara tidak langsung, dalam memproduksi barang lain yang kemudian dijual. Barang yang dibeli adalah barang industri.

³⁴Rocdmat Aldy Purnomo, dkk, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Ponorogo: Unmuh Ponorogo Press, 2017), hlm. 146-148.

3. Pasar penjual adalah suatu pasar yang terdiri atas individu-individu dan organisasi yang membeli barang-barang dengan maksud untuk dijual lagi atau disewakan agar mendapatkan laba.
4. Pasar pemerintah adalah pasar di mana terdapat lembaga-lembaga pemerintah seperti departemen-departemen, direktorat, kantor-kantor dinas, dan instansi lain.³⁵

b. Model Analisis Forecasting Penjualan

1. Konsep Analisis Forecasting Penjualan

Pengertian forecasting Forecasting adalah suatu cara untuk mengukur atau menaksir kondisi bisnis pada masa mendatang, yaitu pengukuran dapat dilakukan secara kuantitatif (menggunakan metode matematik dan statistik) dan kualitatif (menggunakan judgment/pendapat). Realisasi sesuatu hampir tidak pernah sama dengan hal-hal yang diperkirakan, tetapi memperkirakan sesuatu harus dilakukan demi perencanaan yang lebih luas. Ada beberapa manfaat peramalan untuk perusahaan, yaitu³⁶

- a. menambah kemampuan perusahaan untuk mengadakan pengawasan informasi kegiatan tertentu atau memperbaiki proses pemberian laporan;
- b. memungkinkan timbulnya team work di antara pimpinan;

³⁵ Syafrizal Helmi Situmorang, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Medan: USU Press, 2007), hlm. 44.

³⁶ Dadang husein sobana, *Studi Kelayakan Bisnis...*, hlm. 204-205.

- c. memungkinkan dibuatnya jadwal pembelian, produksi, budget penjualan dan budget alokasi pengeluaran sehingga diperoleh pedoman dasar bekerja yang relatif lebih tepat.

Forecasting penjualan Forecasting penjualan merupakan perkiraan penjualan pada suatu waktu yang akan datang dalam keadaan tertentu dan dibuat berdasarkan data-data yang pernah terjadi dan/atau mungkin akan terjadi. Forecasting penjualan adalah teknik proyeksi tentang permintaan konsumen potensial pada suatu periode tertentu dengan menggunakan berbagai asumsi tertentu pula. Peramalan penjualan adalah dasar dari anggaran penjualan, yang pada akhirnya menjadi dasar untuk semua anggaran operasi lainnya dan sebagai dasar penyusunan anggaran keuangan.³⁷

c. Model Analisis dalam Peramalan Penjualan.

Ada beberapa model analisis dalam peramalan penjualan, di antaranya sebagai berikut: ³⁸

- A. Forecast berdasarkan pendapat (judgemental method) Hal-hal yang dapat dikategorikan forecast berdasarkan pendapat (judgemental method), terdiri atas sebagai berikut:
1. Pendapat salesman Para salesman diminta untuk mengukur kemajuan atau kemunduran segala hal yang berhubungan dengan tingkat penjualan di daerah mereka masing-masing. Kemudian,

³⁷ *Ibid*, hlm. 205.

³⁸ *Ibid*, hlm. 207-208.

mereka diminta pula untuk mengestimasi tingkat penjualan di daerah masing-masing pada waktu mendatang.

2. Pendapat kepala bagian pemasaran Seorang kepala bagian penjualan tentu memiliki pertimbangan dan pandangan yang lebih luas, yang meliputi seluruh daerah penjualan. Pada umumnya, perkiraan kepala bagian penjualan dapat lebih objektif karena mempertimbangkan banyak faktor. Hal ini mungkin juga disebabkan oleh pendidikannya yang relatif lebih tinggi dan pengalamannya yang lebih luas di bidang penjualan.
3. Pendapat para ahli Kadang-kadang perkiraan yang dibuat oleh salesman dan kepala bagian penjualan bertentangan satu dan lainnya sehingga perusahaan menganggap perlu untuk meminta pertimbangan kepada orang yang dianggap ahli. Mereka disebut konsultan.
4. Survei konsumen Apabila ketiga pendapat tersebut masih dirasa kurang dapat dipertanggungjawabkan, biasanya diadakan penelitian langsung terhadap konsumen.

B. Forecast berdasarkan perhitungan statistik (statistical method)

Analisis trend merupakan metode analisis yang ditujukan untuk melakukan suatu estimasi atau peramalan pada masa yang akan datang. Untuk melakukan peramalan dengan baik, analisis membutuhkan berbagai macam informasi (data) yang cukup banyak dan diamati dalam periode waktu yang relatif cukup panjang sehingga

dari hasil analisis tersebut dapat diketahui sampai berapa besar fluktuasi yang terjadi dan faktor-faktor apa saja yang memengaruhi terhadap perubahan tersebut. Menurut Purwanto S.K., trend adalah suatu gerakan kecenderungan naik atau turun dalam jangka panjang yang diperoleh dari rata-rata perubahan dari waktu ke waktu dan nilainya cukup rata atau mulus (smooth)³⁹.

Analisis Deret waktu, yaitu analisis yang memakai data kuantitatif masa lalu dimana data dirinci menjadi komponen-komponen trend, siklus, musim dan residu yang prosesnya dapat menggunakan prosedur statistika

Pembahasan teknik peramalan ini hanya menggunakan model klasik yang bersifat deskriptif, sedangkan model probabilistic yang lebih kompleks dengan menggunakan teori ekonometrika tidak disajikan. Salah satu metodenya adalah kuadrat terkecil (*Least Square Method*). Dengan memakai metode ini, untuk yang berbentuk linier sederhana, persamaannya adalah:

$$Y_t : a + bt$$

Harga-Harga $a + b$ ditentukan dengan rumus:

$$a = \frac{Y}{n} \quad \text{dan} \quad b = \frac{tY}{t^2}$$

Dimana:

Y = nilai-nilai data hasil ramalan

n = Jumlah data deret waktu

³⁹ *Ibid*, hlm. 208.

t = waktu tertentu yang telah ditransformasikan dalam bentuk kode

2. Aspek Internal Perusahaan

a. Aspek Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan perusahaan yang bertujuan menjual barang atau jasa yang diproduksi perusahaan ke pasar. Oleh karena itu aspek ini bertanggung jawab dalam menentukan ciri-ciri pasar yang akan dipilih analisa kelayakan dari aspek ini yang utama adalah dalam hal:

- 1) penentuan segmen target dan posisi produk pada pasarnya.
- 2) kajian untuk mengetahui konsumen potensial seperti berikan Sikap perilaku serta kepuasan mereka atas produk.
- 3) menentukan strategi kebijakan dan program pemasaran yang akan dilaksanakan.

a) Formulasi Strategi Pemasaran

Menurut Bygrave (1996), strategi pemasaran adalah kumpulan petunjuk dan kebijakan yang digunakan secara efektif untuk mencocokkan program pemasaran (produk, harga, promosi dan distribusi) dengan peluang pasar sasaran guna mencapai sasaran usaha. Dalam bahasa yang lebih sederhana, suatu strategi pemasaran pada dasarnya menunjukkan bagaimana sasaran pemasaran dapat dicapai.

Untuk membangun sebuah strategi pemasaran yang efektif, suatu perusahaan menggunakan variable-variabel bauran pemasaran (marketing mix), yang terdiri atas:⁴⁰

- 1) Produk (*product*): barang atau jasa yang ditawarkan,

Menurut Kotler mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan.⁴¹

- 2) Harga (*Price*) yang ditawarkan,

Harga adalah sejumlah uang yang akan dikeluarkan untuk memperoleh atau meningkatkan sebuah barang atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa.⁴²

- 3) Saluran distribusi (*placement*) yang digunakan (grosir, distributor, pengecer) agar produk tersebut tersedia bagi para konsumen.

Kotler juga menjelaskan tentang saluran distribusi. Distribusi adalah tempat atau saluran pemasaran dimana terdapat kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Saluran distribusi adalah rangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran distribusi dapat

⁴⁰ M.I. Yusanto dan M.K. Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hlm. 169-170.

⁴¹ Hamdi agustin, *Studi Kelayakan Bisnis Syariah...*, hlm. 97

⁴² *Ibid.*, hlm. 99

didefinisikan sebagai himpunan perusahaan dan perorangan yang mengambil alih hak atau membantu dalam pengalihan hak atas barang atau jasa tertentu selama barang atau jasa tersebut berpindah dari produsen ke konsumen.⁴³

- 4) Promosi (*promotion*): iklan, *personal selling*, promosi penjualan dan publikasi.

Promosi merupakan digunakan untuk memperkenalkan produk kepada para konsumen. Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran atau aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Tujuan usaha pemasaran pada umumnya adalah guna meningkatkan penjualan yang dapat menghasilkan laba dengan menawarkan kebutuhan yang memuaskan kepada pasar dalam jangka panjang.⁴⁴ Menurut Bruce J. Walker ada lima metode promosi yaitu penjualan tatap muka, periklanan, promosi penjualan, publisitas dan hubungan masyarakat sedangkan menurut Hamdani ada enam metode promosi yaitu periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan

⁴³ Dimas Hendika Wibowo, et. al., Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 29, No. 1, Desember 2015, hlm. 61

⁴⁴ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 58

masyarakat, informasi dari mulut ke mulut dan pemasaran langsung⁴⁵.

b) Kepuasan Konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan atau konsumen adalah mutu produk dan pelayanannya, kegiatan penjualan, pelayanan setelah penjualan, dan nilai-nilai perusahaan⁴⁶.

c) Segmentasi Pasar

Proses transaksi dan tawar-menawar tidak terlepas dengan pasar sebagai tempat untuk saling berinteraksi. Penentuan Segmentasi pasar penting untuk setiap usaha untuk mengetahui potensi pasar yang paling besar. Pasar terdiri dari banyak jenis dan tipe pembeli yang berbeda-beda berdasarkan beberapa faktor. Misalnya, faktor keinginan, kemampuan keuangan, lokasi, sikap pembeli dan praktik-praktik pembelinya. Beberapa aspek utama untuk mensegmentasi pasar adalah aspek geografis, aspek demografi, aspek psikografis dan aspek perilaku.⁴⁷ Komponen-komponen segmentasi pasar meliputi: Aspek Geografis, komponennya seperti bangsa, negara, provinsi dan kabupaten/kotamadya. Aspek Demografi, komponennya seperti usia dan tahap tahapdaur hidup, jenis kelamin, dan pendapatan.

⁴⁵ Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran* (Konsep, Strategi dan Kasus), Cetakan Ke-3, (Jakarta: PT. Buku Seru, 2019), hlm. 155

⁴⁶ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi-3...*, hlm. 65

⁴⁷ Hamdi agustin, *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*, hlm. 105-106

Aspek Psikografis, komponennya seperti kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadian. Aspek perilaku, komponennya seperti kesempatan, tingkat penggunaan, status kesetiaan, tahap kesiapan pembelian dan sikap.⁴⁸

b. Aspek Teknik Produksi Dan Teknologi

Studi aspek teknis dan teknologi akan mengungkapkan kebutuhan apa yang diperlukan dan bagaimana cara teknis proses produksi akan dilaksanakan untuk bisnis industri manufaktur misalnya perlu dikaji mengenai kapasitas produksi jenis teknologi yang dipakai pemakaian peralatan dan mesin lokasi pabrik dan tata letak pabrik yang paling menguntungkan lalu dari kesimpulan itu dapat di perencana jumlah biaya pengadaan harta tetap nya.

Dari kajian teknologi perlu dipahami bahwa perkembangan teknologi adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari hendaknya antisipasi perkembangan teknologi perlu dikaji agar teknologi yang akan digunakan nanti dapat meningkatkan efektivitas efisiensi dan ekonomi sehingga akhirnya produk yang dihasilkan mampu bersaing di pasar.⁴⁹

Pilihan teknologi untuk berproduksi sudah berkembang pesat, baik untuk produk barang atau jasa sesuai dengan kemajuan zaman. Hendaknya, kemajuan teknologi membawa efisiensi yang tinggi pada

⁴⁸ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi-3*, hlm 59.

⁴⁹ *Ibid.*, hlm. 26.

proses produksi sekaligus menghasilkan produktivitas yang tinggi.⁵⁰ Persediaan barang biasanya digunakan untuk mengantisipasi permintaan konsumen yang meningkat secara tajam, atau untuk mensuplai kekurangan bahan baku. Persediaan barang yang tidak lancar akan mengurangi jumlah barang jadi yang dihasilkan. Kualitas Produk baik barang maupun jasa dari pemasaran, rekayasa, manufaktur, dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa dapat memenuhi harapan konsumen. Untuk memahami kualitas, dapat digunakan triologi manajerial yang meliputi perencanaan, perbaikan dan pengendalian.⁵¹

1) Tujuan Studi Kelayakan Bisnis Aspek Teknik dan Teknologi

Dalam menyusun studi kelayakan bisnis, aspek teknis perlu dipertimbangkan dan diperhitungkan secara tepat dan benar karena kesalahan dalam menentukan aspek ini dapat mengakibatkan perusahaan mengalami kegagalan. Tujuan studi kelayakan bisnis aspek teknik dan teknologi adalah memastikan secara teknis dan pilihan teknologi tertentu, rencana bisnis dapat dilaksanakan secara layak atau tidak layak, baik pada saat pembangunan proyek maupun operasional rutin. Beberapa hal yang akan dicapai perusahaan dalam penilaian aspek teknik dan teknologi, yaitu: ⁵²

- a) menentukan lokasi yang tepat, baik untuk lokasi pabrik, gudang, cabang maupun kantor pusat;

⁵⁰ *Ibid.*, hlm. 96.

⁵¹ *Ibid.*, hlm. 104-105.

⁵² Dadang Husen Sobana, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2018), hlm. 225-226.

- b) menentukan *layout* yang sesuai dengan proses produksi yang dipilih sehingga dapat memberikan efisiensi;
- c) menentukan teknologi yang paling tepat dalam menjalankan produksinya;
- d) menentukan metode persediaan yang paling baik untuk dijalankan sesuai dengan bidang usahanya;
- e) menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan sekarang dan pada masa yang akan datang.

c. Aspek Manajemen

Studi aspek manajemen dilaksanakan dua macam pertama manajemen saat pembangunan proyek bisnis yang kedua manajemen usaha bisnis dioperasionalkan secara rutin banyak terjadi bahwa proyek-proyek bisnis gagal dibangun maupun dioperasionalkan bukan jawab karena aspek lain tetapi karena lemahnya manajemen di dalam pembangunan proyek bisnis telaah manajemen antara lain menyusun rencana kerja Siapa yang terlibat Bagaimana mengkoordinasikan dan mengawasi pelaksanaan proyek dengan sebaik-baiknya Sedangkan untuk telah operasionalnya antara lain menentukan secara efektivitas dan efisien mengenai bentuk badan usaha jenis-jenis pekerjaan struktur organisasi serta pengadaan tenaga kerja yang dibutuhkan.⁵³

⁵³ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi 3...*, hlm. 27.

Proses manajemen ini akan tergambar dari masing-masing fungsi yang ada dalam manajemen. Adapun fungsi-fungsi manajemen tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:⁵⁴

- (a) Perencanaan (*Planning*) Perencanaan ialah proses menentukan arah yang akan ditempuh dan kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, menentukan tentang apa yang harus dilakukan, kapan dan bagaimana melakukannya serta dengan cara apa hal tersebut dilaksanakan.
- (b) Pengorganisasian (*Organizing*) Pengorganisasian ialah proses mengelompokkan kegiatan/pekerjaan dalam unit-unit. Tujuannya adalah agar tugas, wewenang, dan tanggung jawab serta hubungan kerja tertata dengan jelas pada bidangnya masing-masing.
- (c) Pelaksanaan (*Actuating*) Pelaksanaan ialah proses untuk menjalankan kegiatan/pekerjaan dalam organisasi. Dalam menjalankan organisasi para pimpinan/manajer harus menggerakkan bawahannya (para karyawan) untuk mengerjakan pekerjaan yang telah ditentukan dengan cara memimpin, memberi perintah, memberi petunjuk, dan memberi motivasi.
- (d) Pengawasan (*Controlling*) Pengawasan ialah proses untuk mengukur dan menilai pelaksanaan tugas apakah telah sesuai dengan rencana. Jika dalam proses tersebut terjadi penyimpangan, maka harus segera dikendalikan.

⁵⁴ Kasmir, dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 168-169.

d. Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah manusia yang bekerja dilingkungan suatu organisasi (Disebut juga personel, tenaga kerja, pekerja atau karyawan). Potensi sumber daya manusia sangat bermanfaat dalam mengelola suatu organisasi, karena sebuah sistem bagaimanapun bagusnya, tidak akan berarti apa-apa jika tidak dijalankan oleh pelakunya. Pelaku itulah yang dinamakan sumber daya manusia.⁵⁵

Aspek sumber daya manusia merupakan Aspek penting yang perlu dianalisis aspek SDM dibagi ke dalam dua bagian. Pertama: peran SDM dalam membangun proyek bisnis. Kedua: peran mereka dalam operasional rutin bisnis setelah selesai dibangun. Dalam hal pembangunan proyek, tenaga SDM yang dibutuhkan akan dibatasi hanya sampai pada proyek bisnis selesai dibangun. Itu pun, disesuaikan dengan jenis pekerjaan waktu pelaksanaan dari jenis pekerjaan tersebut keahlian yang disyaratkan dan pembiayaan.

Setelah proyek selesai dibangun terjadi pemutusan hubungan kerja, sedangkan dalam hal operasional rutin bisnis tenaga SDM yang dibutuhkan akan disesuaikan dengan keahlian mereka dalam menjalankan roda perusahaan. Lama mereka bekerja di perusahaan pola gaji atau upah yang akan mereka terima secara bekerja dan sebagainya yang akan berbeda dengan mereka yang bekerja saat pembangunan

⁵⁵ Hamdi agustin, *Studi Kelayakan Bisnis Syariah...*, hlm. 51

proyek. Oleh karena itu prinsip SDM adalah sebagai partner, pengusaha maka dalam pola manajemen SDM mulai dari perencanaan kebutuhan SDM sampai dengan pemutusan hubungan kerja hendaknya berdampak positif pula pada aspek sosial.

Karyawan dalam melakukan pekerjaannya akan diberi imbalan atau upah atas apa yang mereka kerjakan. Lama mereka bekerja di perusahaan pola gaji atau upah yang akan mereka terima secara bekerja dan sebagainya yang akan berbeda dengan mereka yang bekerja saat pembangunan proyek.⁵⁶

Menurut Rasyaf, dalam buku studi kelayakan bisnis syariah yang ditulis oleh Hamdi Agustin menjelaskan bahwa tenaga kerja ada 3 macam yaitu tenaga kerja tetap, tenaga kerja harian dan tenaga kerja harian lepas dan kontrak.⁵⁷ Tujuan pengembangan untuk menyiapkan pegawainya siap memangku jabatan tertentu di masa yang akan datang. Pengembangan bersifat lebih luas karena menyangkut banyak aspek seperti, peningkatan dalam keilmuan, pengetahuan, kemampuan, sikap dan kepribadian.⁵⁸

e. Aspek Keuangan

Dari sisi keuangan proyek bisnis dikatakan sehat apabila dapat memberikan keuntungan yang layak dan mampu memenuhi kewajiban

⁵⁶ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi-...* hlm. 27.

⁵⁷ Hamdi Agustin, *Studi Kelayakan Bisnis Syariah...*, hlm. 200.

⁵⁸ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi-3...*, hlm. 165

finansialnya dalam SKB kegiatan studi aspek keuangan dilakukan setelah aspek selesai dilaksanakan kegiatan pada aspek keuangan financial ini antara lain adalah penghitungan perkiraan jumlah dana yang diperlukan untuk keperluan modal kerja awal dan untuk mengadakan harta tetap proyek juga dipelajari mengenai struktur pembiayaan. Bagaimana yang paling menguntungkan dengan menentukan beberapa dana yang harus disiapkan lewat pinjaman dari pihak lain dan Berapa dana dari modal sendiri pembuatan hasil analisis keuangan akan digunakan untuk mengkomunikasikan ke ada rencana keuangan dengan pihak yang berkepentingan.⁵⁹

1. Penilaian Dan Pemilihan Investasi

a. Metode Penilaian Investasi

Studi kelayakan terhadap aspek keuangan perlu menganalisis bagaimana prakiraan aliran kas akan terjadi. Pada Umumnya ada empat metode yang dipertimbangkan untuk dipakai dalam penilaian aliran kas dari suatu investasi, yaitu metode Payback Periode, Net Present Value, Inter Rate of Return, dan Profitabiliti Index, serta Break even Point.⁶⁰

Metode Payback Periode (PP). Payback Periode adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi (*initial cash investment*) dengan menggunakan aliran kas, dengan kata lain *payback periode* merupakan rasio antara *initial*

⁵⁹ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi 3...*, hlm. 27.

⁶⁰ *Ibid*, hlm. 197-202.

cash investment dengan *cash inflow*-nya yang hasilnya merupakan suatu waktu. Selanjutnya nilai rasio ini dibandingkan dengan *maximum payback periode* yang dapat diterima.

Rumus:

$$\text{Payback Periode} = \frac{\text{nilai Investasi}}{\text{kas masuk bersih}} \times 1 \text{ Tahun}$$

Jika *payback periode* lebih pendek waktunya dari *maximum payback periode*-nya maka usulan investasi dapat diterima.

Metode Internal Rate of Return (IRR). Metode ini digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan dimasa datang, atau penerimaan kas, dengan mengeluarkan investasi awal. Rumus yang dipakai seperti dibawah ini:

$$\text{Rumus: } I_0 = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t}$$

Di mana : t = tahun ke

n = jumlah tahun

I_0 = nilai investasi awal

CF = arus kas bersih

IRR = tingkat bunga yang dicari harganya

Jika IRR yang dapat ternyata lebih besar dari *rate of return* yang ditentukan maka investasi dapat diterima.

Metode Net Present Value (NPV)

Net Present Value yaitu selisih antara *Present Value* dari investasi dengan nilai sekarang dari penerimaan-penawaran kas bersih (aliran kas operasional maupun aliran terminal) di masa yang akan datang. Untuk menghitung nilai sekarang perlu ditentukan tingkat bunga yang relevan.

Rumus:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+K)^t} - I_0$$

Dimana : CF_t = aliran kas pertahun pada periode t

I_0 = investasi awal pada tahun 0

K = suku bunga (*discount rate*)

Kriteria Penilaian:

- Jika $NPV > 0$, maka usulan proyek diterima
- Jika $NPV < 0$, maka usulan proyek ditolak
- Jika $NPV = 0$, nilai perusahaan tetap walau usulan proyek diterima atau ditolak

Metode Provitability Index (PI)

Pemakaian metode *Provitability Index* (PI) ini caranya adalah dengan menghitung mulai perbandingan antara lain sekarang (*present value*) dari rencana penerimaan-penerimaan kas bersih dimana yang akan datang dengan nilai sekarang (*present value*) dari investasi yang telah dilaksanakan. Jadi, *profitability index* dapat dihitung dengan membandingkan antara PV kas masuk dengan PV kas keluar.

Rumus:

$$PI = \frac{PV \text{ kas masuk}}{PV \text{ kas keluar}}$$

Kriteria penilaian:

- Jika $PV > 1$, maka usulan proyek dikatakan menguntungkan
- Jika $PV < 1$, maka usulan proyek tidak menguntungkan

2. Penilaian Investasi Dalam Persepektif Islam

a. Gold Value Method (GVM)

Penilaian kelayakan investasi dengan menggunakan *Net Present Value* (NPV), yang mengedepankan analisis kelayakan finansial, tentu akan menolak usaha investasi dengan cash flow bersih yang lebih bersih yang lebih kecil dari modal karena pihak investor akan mengalami kerugian. Akan tetapi, dalam prinsip, islam investasi seharusnya tidak dengan menentukan keuntungan di muka, tapi dilakukan melalui bagi hasil baik dalam keadaan untung maupun situasi rugi *profit and loss sharing*.

Prinsip ini lebih menjunjung keadilan karena hasil akhir suatu kegiatan bisnis sebanyak tidak bisa dipastikan bila menentukan keuntungan di muka, maka memungkinkan besar salah satu akan mengalami kerugian. Sedangkan Islam menghendaki kelakuannya perhitungan bagi hasil secara adil dengan melibatkan penyediaan dana maupun pelaku aktivitas usaha. Penggunaan standar emas dalam perhitungan GVM didasarkan pada Pendapat

yang dikemukakan oleh Ibnu Khaldun menyatakan dua logam yaitu emas dan perak adalah ukuran nilai.

b. Metode Gold Index (GI)

Gold index atau GI adalah rasio antara Present Value emas dan Present Value emas dari pengeluaran aliran kas.

Metode ini memberikan hasil yang konsisten dengan Gold Value Method. Rumus metode GI ini dapat ditulis sebagai berikut:

$$GI = \frac{\text{Total Pendapatan Emas (gram)}}{\text{Jumlah Investasi Emas (gram)}}$$

c. Metode Investible Surplus Method (ISM)

Akram Khan telah melakukan suatu terobosan penting dalam perkembangan sistem keuangan Islam. Bukan hanya mengkritisi sistem ribawi yang sudah mendarah daging, Akram Khan menawarkan metode analisis keuangan yang bebas dari belenggu riba. Metode *investible surplus method* (ISM) adalah seberapa besar surplus investasi usaha yang dilaksanakan selama waktu berjalan, dengan menghitung sejumlah tahun untuk surplus investasi (setelah balik modal) yang terus dicapai perusahaan dengan peningkatan (surplus) keuangan. Tujuan metode ISM ini adalah membuat alternatif untuk mengganti metode *Net Present Value* (NPV) yang ada unsur bunga.

$$IS_n = \sum_{t=1}^N (B_t - C_t) (n - t) \quad ; \text{ untuk semua } B_t - C_t > 0$$

IS_n = Surplus investasi setelah ke-n tahun

B_t = Keuangan (*Benefit*) yang diperoleh, misal kas masuk

C_t = Biaya (*Cost*) yang dibutuhkan, misal penganggaran kas

n = usia usaha

t = periode waktu

$B_t - C_t > 0$ menandakan perbedaan hanya positif yang terjadi dalam keuangan, berasumsi bahwa semua kas masuk berjalan sampai akhir periode.

Persamaannya, biaya usaha dapat diperbandingkan dengan peningkatan investasi (*Investible Surplus*) untuk menghitung *Investible Surplus Rate* ISR , yaitu:⁶¹

$$ISR = \sum_{t_1=0}^N IS_n (ct)(b - t_1) \times 100\%$$

d) Aspek Esternal Perusahaan

a. Aspek Ekonomi, Sosial dan Politik

1) Aspek Ekonomi

Cukup banyak data makroekonomi yang tersebar diberbagai media secara langsung maupun tidak langsung dapat dimanfaatkan

⁶¹ Hamdi Agustin, *Studi Kelayakan Bisnis Syariah...*, hlm. 123-129.

perusahaan. Data makroekonomi tersebut banyak yang dapat dijadikan sebagai indikator ekonomi yang dapat diolah menjadi informasi penting dalam rangka studi kelayakan bisnis.⁶² Dan studi kelayakan biasanya digolongkan menjadi dua bagian yang berdasarkan pada orientasi yang diharapkan oleh suatu perusahaan yaitu berdasarkan orientasi laba, yang dimaksud adalah studi yang menitikberatkan pada keuntungan yang secara ekonomis, dan orientasi tidak pada laba (social), yang dimaksud adalah studi yang menitik-beratkan suatu proyek tersebut bisa dijalankan dan dilaksanakan tanpa memikirkan nilai atau keuntungan ekonomis.⁶³

2) Aspek Sosial

Tujuan utama perusahaan adalah mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun, demikian, perusahaan tidak dapat hidup sendirian. Perusahaan hidup bersama-sama dengan komponen lain dalam satu tatanan kehipuan yang pluaristis dan kompleks, walau hendaknya salalu berada dalam keseimbangan. Salah atu komponen yang di maksud adalah lembaga sosial, sehingga dalam rangka keseimbangan tadi, hendaknya perusahaan memilii tanggung jawab sosial⁶⁴. Aspek sosial adalah mengelola dan mengatur sumber daya alam yang belum ada campur tangan dari manusia. Aspek sosial memiliki 2 sisi, yaitu sisi negatif dan sisi positif. Dari sisi negatif yaitu perubahan demografi, budaya dan kesehatan masyarakat juga perubahan gaya hidup, adat istiadat dan struktur sosial

⁶² Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi 3...*, hlm. 245.

⁶³ Sunarji Harahap, *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif...*, hlm. 185.

⁶⁴ Husen Umar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi 3...*, hlm. 252.

lainnya. Dari sisi positif yaitu adanya alat transportasi, listrik, air juga tersedianya jembatan bagi masyarakat sekitarnya.⁶⁵

3) Aspek Politik

Adanya isu/rumor/spekulasi yang timbul akibat kondisi politik yang diciptakan pemerintah akan mempengaruhi permintaan dan penawaran suatu produk, baik itu produk barang maupun jasa. Dalam menganalisis kelayakan bisnis, hendaknya aspek politik perlu pula dikaji untuk memperkirakan bahwa situasi politik saat bisnis dibagun dan diimplementasikan tidak akan sangat mengganggu sehingga kajiannya menjadi layak. Situasi politik dapat diketahui melalui berita-berita dimedia masa. Berita-berita tersebut dapat terbagi atas dua bagian, yaitu *good new* dan *bad new*.⁶⁶

a). Dampak Positif Sosial Ekonomi

Sosial ekonomi memiliki keterkaitan yang sangat erat, dampak dampak positif dari sosial ekonomi dengan adanya proyek atau usaha meliputi: Dapat meningkatkan ekonomi rumah tangga, menggali, mengatur dan menggunakan ekonomi sumber daya alam, meningkatkan ekonomi pemerintah, dan pengembangan wilayah.⁶⁷

⁶⁵ Sunarji Harahap, *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif...*, hlm. 185-186.

⁶⁶ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi 3...*, hlm. 256.

⁶⁷ Sunarji Harahap, *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif ...*, hlm. 186-187

b. Aspek Yuridis

Bagi pemilik proyek bisnis terhadap aspek yuridis berguna antara lain untuk keberlangsungan hidup proyek serta untuk meyakinkan para kreditur dan investor bahwa proyek yang akan dibuat tidak menyimpang dari aturan yang berlaku. Seperti diketahui bahwa dalam satu proyek di mana Banyak pihak yang berkepentingan bergabung dapat saja terjadi pelanggaran terhadap kewajiban dan masing-masing pihak sehingga penegakan aturan menjadi penting untuk dilaksanakan.⁶⁸

Pengertian Aspek Hukum Usaha atau bisnis dapat mengalami kegagalan karena terbentur masalah hukum atau tidak memperoleh izin dari pemerintah, baik dari tingkat daerah maupun tingkat yang lebih tinggi. Oleh karena itu, sebelum ide bisnis dilaksanakan, analisis secara mendalam terhadap aspek hukum harus dilakukan agar di kemudian hari bisnis yang akan dilaksanakan tidak gagal karena terbentur masalah hukum dan perizinan. Aspek hukum merupakan aspek yang pertama kali harus dikaji karena jika berdasarkan analisis aspek hukum sebuah ide bisnis tidak layak, maka proses analisis aspek yang lain tidak perlu dilakukan.

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

⁶⁸ *Ibid.*, hlm. 29.

daerah yang satu dengan 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.

Pemerintah menetapkan ketentuan hukum dan perizinan investasi dengan tujuan menjaga ketertiban masyarakat secara luas. Masyarakat di sekitar lokasi bisnis diharapkan akan mendapatkan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan dampak negatif dari adanya suatu investasi bisnis.⁶⁹

Aspek hukum dalam studi kelayakan bisnis menyangkut pada semua hal terkait legalitas rencana bisnis yang hendak dilakukan oleh perusahaan. Ketentuan-ketentuan hukum tersebut meliputi:

1. Izin lokasi
2. Akte pendirian perusahaan dari notaris
3. Pengesahan Surat Pendirian Perusahaan dari Pengadilan Tinggi Setempat
4. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
5. Surat tanda daftar perusahaan
6. Surat izin tempat usaha dari Pemerintah Daerah setempat
7. Surat tanda rekanan dari Pemerintah Daerah setempat
8. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)⁷⁰

⁶⁹ Rochmat Aldy Purnomo, *Studi Kelayakan Bisnis...*, hlm. 60-61.

⁷⁰ Sunarji Harahap, *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif...*, hlm. 38-39.

c. Aspek Lingkungan Industri

Aspek lingkungan industri lebih mengarah pada aspek persaingan dimana bisnis perusahaan berada. Akibatnya, faktor-faktor yang mempengaruhi kondisi pesaing, seperti ancaman pada perusahaan dan kekuatan yang dimiliki perusahaan termasuk kondisi persaingan itu sendiri menjadi perlu untuk dianalisis guna studi kelayakan bisnis. Michael E porter mengemukakan konsep *Competitive Strategi* yang menganalisis persaingan bisnis berdasarkan 5 aspek yang disebut lima kekuatan bersaing. Lalu, R.E Freeman sebagaimana dikutip oleh Wheelen merekomendasikan aspek yang keenam untuk melengkapinya. Keenam aspek yang menjadi pokok bahasan tersebut adalah:⁷¹

- a. Ancaman Masuk pendatang baru
- b. Persaingan sesama perusahaan di dalam industrinya
- c. Ancaman dari produk pengganti
- d. Kekuatan tawar menawar pembeli (*buyers*)
- e. Kekuatan tawar menawar pemasok (*suppliers*)
- f. Pengaruh kekuatan *stakeholder* lainnya.

Persaingan sesama perusahaan dalam industry salah satunya dengan karakteristik produk. Hendaknya tidak hanya sekadar menyediakan kebutuhan dasar akan tetapi hendaknya memiliki suatu pembeda *differentiation* atau nilai tambah.⁷²

⁷¹ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi 3...*, hlm. 268.

⁷² *Ibid.*, hlm 270.

d. Aspek Lingkungan

Aspek lingkungan yang lain adalah lingkungan hidup hendaknya suatu bisnis memperhatikan lingkungan hidup baik untuk kehidupan manusia hewan dan tumbuh-tumbuhan serta lingkungan alam lain. Jadi analisis mengenai dampak lingkungan menjadi penting untuk diketahui dan direalisasikan⁷³. Lingkungan hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan dan makhluk hidup, termasuk di dalamnya manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lainnya (UU. No. 23/1997). Lingkungan hidup dalam pengertian ekologi tidaklah mengenal batas wilayah baik wilayah negara maupun wilayah administratif, akan tetapi jika lingkungan hidup dikaitkan dengan pengelolaannya maka harus jelas batas wilayah wewenang pengelolaan tersebut. Lingkungan hidup Indonesia sebagai suatu sistem yang terdiri dari lingkungan sosial (*sociosystem*), lingkungan buatan (*technosystem*) dan lingkungan alam (*ecosystem*) dimana ke tiga sub sistem ini saling berinteraksi (saling mempengaruhi).⁷⁴

G. Senapan Angin

1. Pengertian Senapan Angin

Senapan angin adalah senjata yang menggunakan prinsip pneumatic yang menembakkan peluru dengan menggunakan tenaga udara atau sejenis

⁷³ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi 3...*, hlm. 29.

⁷⁴ Sunarji Harahap, *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan integrative...*, hlm. 194.

gas tertentu yang dimampatkan. Senapan angin biasa digunakan untuk olahraga dan berburu binatang kecil seperti burung, kelinci, babi hutan dan tupai, ukuran peluru yang dipakai biasanya juga tidak terlalu besar yaitu ukuran kaliber 177 atau 4,5 mm dan 5,5 mm biasanya terbuat dari bahan timah, meskipun begitu senapan ini bisa membunuh orang kalau prosedur pemakaiannya keliru atau disalahgunakan.

2. Senapan Angin di Indonesia

Di Indonesia senapan angin terus berkembang sehingga banyak jenis senapan angin yang dapat ditemukan, dari setiap jenis senapan angin yang ada di Indonesia tentunya akan berbeda-beda kegunaan dan spesifikasinya.

Berikut ini adalah beberapa jenis senapan angin yang ada di Indonesia:

- a) Senapan pegas, jenis senapan yang pertama ini sangat terkenal di masyarakat yang di mana senapan jenis ini paling sering digunakan untuk berburu di hutan. Cara menggunakan senapan pegas ini harus dikokang dulu bagian bawah senjatanya, karena senjata ini memerlukan kompresi udara, tujuannya untuk mendorong peluru yang keluar dari senjata tersebut;
- b) Senapan geljuk, senapan ini menjadi salah satu favorit ketika sedang ingin memburu karena senapan ini bisa mengeluarkan peluru sekaligus banyak. Karena senapan geljuk ini berbeda dengan senapan yang lainnya;
- c) Senapan tabung gas, senapan ini namanya begitu aneh. Namun yang menjadikan senapan ini luar biasa adalah kecepatan peluru dan daya tajam dari peluru tersebut. Senapan tabung gas sebenarnya hanyalah

senapan yang biasa namun ditambahkan dengan tabung gas. Dan tabung gas di sini bukanlah tabung gas elpiji melainkan tabung gas yang disematkan pada senapan tersebut. Senapan ini paling sering digunakan banyak para pemburu profesional karena memang senapan ini adalah salah satu senapan terbaik di kelasnya; dan

- d) Senapan uklik, jenis senapan yang terakhir ini adalah senapan yang paling laris di Indonesia, karena senapan angin ini tidak terlalu berbahaya dan tidak terlalu di larang penggunaannya di Indonesia. Harga dari senapan ini sangat terjangkau kisaran harga 150 sampai dengan 200 ribu rupiah. Maka dari itu senapan angin ini sangat laris di pasaran.

3. Jenis Kaliber Senapan Angin

Senapan angin juga ada jenis-jenis kaliber atau peluru sebagai pelontar pada senapan angin tersebut. Berikut beberapa jenis kaliber senapan angin:⁷⁵

- a) 177 (4,5 mm) kaliber paling umum, digunakan juga di lomba menembak olimpiade, peluru ini mempunyai lintasan paling datar sehingga menjadikan paling akurat. Tidak memerlukan izin untuk memiliki kaliber ini di Indonesia;
- b) 20 (5,0 mm) kaliber ini banyak digunakan di Eropa, mempunyai lintasan mirip 177 tetapi dapat mengirim lebih banyak tenaga;

⁷⁵ Zaki Muhammad Hasbi, dkk, Tinjauan Yuridis Terhadap Produksi Senapan Angin Secara Bebas (Studi Kasus Nomor 38/Pid.Sus/2015/Pn.Mlg), *Jurnal Krisna Law Volume 2, Nomor 1, 2020, 109-122.*

- c) 22 (5,5 dan 5,6 mm) kaliber paling umum digunakan untuk berburu, karena memiliki energi yang cukup besar. Harus menggunakan izin untuk memiliki kaliber ini di Indonesia;
- d) 25 (6,35 mm) kaliber umum yang paling besar, mempunyai tenaga paling besar pada saat tumbukan tetapi lintasannya sangatlah melengkung sehingga hanya digunakan pada senapan dengan tenaga yang besar.

4. Peraturan Penggunaan Senapan Angin

Mengenai penggunaan senapan angin, diatur dengan peraturan KAPOLRI no. 8 tahun 2012. Penggunaan senapan angin diatur dengan peraturan KAPOLRI no. 8 tahun 2012. pada pasal 12 ayat (1):⁷⁶

Senapan angin masuk dalam kategori senjata api. Untuk memiliki dan menggunakan senapan angin untuk kepentingan olah raga, seseorang harus memenuhi syarat:

- a) memiliki kartu klub menembak yang bernaung di bawah Perbakin,
- b) berusia paling rendah 15 tahun dan paling tinggi 65 tahun. Syarat ini dikecualikan bagi atlet olah raga menembak berprestasi yang mendapat rekomendasi dari pengurus Perbakin.
- c) sehat jasmani dan rohani yang dibuktikan dengan Surat keterangan dari dokter serta psikologi.

⁷⁶ Dikutip dari, <https://tribrataneews.polri.go.id/read/947/33/penggunaan-senapan-angin-diatur-dengan-peraturan-kapolri-no-8-tahun-2012-1594292833>, diakses pada tanggal 1 September 2021 pada pukul 13.00 WIB.

d) memiliki keterampilan menembak yang dibuktikan dengan surat keterangan yang dikeluarkan oleh pengurus Perbakin.pasal 4 ayat (3) PerKapolri No. 8/2012; senapan angin (air rifle) digunakan untuk kepentingan olah raga menembak sasaran atau target.

Pasal 41 PerKapolri menjelaskan pemegang senapan angin untuk kepentingan olah raga dilarang menggunakan atau menembakkan senjata api di luar lokasi latihan, pertandingan dan berburu. PB Perbakin mengeluarkan Surat Edaran Nomor 257/Sekjen/PB/III/2018 tentang penggunaan senapan angin. Senapan angin hanya digunakan untuk latihan bukan untuk berburu binatang apa lagi binatang yang dilindungi.

H. Bisnis Islam

1. Pengertian Bisnis Islam

Agama Islam sangatlah menganjurkan setiap umat untuk selalu bekerja. Tidak ada satu kata pun yang menyebut bahwa orang Islam yang beriman itu disarankan untuk menjadi pengangguran karena hal tersebut merupakan perilaku syaitan. Begitu pentingnya perilaku yang menjunjung tinggi etos kerja agar manusia selalu bekerja, bekerja, dan bekerja, Rasulullah Muhammad SAW bersabda di dalam dalam suatu hadis yang artinya *bahwa bekerja mencari rejeki yang halal merupakan kewajiban, setelah kewajiban ibadah.* (HR. Ath Thabrani dan Baihaqi).

Hadist ini kemudian diperkuat dengan firman Allah dalam surah al-A'raff ayat 10:

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعَايِشَ ۗ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ ﴿١٠﴾

Artinya:

“*Sesungguhnya, Kami menempatkan kalian sekalian di muka bumi dan Kami memberikan kalian di bumi itu (sumber) penghidupan.*” (QS. AL-A'raff Ayat 10)

Berdasarkan ayat Al Quran di atas, sudah sangat jelas meminta kepada manusia untuk bekerja mencari sumber penghidupan yang sudah disediakan oleh Allah Swt. Ayat Al Quran di atas kemudian dipertegas dalam hadist agar dalam mencari sumber rejeki haruslah dengan jalan yang halal karena mencari rezeki halal adalah wajib hukumnya. Dari sini, bisa disimpulkan bahwa definisi pengertian bisnis syariah Islam adalah segala bentuk bisnis dengan dibatasi oleh cara mendapatkan dan memberdayakan harta agar selalu halal dan menolak hal-hal yang bersifat haram.⁷⁷

M.I. Yusanto dan M.K Widjajakusuma, menjelaskan bisnis islam adalah sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuk yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram)⁷⁸.

Dari pemaparan beberapa pengertian diatas penulis menyimpulkan bahwa Bisnis Islam merupakan aktivitas atau kegiatan bisnis yang dilakukan

⁷⁷ *Ibid.*, hlm. 11-12.

⁷⁸ M.I. Yusanto dan M.K. Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami...*, hlm. 18.

untuk memperoleh keuntungan, akan tetapi cara mendapatkan dan menggunakan harta selalu memikirkan hal-hal yang halal dan menjauhi sifat-sifat yang haram.

Bisnis Syariah merupakan penerapan dan perwujudan dari aturan syariat dalam menjalankan usaha. Sebenarnya bentuk bisnis syariah tidak jauh beda dengan bisnis pada umumnya, yaitu upaya memproduksi/mengusahakan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen. Namun aspek menjalankan aturan Syariah ini yang membedakannya dengan bisnis pada umumnya. Sehingga bisnis Syariah selain mengusahakan bisnis pada umumnya juga menjalankan perintah Allah Ta'ala dalam hal bermuamalah. Untuk membedakan antara bisnis syariah dan konvensional dapat diketahui melalui ciri dan karakter bisnis syariah yang memiliki keunikan dan ciri tersendiri beberapa ciri itu antara lain:⁷⁹

- a. *Memiliki pemahaman terhadap bisnis yang halal dan haram.* Bisnis Syariah dituntut mengetahui benar fakta-fakta cikal mana terhadap praktik bisnis yang Shahih dan sah disamping juga harus paham dasar-dasar Nash yang dijadikan hukumnya tahqiqul hukmi
- b. *Selalu berpijak pada nilai-nilai ruhiyah.* Nilai ruhiyah adalah kesadaran setiap manusia akan eksistensinya sebagai ciptaan atau makhluk Allah yang harus selalu kontak dengannya dalam wujud ketaatan di setiap tarikan nafas hidupnya. ada tiga aspek paling tidak

⁷⁹ Hamdi Agustin, *Studi Kelayakan Bisnis Syariah.....*, hlm. 7-8.

nilai ruhiyah ini harus terwujud yaitu pada aspek konsep sistem yang diberlakukan dan dan pelaku

- c. *Praktik bisnis sesuai syariah yang benar.* Dalam hal ini harus terdapat kesesuaian antara aturan Syariah Islam dan praktek Bisnis yang dilakukan antara apa yang telah dipahami dan yang diterapkan sehingga pertimbangannya tidak semata-mata untung dan rugi secara materiil tetapi sangat mempertimbangkan praktek bisnis yang sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan syariat Islam.
- d. *Berorientasi pada ibadah kepada Allah ta'ala.* Orientasi ini didapatkan dengan menjadikan bisnis yang dikerjakannya itu sebagai ladang ibadah dan menjadikan pahala dihadapan Allah ta'ala. hal itu terwujud jika bisnis atau apapun yang kita lakukan selalu mendasar pada aturannya yaitu Syariah Islam.

Prinsip etika bisnis islam menurut Qardhrawi adalah salah satu prinsip yang dapat menjadi rujukan bagi pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya. Selain Qardhawi, prinsip etika bisnis masih banyak lagi yang dijelaskan oleh para ahli ekonomi islam. Secara umum prinsip etika bisnis islam dilihat dari kesatuan ASIFAT yaitu: *Akidah* (Ketaatan kepada Allah Ta'ala), *Shidiq* (Benar), *Fathanah* (Cerdas), *Amanah* (Jujur) dan *Tabligh* (Komunikatif).⁸⁰

Pada pandangan islam dalam melakukan perencanaan, pengorganisasian penerapan dan pengawasan yang berhubungan dengan

⁸⁰*Ibid.*, hlm. 9.

keuangan syariah salah satunya adalah “uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan”.⁸¹

2. Orientasi Bisnis Syariah

Islam sangat menghargai kerja keras seseorang, kerja keras yang dilakukan akan mendapat pahala dari Allah Ta’ala. Seorang manusia yang selamat adalah manusia yang bertaqwa kepada Allah Ta’ala. Ketaqwaannya dapat ditentukan dengan pengamalan syariah islam dalam melakukan bisnis. Dalam berbisnis seorang muslim selalu patuh dengan syariat agama islam. Seorang muslim yang menjalankan bisnis diharapkan membawa keseimbangan dalam hidupnya, imbang dalam hal dunia dan akhirat. Melalui kisah berniaga Rasulullah, islam mengajarkan bagaimana bisnis seharusnya dilakukan. Mulai dari etika berbisnis sampai penggunaan harta yang diperoleh. Dengan berpegang pada syariat islam, bisnis memiliki tiga tujuan yaitu:⁸²

a. Laba

Laba berupa materi dan benefit berupa non materi. Lapa berupa materi yang diperoleh dengan melakukan bisnis dengan cara yang halal dengan tidak menghalalkan segala cara. Tujuan benefit non materi adalah *qimah insaniyah*, *qimah khuluqiyah* dan *qimah ruhiyah*. *Qimah insaniyah* adalah manfaat dari seseorang melakukan bisnis kepada orang lain dalam bentuk, sedekah, zakat, kesempatan kerja, dan bantuan sosial

⁸¹*Ibid.*, hlm. 116.

⁸²*Ibid.*, hlm. 17-19.

qimah insaniyah. Qimah insaniyah lebih kepada memberikan manfaat kemanusiaan bagi orang di sekitarnya. *Qimah khuluqiyah* yang dimaksud adalah setiap perbuatan atau perilaku bisnis muslim haruslah memiliki akhlak yang baik sifat ini yang akan terlihat pada seseorang jika dia rajin dan ibadahnya kepada Allah ta'ala dan berdoa malah yang sesuai dengan perintah Allah ta'ala.

Qimah ruhiyah mempunyai pengertian jika seseorang harus selalu melibatkan Allah ta'ala dalam setiap kegiatannya untuk mendekatkan diri kepada Allah ta'ala. Perilaku bisnis yang sebenarnya tidak hanya perbuatan yang semata-mata hanya berhubungan dengan muamalah dengan orang lain tetapi juga memiliki sifat *illahiyah* untuk mendapat ridha dan nilai ibadah kepada Allah ta'ala.

b. Pertumbuhan kinerja

Untuk menjaga agar bisnis tumbuh dari tahun ke tahun maka pelaku bisnis Syariah dapat dilakukan dan cara meningkatkan kualitas produksi dan pelayanan agar konsumen tetap senang membeli atau memakai jasa yang disediakan oleh pelaku bisnis. Setiap usaha diharapkan selalu mengalami pertumbuhan. Pertumbuhan ini haruslah dijaga keberlangsungannya agar usaha yang dilakukan dapat berlangsung dalam kurun waktu yang lama. Untuk menjaga keberlangsungan usaha harus berdoa meminta kemurahan dan rezeki dari

Allah Ta'ala disamping itu ikhtiar dengan cara membuat perencanaan yang berlandaskan syariat Islam.

c. Ridha allah ta'ala

Semua yang dilakukan oleh seorang muslim harus memiliki tujuan akhir keberkahan dari Allah Ta'ala. keberkahan yang diperoleh dari ridho Allah ta'ala diperoleh dengan mempraktekkan syariat Islam dan menjalankan semua kegiatan bisnisnya dengan ikhlas. Jika mereka menyatukan mencari rezeki dan beribadah kepada Allah ta'ala maka mereka telah mengumpulkan kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat.

Syariat Islam mengajarkan bahwa harta yang telah didapat bukanlah tujuan akhir dari hidup, tetapi dengan fasilitas berupa harta kekayaan seseorang dapat membantu sesama dengan berbuat amal sosial kepada sesama manusia. Bisnis muslim dikatakan beruntung manakala bisnis tersebut jadi amal ibadah, bisa berdakwah, banyak sedekah membayar zakat, dan paling banyak memberi manfaat kepada orang lain. Bisnis muslim haruslah bersifat Arif dalam menyikapi harta yang diberikan Allah ta'ala kepadanya. Sebagai wirausahawan muslim harus mengerti jika semua harta yang dia peroleh adalah harta Allah ta'ala yang dititipkan padanya. Maka selayaknya mereka harus menafkahkan sebagian hartanya di jalan Allah ta'ala sebagai firman Allah Ta'ala dalam surah Adz-Dzariyaat (51) ayat 19:

وَيٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا اٰمَواٰهِيْمَ حَقُّ لِّلسَّآءِلِ وَالْمَحْرُوْمِ ۙ ۱۹

Artinya:

“Dan pada harta benda mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak meminta”⁸³ (QS. Adz-Dzariyaat ayat 19)

3. Karakteristik Bisnis Syariah

Menurut Yusanto, M.T dan Wijayakusuma sebagaimana yang dikutip oleh Nana Erdian Abdurrahman bahwa karakteristik bisnis syariah yaitu sebagai berikut:⁸⁴

- a. Tidak memberi hadiah/komisi dalam lobi bisnis (uang, wanita dan lain-lain);
- b. Tidak makan riba;
- c. Tidak wanprestasi/ingkar janji;
- d. Input, proses, output bebas dari barang dan jasa haram;
- e. Tidak suap;
- f. Tidak menipu;
- g. Tidak korupsi;
- h. Tidak dzalim.

4. Perbedaan Bisnis Konvensional dan Bisnis Syariah

Bisnis Berbasis syariah berbeda dengan bisnis berbasis konvensional. Berikut ini akan dijelaskan perbedaan konsep bisnis konvensional dengan bisnis syariah:⁸⁵

⁸³ Qur'an Kemenag, "Surah Adz-Dzariyaat", Dikutip dari, <https://quran.kemenag.go.id/>, Diakses Pada 12 Oktober 2021 Pukul 18.30 WIB.

⁸⁴ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta: Prenada Media, 2017), hlm. 24-25.

⁸⁵ Hamdi Agustin, *Studi Kelayakan Bisnis Syariah...*, hlm. 8.

Tabel 2.2**Perbedaan Bisnis Konvensional dan Bisnis Syariah islam**

No	Aspek	Bisnis Konvensional	Bisnis Syariah islam
1	Asas	Sekularisme dan manfaat dunia	Akidah islam berdasarkan Al-Quran dan Hadist
2	Motivasi	Dunia Untuk mencapai kekayaan	Dunia dan utamanya akhirat untuk beribadah
3	Orientasi	Profit dan kesejahteraan	Ibadah, profit dan sosial
4	Sumber Modal	Halal dan Haram	Halal
5	Manajemen Sumber daya manusia	SDM sebagai factor produksi dan orientasi pemberdayaan	SDM sebagai ciptaan Allah dan mengikuti sifat rasulullah
6	Manajemen operasional	Tidak ada jaminan halal	Jaminan halal bahan baku, proses dan hasil
7	Manajemen pemasaran	Pemasaran menghalalkan segala cara	Pemasaran berdasarkan syariah yang dijamin halal
8	Manajemen keuangan	Sumber pendapatan dan modal halal dan haram	Sumber pendapatan dan modal halal.

Sumber: Hamdi Agustin, "Studi Kelayakan Bisnis Syariah", Depok: Rajawali Pers Tahun 2019.

G. Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari kerancuan dan tumpang tindih pembahasan maka dilakukan tinjauan terhadap penelitian terdahulu untuk melihat apakah permasalahan ini sudah dibahas atau belum, sepanjang tinjauan yang dilakukan, tidak ditemukan beberapa tulisan yang ada kaitannya dalam pembahasan ini diantaranya :

Penelitian berupa jurnal yang dilakukan oleh Siti Rahmadani dan makmur yang berjudul "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan

Umkm Usaha Tahu Dan Tempe Karya Mandiri Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran Dan Aspek Keuangan” penelitian ini berfokus pada kelayakan bisnis untuk mengembangkan umkm. Aspek studi kelayakan bisnis yang diteliti meliputi aspek non keuangan dan aspek keuangan. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek pemasaran dan aspek keuangan dinyatakan layak untuk dapat dijadikan pengembangan usaha dan dapat menjadikan keuntungan dimasa yang akan datang.⁸⁶ Terkait hal ini peneliti dan penelitian terdahulu memiliki persamaan yaitu meneliti tentang studi kelayakan bisnis sedangkan untuk perbedaan sendiri yaitu pada aspek-aspek studi kelayakan bisnis. Dan aspek yang saya sajikan meliputi aspek pasar, internal perusahaan dan aspek lingkungan. Serta bagaimana cara pandangan tentang bisnis dalam perspektif islam.

Penelitian berupa jurnal yang dilakukan oleh Abidatul Afiyah, dkk, yang berjudul *Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian Home Industry (Studi Kasus pada Home Industry Coklat”Cozy” Kademangan Blitar)*. Penelitian ini berfokus pada kelayakan investasi pada usaha start up. Metode yang digunakan yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan produksi, aspek organisasi dan manajemen, serta aspek finansial dengan perhitungan kelayakan investasi berupa Payback Period (PP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), dan Profitability Index (PI). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari semua aspek yang diteliti menunjukkan layak untuk dijalankan. Meskipun

⁸⁶ Siti Rahmadani dan Makmur, Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan Umkm Usaha Tahu Dan Tempe Karya Mandiri Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran Dan Aspek Keuangan, *HIRARKI : Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol. 1 , No.1 , 2019, pp: 76 – 83.*

usaha tersebut baru dirintis, ada konsep yang matang dari owner usaha tersebut sehingga usaha tersebut dapat berkembang.⁸⁷ Terkait hal ini peneliti dan penelitian terdahulu memiliki persamaan yaitu meneliti tentang studi kelayakan bisnis sedangkan untuk perbedaan sendiri yaitu lokasi penelitian. Dan aspek yang saya sajikan meliputi aspek pasar, internal perusahaan dan aspek eksternal perusahaan.

Penelitian berupa jurnal yang dilakukan oleh Heni Sukma Wati dan Fatimah Zahra Nasution Yang berjudul Analisis Kelayakan Bisnis Syariah Pada Usaha Mikro Tempe. Penelitian ini berfokus untuk mengembangkan usaha keskala yang lebih besar. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif serta metode penelitian suvei dan wawancara. Aspek yang diteliti meliputi aspek finansial dan pemasaran berbasis syariah. Hasil penelitian ini untuk kelayakan bisnis pada aspek keuangan (financial) dinyatakan layak dan pada aspek pemasaran syariah (sharia marketing) telah menjalankan sesuai syariah islam.⁸⁸ Terkait hal ini peneliti dan penelitian terdahulu memiliki persamaan yaitu meneliti tentang studi kelayakan bisnis sedangkan untuk perbedaan sendiri yaitu lokasi penelitiannya.

Penelitian berupa jurnal yang dilakukan oleh Fachrurazi dan Yusuf tentang *Fatwa Satwa (Kajian Fiqh dan hukum Positif tentang berburu satwa)*. Hasilnya Hukum Islam perlu mengatur perburuan agar manusia mendapatkan

⁸⁷ Abidatul Afiyah, dkk, Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian Home Industry (Studi Kasus pada Home Industry Coklat"Cozy" Kademangan Blitar), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 23 No. 1 Juni 2015*.

⁸⁸ Heni Sukma Wati dan Fatimah Zahra Nasution, Analisis Kelayakan Bisnis Syariah Pada Usaha Mikro Tempe, *Universitas Siliwangi Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 4. No. 1. Mei 2019*

yang terbaik dalam hal makanan dan untuk menguji manusia dalam hal ketatan kepada Allah SWT. Dalam hukum positif, peraturan Pemerintah No.13 Tahun 1994 tentang Perburuan Satwa Buru menjadi dasar hukum dalam kegiatan berburu di Indonesia. Meskipun ada perbedaan namun ada persamaan yang menunjukkan bahwa agama (Islam) dan negara ini mempunyai semangat yang sama bahwa satwa merupakan salah satu entitas yang ada di dunia ini yang walaupun dalam beberapa hal boleh dimanfaatkan oleh manusia (makan, menunggangi, dan lain-lain) namun bukan berarti harus dieksploitasi sehingga mengancam eksistensi dan ekosistem dari satwa tersebut. dalam konteks Islam manusia sebagai *khalifah fil ardh*, Islam dengan fiqh-nya dan negara dengan hukumnya, perlu mengatur hal-hal yang berkaitan dengan perburuan satwa demi menjaga siklus kehidupan di dunia ini bisa berjalan seimbang⁸⁹. Terkait hal ini peneliti dan penelitian terdahulu memiliki persamaan pada masalah berburu satwa salah satunya dengan menggunakan alat berupa senapan angin dengan sudut pandang islam sedangkan untuk perbedaan sendiri yaitu fokus penelitiannya.

Penelitian berupa jurnal yang dilakukan oleh Revi Oktama Jaya, dkk yang berjudul *Analisis Perancangan Produk Bermerek Senapan Angin Di PT. X*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan secara kuantitatif. Hasil dari penelitian adalah secara kualitatif adanya usaha untuk menciptakan merk yang kuat, menguntungkan, evaluasi dalam pemasaran produk. Secara kuantitatif dalam brand image berpengaruh terhadap brand

⁸⁹ Fachrurazis dan Yusuf, Fatwa Satwa (Kajian Fiqh dan hukum Positif tentang berburu satwa), *Al-Maslahah – Volume 13 Nomor 1 April 2017*

visualization dan brand recognition berpengaruh terhadap brand visualization. Dalam hal ini, diutamakan pada variabel brand visualization sebagai langkah penentuan strategi dimasa mendatang.⁹⁰ Terkait hal ini peneliti dan penelitian terdahulu memiliki persamaan meneliti tentang usaha senapan angin sedangkan untuk perbedaan sendiri yaitu pada metode penelitiannya. Menggunakan kualitatif dan kuantitatif. Sedangkan dalam penelitian ini hanya menggunakan pendekatan kualitatif.

Penelitian berupa jurnal yang dilakukan oleh Zaki Muhammad Hasbi, dkk yang berjudul *Tinjauan Yuridis Terhadap Produksi Senapan Angin Secara Bebas (Studi Kasus Nomor 38/Pid.Sus/2015/PN.Mlg)*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yuridis normatif yaitu dengan cara menelaah bahan pustaka (data sekunder) yang ada dan menggunakan data angket atau kuesioner. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdakwa jelas melakukan kesalahan dalam melakukan tindakan pidana memproduksi senapan angin tanpa izin. Dengan demikian, perbuatan terdakwa memenuhi unsur pidana dalam Pasal 1 ayat (1) UU Drth No. 12 Tahun 1951.⁹¹ Terkait hal ini peneliti dan penelitian terdahulu memiliki kesamaan yaitu membahas tentang produksi senapan angin, sedangkan perbedaannya pada jenis penelitian dan fokus penelitian.

⁹⁰ Revi Oktama Jaya, Dkk, Analisis Perancangan Produk Bermerek Senapan Angin Di PT. X, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Teknik Industri Universitas Kadiri Vol. 3 No. 1 Januari 2021*, hal 52 – 62.

⁹¹ Zaki Muhammad Hasbi, dkk, *Tinjauan Yuridis Terhadap Produksi Senapan Angin Secara Bebas (Studi Kasus Nomor 38/Pid.Sus/2015/Pn.Mlg)*, *Jurnal Krisna Law Volume 2, Nomor 1, 2020*, 109-122.

Penelitian berupa jurnal yang dilakukan oleh Dewi Purnamasari dan Bambang Hendrawan yang berjudul *Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Roti Ceriwis sebagai Oleh-Oleh Khas Kota Batam*. Jenis penelitian kualitatif dan kuantitatif. Menggunakan Metode analisis yang digunakan dalam studi kelayakan usaha meliputi aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek finansial dan analisis sensitivitas yang digunakan untuk menguji dampak kenaikan biaya terhadap kelayakan bisnis tersebut. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa usaha Roti Ceriwis layak untuk dijalankan dan mempunyai prospek yang sangat bagus.⁹² Terkait hal ini peneliti dan penelitian terdahulu memiliki persamaan yaitu menganalisis studi kelayakan bisnis dari beberapa aspek yang digunakan sebagai tolak ukur. Sedangkan perbedaannya yaitu bagaimana padangan bisnis islam untuk menjalankan usaha dan perhitungan investasi menurut islam.

Penelitian berupa jurnal yang dilakukan oleh Vega Wafaretta yang berjudul *Membangun Studi Kelayakan Bisnis Dalam Perspektif Maqashid Syariah Yang Diperluas*. Studi kelayakan bisnis dilakukan untuk memperkirakan return di masa depan dan mengelola risiko. Dalam penelitian ini menerapkan metode yang dijelaskan oleh Mamah Dedeh, dijadikan dasar untuk mencapai kemaslahatan sebagai tujuan syariah (*maqashid syariah*). Melakukan rekonstruksi studi kelayakan bisnis dalam *perspektif extended maqashid sharia* (tujuan syariah yang diperluas) untuk mencapai masalah, yaitu *maqashid*

⁹² Dewi Purnamasari dan Bambang Hendrawan, Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Roti Ceriwis sebagai Oleh-Oleh Khas Kota Batam, *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis* vol. 3, no. 1, 2013, 83-87.

syariah memelihara agama, jiwa, akal, harta, serta menambahkan pemeliharaan lingkungan dan persaudaraan (*ukhuwah*), tetapi tidak termasuk memelihara keturunan.⁹³ Terkait hal ini peneliti dan penelitian terdahulu memiliki persamaan yaitu membahas studi kelayakan bisnis dan perspektif syariah Islam. Sedangkan perbedaannya yaitu fokus penelitian dan tujuannya.

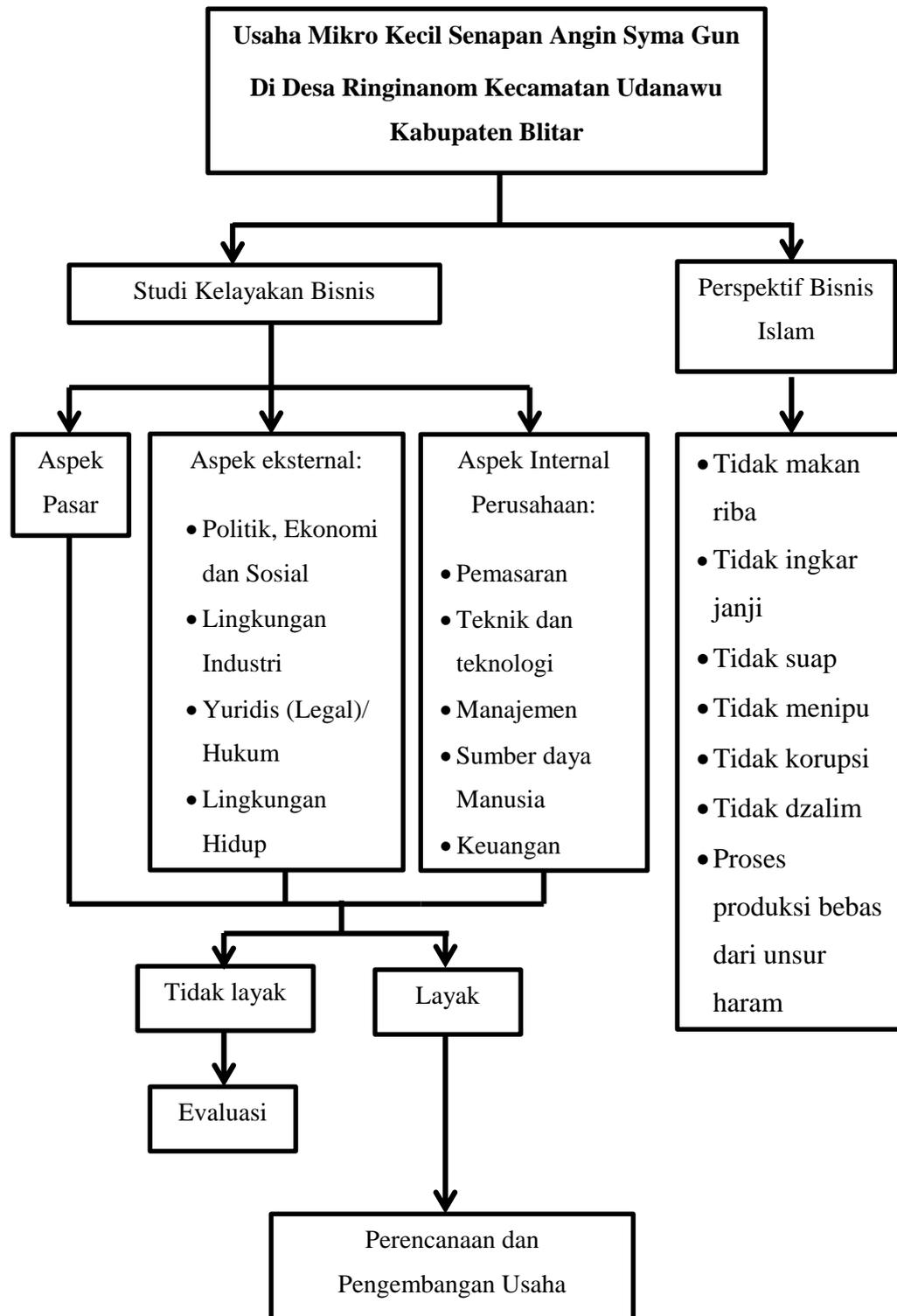
H. Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian ini dijelaskan bahwa mengapa peneliti mengambil judul penelitian” Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Senapan Angin Shima Gun Di Desa Ringinanom Kecamatan Udanawu Kabupaten Blitar Dalam Perspektif Bisnis Islam”. Usaha tersebut terletak di Dusun Ringinanom Rt. 03 Rw. 01 Desa Ringinanom Kecamatan Udanawu Kabupaten Blitar. Yang didirikan Oleh Bapak Ahmad Zaenudin pada tahun 2017. Usaha ini membuat 3 jenis senapan angin. Senapan angin *gejluk* (kuningan), *seamless* (Putihan), dan senapan angin *bocap* (botol kecap) yang masing-masing berkaliber 4,5 mm. Oleh karena itu, peneliti berfokus pada Studi Kelayakan Bisnis untuk mengetahui usaha ini layak atau tidak dijalankan. Nantinya dapat digunakan untuk melakukan perencanaan serta pengembangan usaha dimasa yang akan datang. Ada beberapa aspek yang di teliti meliputi, aspek pasar, aspek internal perusahaan dan aspek lingkungan. Dan bagaimana pandangan tentang bisnis Islam pada aspek internal perusahaan.

⁹³ Vega Wafaretta, Membangun Studi Kelayakan Bisnis Dalam Perspektif Maqashid Syariah Yang Diperluas, *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi Islam IMANENSI Volume 1 Nomor 2 Halaman 1-71 Malang, Maret 2014.*

Kerangka Konseptual Penelitian Ini Sebagai berikut:

Gambar 2.3



Sumber: Data Berdasarkan Olahan Peneliti