

STUDI KELAYAKAN BISNIS

Studi kelayakan bisnis adalah sebuah proses analitis yang mendalam untuk mengevaluasi potensi keberhasilan suatu usaha atau proyek bisnis yang direncanakan. Sebuah langkah yang sering diabaikan, namun krusial, yang memungkinkan para pelaku bisnis untuk merancang landasan yang kokoh sebelum memasuki tahap implementasi. Dalam konteks global yang terus berubah, studi kelayakan menjadi pedoman yang memandu para pengusaha dan pemangku kepentingan lainnya untuk membuat keputusan yang cerdas dan strategis. Buku ini akan menyelami esensi dari Studi Kelayakan Bisnis: mengapa hal ini penting, elemen-elemen kunci yang terlibat, dan bagaimana proses ini menjadi pondasi yang kokoh bagi bisnis yang berhasil. Dari analisis pasar hingga evaluasi risiko, buku ini akan menjelajahi setiap aspek penting yang terlibat dalam studi kelayakan bisnis, membuka mata akan pentingnya persiapan yang matang sebelum terjun ke dalam dunia bisnis yang kompetitif.

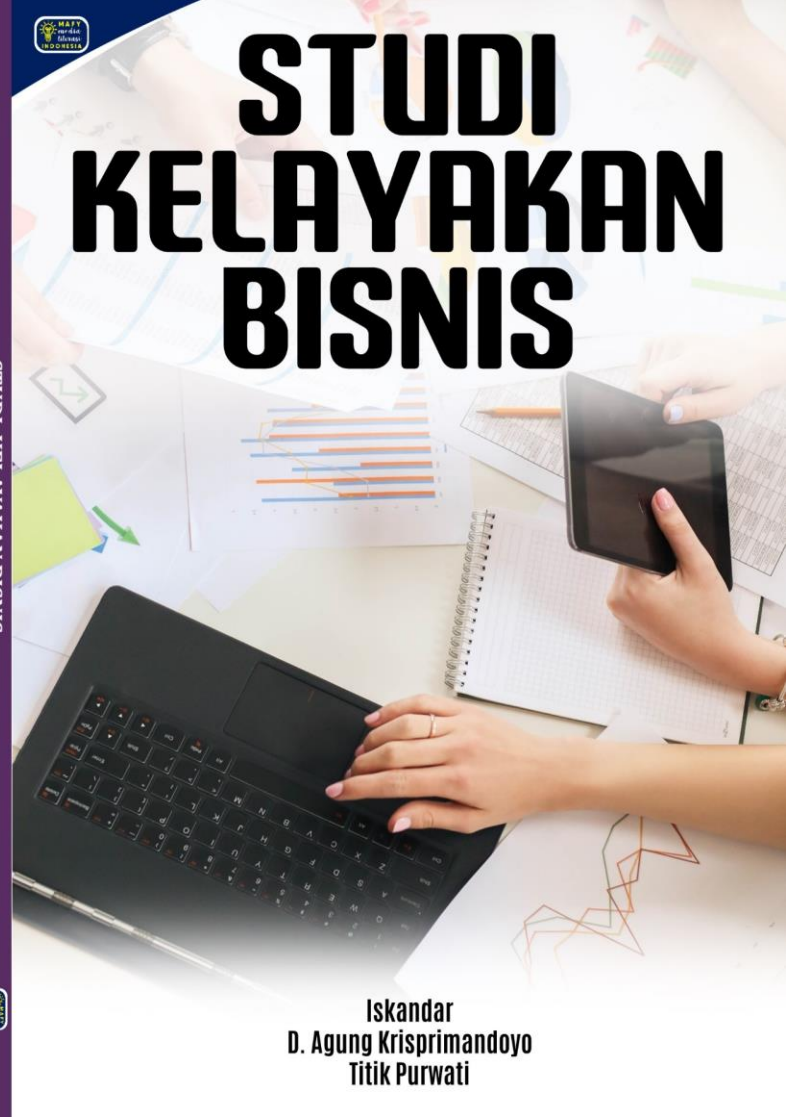


PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA
ANGGOTA IKAPI 041/SBA/2023
Email : penerbitmafya@gmail.com
Website : penerbitmafya.com
FB : Penerbit Mafy



STUDI KELAYAKAN BISNIS

STUDI KELAYAKAN BISNIS



Iskandar
D. Agung Krisprimandoyo
Titik Purwati

STUDI

Kelayakan Bisnis

UU No 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat ciptaan dan/atau produk hak terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. penggandaan ciptaan dan/atau produk hak terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. penggandaan ciptaan dan/atau produk hak terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan fonogram yang telah dilakukan pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu ciptaan dan/atau produk hak terkait dapat digunakan tanpa izin pelaku pertunjukan, produser fonogram, atau lembaga penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

STUDI

Kelayakan Bisnis

Iskandar
D. Agung Krisprimandoyo
Titik Purwati



Studi Kelayakan Bisnis

Penulis:

Iskandar

D. Agung Krisprimandoyo

Titik Purwati

Editor:

Andi Asari

Desainer:

Tim Mafy

Sumber Gambar Cover:

www.freepik.com

Ukuran:

viii, 114 hlm, 15,5 cm x 23 cm

ISBN:

978-623-8543-11-3

Cetakan Pertama:

Desember 2023

Hak Cipta Dilindungi oleh Undang-Undang. Dilarang menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA

ANGGOTA IKAPI 041/SBA/2023

Kota Solok, Sumatera Barat, Kode Pos 27312

Kontak: 081374311814

Website: www.penerbitmafy.com

E-mail: penerbitmafy@gmail.com

Prakata

Segala puji bagi Allah, Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan buku referensi ini. Tak lupa juga mengucapkan salawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad saw. karena berkat beliau, kita mampu keluar dari kegelapan menuju jalan yang lebih terang.

Kami ucapkan juga rasa terima kasih kami kepada pihak-pihak yang mendukung lancarnya buku referensi ini mulai dari proses penulisan hingga proses cetak, yaitu rekan-rekan kami, penerbit, dan masih banyak lagi yang tidak bisa kami sebutkan satu per satu.

Adapun, buku ajar kami yang berjudul '**Studi Kelayakan Bisnis**' ini telah selesai kami buat secara semaksimal dan sebaik mungkin agar menjadi manfaat bagi pembaca yang membutuhkan informasi dan pengetahuan mengenai studi tentang bisnis dan ekonomi.

Penulis, 9 Desember 2023

Daftar Isi

Prakata	v
Pendahuluan	1
<i>BAB 01· Pengantar Studi Kelayakan Bisnis</i>	
A. Studi Kelayakan Bisnis.....	3
B. Deskripsi Produk atau Layanan	5
C. Pemasaran dan Strategi Penjualan	9
D. Risiko dan Mitigasi.....	11
E. Manfaat dan Dampak.....	13
<i>BAB 02· Aspek Keuangan dan Ekonomi</i>	
A. Ruang Lingkup Aspek Keuangan	17
B. Aspek Keuangan dalam Analisis Kelayakan Bisnis	19
C. Aspek Keuangan Evaluasi Investasi	22
D. Evaluasi Risiko Keuangan dalam Bisnis	24
E. Pentingnya Analisis Kelayakan Bisnis dari Aspek Keuangan.....	26
F. Aspek Ekonomi dalam Kelayakan Bisnis	27
<i>BAB 03· Aspek Hukum</i>	
A. Definisi Aspek Hukum Dalam Studi Kelayakan Bisnis	31
B. Regulasi Bisnis.....	32
C. Kepemilikan dan Struktur Perusahaan.....	34
D. Perizinan dan Izin Operasional.....	37

BAB 04. Aspek Produksi dan Dampak Manajemen

A. Aspek Produksi.....	45
B. Kapasitas Produksi.....	50
C. Teknologi dan Inovasi.....	53

BAB 05. Aspek Pasar

A. Analisis Potensi Pasar.....	59
B. Analisis Pelanggan dan Segmen Pasar.....	63
C. Analisis Pesaing.....	67

BAB 06. Aspek Dampak Lingkungan

A. Pengenalan Aspek Dampak Lingkungan.....	73
B. Klasifikasi Dampak Lingkungan.....	77
C. Peraturan dan Kebijakan Lingkungan.....	79
D. Evaluasi Risiko Lingkungan.....	82
E. Pembuatan Keputusan Berbasis Lingkungan.....	83

BAB 07. Penyusunan Laporan Studi Kelayakan Bisnis

A. Definisi dan Tujuan.....	85
B. Studi Pasar.....	88
C. Studi Teknis.....	91
D. Analisis Risiko.....	96

Kesimpulan	99
Daftar Pustaka	101
Tentang Penulis	109

Pendahuluan

Dalam dunia yang terus berkembang dan dinamis, keberhasilan suatu bisnis tidak hanya ditentukan oleh ide yang brilian, tetapi juga oleh pemahaman yang mendalam tentang potensi, risiko, dan keseluruhan kelayakan proyek tersebut. Salah satu instrumen yang penting untuk mengamankan langkah pertama yang solid dalam perjalanan bisnis adalah studi kelayakan bisnis.

Studi kelayakan bisnis adalah sebuah proses analitis yang mendalam untuk mengevaluasi potensi keberhasilan suatu usaha atau proyek bisnis yang direncanakan. Sebuah langkah yang sering diabaikan, namun krusial, yang memungkinkan para pelaku bisnis untuk merancang landasan yang kokoh sebelum memasuki tahap implementasi. Dalam konteks global yang terus berubah, studi kelayakan menjadi pedoman yang memandu para pengusaha dan pemangku kepentingan lainnya untuk membuat keputusan yang cerdas dan strategis. Buku ini akan menyelami esensi dari Studi Kelayakan Bisnis: mengapa hal ini penting, elemen-elemen kunci yang terlibat, dan bagaimana proses ini menjadi pondasi yang kokoh bagi bisnis yang berhasil. Dari analisis pasar hingga evaluasi risiko, buku ini akan menjelajahi setiap aspek penting yang terlibat dalam studi kelayakan bisnis, membuka mata akan pentingnya persiapan yang matang sebelum terjun ke dalam dunia bisnis yang kompetitif.

Tingkat keberhasilan suatu bisnis tidak hanya terletak pada ide, tetapi juga pada kebijaksanaan dalam pengambilan keputusan dan pemahaman yang mendalam tentang peluang dan tantangan yang ada. Mari kita telusuri bersama esensi studi kelayakan bisnis dan mengapa langkah ini adalah fondasi penting

bagi kesuksesan bisnis di era modern yang penuh dengan kompleksitas dan perubahan yang cepat.

01.

Pengantar Studi Kelayakan Bisnis

A. Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis adalah sebuah tahap kritis dalam pengembangan suatu ide atau proyek bisnis, yang melibatkan evaluasi menyeluruh terhadap berbagai aspek yang dapat memengaruhi keberlanjutan dan keberhasilan bisnis tersebut. Tujuan utama dari studi ini adalah untuk menentukan apakah suatu ide bisnis layak dijalankan atau tidak, dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti ekonomi, teknis, operasional, legal, dan berbagai aspek lainnya (Reza Nurul Ichsan *et al.*, 2019).

Proses studi kelayakan mencakup beberapa langkah esensial, termasuk analisis pasar untuk memahami potensi dan permintaan pasar terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Selain itu, perhitungan keuangan menjadi bagian integral dari studi ini, dengan mengestimasi biaya awal, proyeksi pendapatan, dan pengeluaran dalam jangka waktu tertentu. Identifikasi risiko juga merupakan elemen kunci, di mana potensi hambatan dan tantangan diidentifikasi untuk kemudian diatasi dengan strategi mitigasi yang tepat.

Studi kelayakan bisnis tidak hanya melibatkan aspek keuangan semata, tetapi juga memperhatikan dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan yang mungkin dihasilkan oleh bisnis tersebut. Kesimpulan dan rekomendasi dari studi kelayakan memberikan panduan kepada para pemangku kepentingan, baik

itu pengusaha atau investor, untuk membuat keputusan yang informasional dan strategis terkait dengan kelangsungan dan kesuksesan proyek bisnis. Dengan demikian, studi kelayakan bisnis menjadi fondasi penting bagi pembuatan keputusan yang berkelanjutan dalam dunia bisnis (Kampira, 2023).

1. Latar Belakang Bisnis

Latar belakang bisnis membentuk landasan penting dalam pemahaman konteks suatu proyek atau ide bisnis. Dalam sebuah pengantar studi kelayakan bisnis, pembahasan latar belakang memberikan gambaran menyeluruh tentang asal-usul dan kebutuhan yang mendasari pengembangan ide bisnis. Latar belakang bisnis mencakup konteks historis yang memotivasi perumusan ide tersebut. Apakah itu sebagai respons terhadap suatu masalah yang ada, peluang pasar yang berkembang, atau evolusi dari tren industri tertentu, pemahaman akan latar belakang memberikan wawasan tentang alasan eksistensi bisnis (Osterwalder & Pigneur, 2013).

Latar belakang bisnis juga mencakup analisis kebutuhan dan permintaan pasar. Dalam memahami keberlanjutan bisnis, penting untuk mengevaluasi apakah ada kekosongan atau peluang yang belum terpenuhi di pasar. Hal ini dapat melibatkan identifikasi tren konsumen, kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi atau pergeseran dalam preferensi pasar. Selain itu, latar belakang bisnis juga mempertimbangkan faktor-faktor eksternal seperti perubahan regulasi atau kondisi pasar yang dapat memengaruhi keberlanjutan bisnis. Hal ini memungkinkan para pemangku kepentingan untuk merencanakan strategi yang adaptif terhadap dinamika eksternal yang mungkin memengaruhi jalannya bisnis.

Dengan merinci latar belakang bisnis dalam pengantar studi kelayakan, para pemangku kepentingan dapat memahami lebih baik konteks di mana ide bisnis tersebut muncul, membentuk dasar untuk merancang strategi yang relevan, dan

mengidentifikasi potensi tantangan yang mungkin dihadapi dalam perjalanan pengembangan bisnis (Ries, 2018).

2. Faktor-faktor Eksternal

Faktor-faktor eksternal memiliki peran krusial dalam membentuk konteks operasional suatu bisnis. Dalam konteks studi kelayakan bisnis, pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor ini memainkan peran sentral dalam menilai keberlanjutan dan kesuksesan suatu ide bisnis (David, 2011).

Pertama, perubahan regulasi dan kebijakan pemerintah merupakan faktor eksternal yang dapat berdampak signifikan terhadap jalannya bisnis. Fluktuasi dalam peraturan industri atau perubahan kebijakan ekonomi dapat memengaruhi strategi operasional dan keuangan suatu bisnis. Oleh karena itu, pemantauan terhadap perkembangan regulasi menjadi penting untuk mengidentifikasi dan mengelola risiko yang terkait.

Kedua, faktor ekonomi global dan regional memiliki dampak langsung terhadap kondisi pasar. Perubahan dalam pertumbuhan ekonomi, tingkat inflasi, atau stabilitas mata uang dapat memengaruhi daya beli konsumen dan ketersediaan sumber daya bisnis. Analisis terhadap tren ekonomi membantu dalam menyusun strategi bisnis yang responsif terhadap perubahan kondisi ekonomi.

Selain itu, faktor sosial dan budaya turut memainkan peran dalam membentuk permintaan pasar dan penerimaan produk atau layanan. Perubahan dalam tren gaya hidup, nilai-nilai masyarakat, atau preferensi konsumen dapat memicu peluang atau tantangan bagi bisnis. Pemahaman mendalam terhadap dinamika sosial dan budaya merupakan elemen penting dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk.

B. Deskripsi Produk atau Layanan

Deskripsi produk atau layanan dalam kelayakan bisnis merinci secara komprehensif tentang sifat, karakteristik, dan nilai tambah

yang ditawarkan oleh bisnis kepada pasar. Pemahaman yang mendalam tentang produk atau layanan ini adalah esensial dalam mengevaluasi potensi dan daya saing bisnis. Dalam deskripsi produk atau layanan, diperlukan penjelasan menyeluruh mengenai fitur dan spesifikasi teknis yang dimiliki. Hal ini membantu para pemangku kepentingan untuk memahami secara detail tentang produk layanan tersebut, sekaligus mengidentifikasi keunggulan kompetitif yang mungkin dimiliki (Mathur, 2010).

Selanjutnya, penting untuk menyoroti manfaat yang diberikan oleh produk atau layanan kepada pelanggan. Bagaimana produk ini memenuhi kebutuhan atau masalah pelanggan. Apakah terdapat nilai tambah yang dapat membedakannya dari pesaing. Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan ini mungkin membantu membentuk strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, analisis pasar dan pelanggan menjadi bagian penting dalam deskripsi produk atau layanan. Memahami sebuah produk yang memenuhi kebutuhan pasar dan menentukan target pasar utamanya. Penetapan sasaran pasar dan pemahaman yang mendalam terhadap preferensi pelanggan membentuk dasar strategi penjualan dan pemasaran.

Dalam konteks studi kelayakan bisnis, deskripsi produk atau layanan juga mencakup evaluasi terhadap risiko teknis atau operasional yang mungkin terjadi. Ketergantungan pada teknologi tertentu atau kebutuhan akan infrastruktur khusus dapat memengaruhi keberlanjutan bisnis. Dengan mendetailkan deskripsi produk atau layanan, para pemangku kepentingan dapat memahami esensi dari bisnis tersebut. Hal ini membantu dalam merancang strategi pemasaran yang tepat, mengidentifikasi potensi pangsa pasar, serta mengevaluasi kebutuhan dan risiko teknis yang harus diatasi untuk memastikan keberhasilan bisnis.

1. Manfaat Produk dan Layanan

Manfaat yang diberikan oleh produk atau layanan kepada pelanggan merupakan poin kunci dalam menjual dan memasarkan suatu bisnis. Berikut adalah beberapa manfaat

umum yang mungkin dihasilkan oleh produk atau layanan (Kotler *et al.*, 2001).

- a. Memenuhi Kebutuhan dan Keinginan
 - 1) Produk atau layanan memberikan solusi konkret terhadap kebutuhan atau masalah pelanggan.
 - 2) Mampu memenuhi keinginan dan preferensi pelanggan, menciptakan nilai tambah yang diinginkan.
- b. Efisiensi dan Kemudahan Penggunaan
 - 1) Produk atau layanan dirancang untuk memberikan akses kepada inovasi terbaru atau teknologi canggih.
 - 2) Keunggulan teknologi dapat meningkatkan kinerja atau fungsionalitas produk, memberikan keunggulan kompetitif.
- c. Inovasi dan Keunggulan Teknologi
 - 1) Produk atau layanan dapat memberikan akses kepada inovasi terbaru atau teknologi canggih.
 - 2) Keunggulan teknologi dapat meningkatkan kinerja atau fungsionalitas produk, memberikan.
- d. Kualitas dan Keandalan
 - 1) Produk atau layanan memberikan jaminan terhadap kualitas dan keandalan.
 - 2) kepercayaan pelanggan dibangun melalui konsistensi dalam memberikan nilai yang dijanjikan.
- e. Harga yang Kompetitif
 - 1) Penawaran harga yang bersaing atau adanya nilai lebih bagi harga yang dibayar pelanggan.
 - 2) Penyediaan opsi harga atau paket yang memenuhi berbagai anggaran pelanggan.
- f. Dukungan Pelanggan yang Efektif
 - 1) Layanan pelanggan yang baik dan dukungan purna jual.
 - 2) Kemampuan untuk memecahkan masalah atau memberikan bantuan dengan cepat dan efisien.
- g. Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial
 - 1) Kesadaran terhadap isu-isu lingkungan atau sosial melalui produk atau layanan.

- 2) Memberikan peluang bagi pelanggan untuk berkontribusi pada keberlanjutan dan tanggung jawab sosial.

2. Analisis Pasar dan Pelanggan

Analisis pasar dan pelanggan dalam deskripsi produk atau layanan adalah langkah penting dalam mengevaluasi potensi bisnis dan merancang strategi yang tepat. Hal ini melibatkan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pasar, karakteristik pelanggan, dan dinamika persaingan. Analisis pasar melibatkan evaluasi potensi pasar untuk produk atau layanan tertentu. Hal ini mencakup penilaian ukuran pasar, pertumbuhan potensial, dan tren yang mungkin memengaruhi permintaan. Data ini membantu dalam mengidentifikasi peluang dan risiko yang mungkin dihadapi bisnis.

Pemahaman terhadap karakteristik pelanggan menjadi kunci. Hal ini mencakup penentuan target pasar yang spesifik, profil demografis, preferensi, dan perilaku konsumen. Analisis ini memungkinkan bisnis untuk menyesuaikan produk atau layanannya agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan potensial. Selain itu, dalam deskripsi produk dan layanan, penting untuk menyoroti nilai tambah yang ditawarkan kepada pelanggan. Bagaimana produk atau layanan ini memecahkan masalah atau memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara yang unik. Keunggulan kompetitif ini menjadi daya tarik utama dalam persaingan pasar.

Analisis pesaing juga merupakan bagian integral dari analisis pasar. Memahami kekuatan dan kelemahan pesaing membantu bisnis untuk mengidentifikasi cara-cara untuk membedakan diri dan menciptakan proposisi nilai yang baik. Analisis pasar dan pelanggan membantu membentuk strategi pemasaran yang efektif dan merinci arah pengembangan produk atau layanan. Dengan memahami kebutuhan pasar dan keinginan pelanggan, bisnis dapat mengoptimalkan pengenalan produk atau layanan mereka dan meningkatkan kesempatan untuk meraih pangsa pasar yang signifikan (Hawkins & Mothersbaugh, 2010).

C. Pemasaran dan Strategi Penjualan

Dalam studi kelayakan bisnis, analisis pemasaran dan strategi penjualan memegang peran sentral dalam menentukan keberhasilan suatu ide bisnis. Analisis pemasaran melibatkan pemahaman mendalam terhadap pasar sasaran dan pelanggan potensial, sementara strategi penjualan merinci langkah-langkah konkret untuk memasarkan produk atau layanan dengan efektif.

Analisis pemasaran mencakup identifikasi pasar yang tepat, evaluasi tingkat permintaan, dan pemahaman terhadap tren serta kebutuhan pelanggan. Pada dasarnya, hal ini membantu bisnis untuk menentukan sejauh mana produk atau layanan mereka memenuhi keinginan dan kebutuhan pasar. Analisis SWOT pemasaran juga digunakan untuk mengevaluasi kekuatan eksternal yang dapat memengaruhi pemasaran. Setelah analisis pemasaran, langkah selanjutnya adalah merancang strategi penjualan yang efektif. Hal ini melibatkan penetapan harga yang tepat, pemilihan saluran distribusi yang efisien, serta perencanaan kampanye pemasaran yang berfokus pada keunggulan produk atau layanan. Strategi ini harus sesuai dengan kebutuhan pasar dan bersaing secara efektif dengan pesaing.

Dalam rangka mengoptimalkan pemasaran dan strategi penjualan, bisnis juga harus mempertimbangkan penggunaan teknologi dan inovasi. Dalam era digital saat ini, pemanfaatan platform online, media sosial, dan teknologi lainnya menjadi elemen penting dalam mencapai audiens target dan meningkatkan kehadiran merek. Dengan merinci materi pemasaran dan strategi penjualan dalam studi kelayakan bisnis, para pemangku kepentingan dapat memahami bagaimana bisnis akan memasarkan produk atau layanannya, menarik pelanggan, dan membangun pangsa pasar yang kuat. Hal ini menjadi langkah kritis dalam memastikan keberhasilan bisnis dalam kompetisi pasar yang semakin ketat (Ingram *et al.*, 2015).

1. Identifikasi Pasar yang Tepat

Identifikasi pasar yang tepat adalah langkah awal yang krusial dalam studi kelayakan bisnis. Dalam mencari peluang yang berpotensi, bisnis perlu melakukan analisis pasar yang cermat untuk mengenali segmen pasar yang sesuai dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Hal ini melibatkan pemahaman mendalam terhadap karakteristik demografis, geografis, psikografis, dan perilaku konsumen yang menjadi target.

Bisnis perlu mengidentifikasi secara jelas siapa target pelanggannya. Hal ini mencakup analisis demografi seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, dan lokasi geografis. Pemahaman mendalam terhadap siapa yang merupakan konsumen potensial membantu bisnis menyesuaikan strategi pemasaran dan penjualan. Selanjutnya, analisis psikografis menjadi penting untuk memahami nilai-nilai, minat, dan gaya hidup dari target pasar. Bagaimana produk atau layanan dapat menyelaraskan dengan preferensi dan kebutuhan emosional pelanggan potensial. Jawaban terhadap masalah tersebut membantu membentuk pesan pemasaran yang efektif (McDonald & Dunbar, 2004).

2. Evaluasi Tingkat Permintaan

Evaluasi tingkat permintaan adalah langkah penting dalam studi kelayakan bisnis untuk memahami sejauh mana produk atau layanan yang ditawarkan akan diterima oleh pasar. Proses ini melibatkan penilaian komprehensif terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen serta kondisi pasar yang mungkin memengaruhi permintaan. Dengan melakukan evaluasi tingkat permintaan, bisnis perlu mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumen, seperti tren pasar, preferensi pelanggan, dan tingkat kebutuhan yang belum terpenuhi. Selain itu, analisis pasar bersifat dinamis dan memperhitungkan perubahan lingkungan eksternal yang dapat memengaruhi permintaan, seperti perubahan regulasi atau perkembangan teknologi.

3. Pemahaman terhadap Tren

Pemahaman terhadap tren merupakan aspek kunci dalam studi kelayakan bisnis untuk menjawab tantangan dan peluang yang muncul di pasar. Tren mencakup perubahan-perubahan signifikan dalam perilaku konsumen, teknologi, dan lingkungan bisnis yang dapat memengaruhi strategi dan keberlanjutan suatu bisnis. Oleh karena itu, bisnis perlu memantau tren dengan cermat untuk mengidentifikasi peluang pertumbuhan dan meminimalkan risiko. Misalnya, tren digitalisasi dapat memerlukan bisnis untuk mengadopsi strategi online yang lebih kuat, sementara tren keberlanjutan mungkin membutuhkan penyesuaian untuk memenuhi tuntutan konsumen yang semakin peduli lingkungan. Dengan memahami tren dan meresponsnya secara proaktif, bisnis dapat tetap relevan, inovatif, dan siap menghadapi perubahan dinamika pasar.

D. Risiko dan Mitigasi

Dalam studi kelayakan bisnis, pemahaman risiko dan strategi mitigasi merupakan elemen vital untuk meminimalkan ketidakpastian dan meningkatkan peluang keberhasilan. Risiko-risiko dapat berasal dari berbagai faktor, termasuk perubahan pasar, ketidakpastian regulasi, atau bahkan faktor internal seperti manajemen proyek.

Pertama, risiko finansial dapat mencakup fluktuasi pasar, perubahan nilai tukar mata uang, atau biaya yang melebihi perkiraan. Strategi mitigasi melibatkan pengelolaan keuangan yang hati-hati, perencanaan cadangan dana, dan diversifikasi investasi. Selanjutnya, risiko operasional dapat melibatkan kegagalan teknologi, gangguan pasokan, atau bahkan bencana alam. Mengidentifikasi dan memitigasi risiko ini melibatkan penyusunan rencana darurat, pengembangan sistem cadangan, dan kerja sama yang kuat dengan pemasok.

Risiko regulasi dapat berasal dari perubahan kebijakan pemerintah atau peraturan industri. Dalam menghadapi risiko ini, bisnis perlu terus memantau perubahan regulasi, beradaptasi

dengan cepat, dan membangun hubungan yang baik dengan pihak berwenang. Risiko reputasi juga harus diperhitungkan, khususnya terkait dengan tanggung jawab sosial dan dampak lingkungan. Bisnis perlu mengimplementasikan praktik-praktik yang berkelanjutan, komunikasi transparan, dan tanggapan cepat terhadap masalah reputasi yang mungkin timbul.

1. Risiko Finansial

Risiko finansial adalah aspek yang perlu dipertimbangkan dalam operasional bisnis. Perubahan nilai mata uang, fluktuasi pasar, dan volatilitas ekonomi dapat memberikan dampak signifikan pada kesehatan keuangan perusahaan. Risiko kehilangan investasi atau perubahan suku bunga dapat menjadi tantangan serius yang memengaruhi profitabilitas dan stabilitas keuangan. Manajemen risiko finansial yang efektif, termasuk diversifikasi portofolio investasi dan pemantauan yang cermat terhadap kondisi pasar, menjadi kunci dalam mengelola risiko ini agar dapat menjaga keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis (Sunaryo, 2007).

2. Risiko Operasional

Risiko operasional mencakup potensi gangguan atau ketidakpastian dalam jalannya kegiatan harian suatu perusahaan. Hal ini melibatkan risiko terhadap proses internal, sistem teknologi, atau bahkan gangguan pasokan. Misalnya, kegagalan sistem teknologi kunci atau masalah logistik dapat menyebabkan gangguan operasional yang signifikan. Manajemen risiko operasional yang efektif melibatkan identifikasi potensi risiko, penerapan prosedur keamanan, dan pengembangan rencana darurat untuk memastikan kelangsungan operasional dan mengurangi dampak yang mungkin terjadi (H. N. Fauziah *et al.*, 2020).

3. Risiko Regulasi

Risiko regulasi mencakup potensi dampak negatif akibat perubahan dalam kebijakan pemerintah atau peraturan

industri. Bisnis dapat menghadapi tantangan dari perubahan aturan dan regulasi yang dapat memengaruhi operasional mereka. Risiko ini dapat melibatkan perubahan kebijakan pajak, standar keamanan, atau persyaratan lingkungan. Bisnis perlu tetap waspada terhadap perubahan regulasi, beradaptasi secara cepat, dan mengimplementasikan praktik kepatuhan yang kuat untuk mengurangi risiko terkait dengan perubahan aturan yang dapat memengaruhi keseluruhan strategi dan operasional perusahaan (Al'afghani, 2021).

4. Risiko Reputasi

Risiko reputasi adalah ancaman terhadap citra dan persepsi positif suatu perusahaan di mata pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat secara umum. Dampak negatif terhadap reputasi dapat timbul dari berbagai faktor, seperti krisis publik, masalah etika, atau pemberitaan negatif. Risiko ini dapat memengaruhi kepercayaan pelanggan, hubungan dengan pemangku kepentingan, dan nilai merek. Manajemen risiko reputasi melibatkan pemantauan proaktif terhadap umpan balik publik, respons yang cepat terhadap isu-isu sensitif, dan implementasi praktik bisnis yang mendukung citra positif. Dengan memahami dan mengelola risiko reputasi, bisnis dapat menjaga integritas merek dan membangun kepercayaan jangka panjang (S. Fauziah, 2019).

E. Manfaat dan Dampak

Manfaat dan dampak bisnis mencakup sejumlah aspek yang dapat membentuk jalannya perusahaan dalam lingkungan bisnis yang dinamis (Velasquez, 2006). Manfaat dan dampak dapat dilihat dari berbagai aspek seperti pada tabel berikut:

Tabel 1.1. Manfaat dan Dampak bisnis

Aspek	Manfaat Bisnis	Dampak Bisnis
Keuangan	Peningkatan pendapatan	Risiko kehilangan investasi
	Profitabilitas yang tinggi	Fluktuasi pasar keuangan
	Diversifikasi portofolio investasi	Ketergantungan pada pasar tertentu
	Kemampuan mendapatkan pembiayaan dengan suku bunga	Biaya keuangan yang tinggi
Operasional	Efisiensi operasional	Risiko gangguan operasional
	Peningkatan produktivitas	Ketergantungan pada teknologi
	Penurunan tingkat kesalahan operasional	Ketergantungan pada pemasok tertentu
	Peningkatan kualitas produk atau layanan	Risiko logistik dan distribusi
Pemasaran	Peningkatan <i>brand awarness</i>	Risiko reputasi negatif
	Peningkatan pangsa pasar	Tantangan persaingan yang ketat
	Kesetiaan pelanggan	Risiko pembaruan produk yang gagal
	Kesuksesan dalam kampanye pemasaran	Tantangan dalam penetrasi pasar baru
Sosial dan Lingkungan	Kontribusi positif pada masyarakat	Dampak lingkungan negatif
	Praktik bisnis yang berkelanjutan	Tantangan dalam kepatuhan terhadap standar lingkungan
	Peningkatan citra perusahaan	Potensi penolakan produk atau layanan karena isu lingkungan
Karyawan	Pengembangan keterampilan karyawan	Ketidakpuasan karyawan
	Peningkatan kesejahteraan karyawan	Risiko konflik karyawan

	Peningkatan retensi karyawan	Dampak negatif pada produktivitas
	Tim yang lebih produktif	Tantangan dalam manajemen kinerja

02.

Aspek Keuangan dan Ekonomi

A. Ruang Lingkup Aspek Keuangan

Aspek keuangan dalam studi kelayakan bisnis merupakan bagian penting yang memperhitungkan seberapa besar modal yang dibutuhkan dan dari mana sumber keuangan tersebut akan diperoleh (Hasan *et al.*, 2022b). Hal ini juga melibatkan perencanaan mengenai kapan dan bagaimana modal tersebut akan dikembalikan ke dalam bisnis. Aspek keuangan dalam studi kelayakan bisnis dapat dibagi menjadi beberapa poin utama:

1. Keperluan Modal dan Sumbernya

Memperkirakan jumlah modal yang diperlukan untuk memulai atau mengembangkan usaha, serta mengidentifikasi sumber-sumber potensial dari mana modal tersebut dapat diperoleh, seperti pinjaman bank, investasi pribadi, atau pendanaan eksternal.

2. Aliran Kas (*Cash Flow*)

Menganalisis proyeksi aliran masuk dan keluar uang selama periode waktu tertentu. Hal ini membantu dalam menilai kecukupan arus kas untuk menutupi biaya operasional sehari-hari dan juga untuk membayar kembali modal.

3. Biaya Modal (*Cost of Capital*)

Melibatkan perhitungan biaya dari sumber-sumber modal yang digunakan. Ini dapat mencakup biaya utang (seperti bunga pinjaman) dan biaya modal sendiri (seperti tingkat keuntungan yang diharapkan oleh investor atau pemilik).

Biaya Utang adalah hal yang menyangkut biaya yang timbul dari penggunaan pinjaman, seperti bunga yang harus dibayar. Sedangkan untuk biaya modal sendiri merupakan tingkat keuntungan yang diharapkan oleh pemilik bisnis sebagai imbalan atas penggunaan modalnya.

4. Perihal Kepekaan

Melibatkan analisis terhadap bagaimana perubahan faktor-faktor tertentu, seperti biaya produksi, harga jual, atau tingkat permintaan, akan mempengaruhi proyeksi keuangan bisnis. Ini membantu dalam memahami seberapa sensitifnya keadaan keuangan bisnis terhadap perubahan-perubahan tersebut.

5. Pemilihan Investasi

Melibatkan keputusan strategis terkait dengan alokasi modal pada berbagai proyek atau investasi bisnis. Pilihan pembelian menentukan apakah lebih baik menyewa atau membeli aset yang diperlukan untuk operasi bisnis. Membuat prioritas proyek bisnis menentukan proyek-proyek mana yang harus diberi prioritas dalam alokasi modal berdasarkan proyeksi pengembalian investasi dan kepentingan strategis bagi bisnis.

Pemahaman mendalam tentang aspek keuangan ini membantu para pemangku kepentingan, termasuk pemilik bisnis dan investor, untuk membuat keputusan yang lebih tepat dan memperkirakan masa depan bisnis dengan lebih akurat (Purnomo *et al.*, 2017).

B. Aspek Keuangan dalam Analisis Kelayakan Bisnis

1. Analisis Biaya

Analisis biaya adalah proses mengidentifikasi, menghitung, dan mengevaluasi semua biaya yang terlibat dalam menjalankan bisnis. Ini mencakup biaya produksi, operasional, *overhead*, serta biaya-biaya tersembunyi lainnya yang terkait dengan aktivitas bisnis (Afriansyah *et al.*, 2022). Beberapa metode yang umum digunakan dalam evaluasi biaya bisnis antara lain:

a. Analisis *Break-Even*

Analisis *break-even* bertujuan untuk menemukan titik impas di mana pendapatan yang diperoleh sama dengan biaya total yang dikeluarkan. Metode ini membantu dalam menentukan seberapa banyak produk atau layanan yang perlu dijual untuk mencapai titik impas. Hal ini membantu bisnis dalam menetapkan target penjualan minimal yang diperlukan agar tidak mengalami kerugian.

b. *Activity-Based Costing (ABC)*

ABC adalah metode alokasi biaya yang menghubungkan biaya ke aktivitas spesifik dalam bisnis. Dengan mengidentifikasi aktivitas yang memerlukan biaya, ABC membantu menentukan biaya yang tepat terkait dengan setiap produk atau layanan. Pendekatan ini memungkinkan pemilik bisnis untuk lebih akurat menetapkan biaya produksi dan mengevaluasi kinerja produk atau layanan secara terperinci.

c. *Total Cost of Ownership (TCO)*

TCO merupakan metode evaluasi biaya yang menghitung semua biaya yang terkait dengan memiliki dan menjalankan suatu aset atau produk selama siklus hidupnya. Ini mencakup biaya awal pembelian, biaya operasional, biaya pemeliharaan, serta biaya lain yang muncul selama umur aset tersebut. Pendekatan ini membantu dalam

memahami total investasi yang dibutuhkan dalam jangka panjang untuk suatu aset atau produk.

Analisis biaya penting dalam menentukan profitabilitas suatu bisnis. Dengan memahami struktur biaya secara rinci, pemilik bisnis dapat mengidentifikasi area-area di mana efisiensi dapat ditingkatkan, mengontrol biaya agar tetap kompetitif, serta menentukan harga jual yang menguntungkan (Yanuar, 2016).

2. Analisis Pendapatan

Analisis pendapatan adalah proses memeriksa sumber-sumber pendapatan yang diharapkan dari penjualan produk atau layanan. Ini melibatkan penilaian potensi pendapatan dari berbagai saluran penjualan dan segmen pasar yang mungkin. Beberapa metode evaluasi potensi pendapatan meliputi:

a. Analisis Penetrasi Pasar

Metode ini bertujuan untuk memperkirakan seberapa besar pangsa pasar yang dapat dikuasai oleh bisnis dalam periode tertentu. Dengan mempertimbangkan daya tarik produk atau layanan yang ditawarkan, serta kemampuan bisnis dalam menjangkau pasar potensial, analisis ini membantu menentukan potensi penetrasi bisnis di pasar yang bersangkutan.

b. Analisis Tren dan Ramalan

Pendekatan ini menggunakan data historis dan tren pasar yang teridentifikasi untuk memprediksi pendapatan di masa depan. Dengan menganalisis pola penjualan, perubahan perilaku konsumen, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi pasar, analisis ini membantu dalam membuat perkiraan yang lebih akurat terkait pendapatan yang dapat dihasilkan.

c. Analisis Kompetitor

Melalui analisis ini, bisnis meninjau pendapatan dari pesaing dalam konteks pasar yang sama. Tujuannya adalah untuk memahami potensi pendapatan yang dapat diperoleh dalam lingkungan persaingan yang ada. Dengan mempelajari strategi pesaing dan performa finansial mereka, bisnis dapat memperoleh wawasan berharga untuk menetapkan ekspektasi pendapatan yang realistis.

Analisis pendapatan membantu dalam menilai potensi keuntungan yang dapat diperoleh dari bisnis. Informasi ini sangat penting dalam menentukan apakah bisnis memiliki prospek yang cukup menarik untuk memperoleh pengembalian investasi yang diharapkan.

3. Proyeksi Keuangan

Proyeksi keuangan merupakan estimasi tentang performa keuangan bisnis di masa depan, mencakup pendapatan, biaya, dan laba yang diharapkan. Pentingnya proyeksi ini adalah untuk memprediksi kinerja bisnis di masa mendatang dan mengevaluasi kelayakan bisnis dari perspektif finansial. Metode yang umum digunakan untuk proyeksi keuangan meliputi:

a. Metode *Bottom-Up*

Metode ini memulai proyeksi keuangan dari detail operasional. Pendekatan ini melibatkan pengumpulan data dari tingkat operasional, seperti perkiraan penjualan produk atau layanan, estimasi biaya produksi, biaya operasional, dan lainnya. Dengan merinci aspek-aspek operasional, metode ini memungkinkan pembangunan proyeksi yang lebih terperinci dan akurat.

b. Metode *Top-Down*

Berbeda dengan metode *bottom-up*, metode *top-down* menggunakan data pasar dan tren makroekonomi untuk membuat proyeksi keuangan. Pendekatan ini berfokus pada

analisis tren pasar secara keseluruhan, faktor-faktor ekonomi makro, dan informasi pasar yang besar, seperti pertumbuhan ekonomi nasional, tren konsumen, atau perubahan kebijakan pemerintah. Dengan mempertimbangkan gambaran besar pasar, metode ini membantu dalam memperkirakan pendapatan dan biaya secara global.

c. Metode Perbandingan Industri

Metode ini melibatkan peninjauan kinerja bisnis sejenis dalam industri yang sama. Dengan membandingkan performa keuangan bisnis yang serupa, baik dari segi ukuran, jenis layanan, atau produk, bisnis dapat memperoleh pandangan yang lebih realistis tentang apa yang dapat diharapkan dari proyeksi keuangan mereka sendiri. Analisis ini membantu dalam menggali data historis atau trend di industri yang sama untuk membuat proyeksi yang lebih akurat.

Proyeksi keuangan yang akurat membantu pemilik bisnis dan pemangku kepentingan lainnya untuk membuat keputusan yang tepat terkait investasi, pengembangan produk, atau strategi ekspansi. Hasil proyeksi ini juga menjadi dasar untuk mengidentifikasi potensi risiko dan peluang dalam bisnis.

C. Aspek Keuangan Evaluasi Investasi

Aspek keuangan dalam analisis kelayakan bisnis merupakan proses penting dalam mengevaluasi biaya investasi, kebutuhan modal kerja, dan tingkat pengembalian dari bisnis yang akan dijalankan. Analisis ini tidak hanya menilai besarnya investasi yang dibutuhkan, tetapi juga mengevaluasi dari mana sumber investasi dan pembiayaan bisnis tersebut akan diperoleh. Beberapa rumus evaluasi investasi yang sering digunakan dalam analisis kelayakan bisnis antara lain:

1. Analisis Cash Flow

Pendekatan untuk memperkirakan arus kas masuk dan keluar dari bisnis. Ini membantu dalam mengevaluasi ketersediaan dana untuk operasional sehari-hari dan membayar investasi.

2. Payback Period

Menentukan waktu yang diperlukan untuk mengembalikan modal yang diinvestasikan ke dalam bisnis melalui penghasilan bersih dari operasi.

3. Net Present Value (NPV)

Mengukur nilai dari investasi dengan memperhitungkan nilai waktu dari arus kas yang diharapkan. NPV yang positif menunjukkan keuntungan dari investasi tersebut.

4. Internal Rate of Return (IRR)

Merupakan tingkat pengembalian yang dihasilkan dari investasi. Semakin tinggi IRR, semakin menguntungkan investasi tersebut.

5. Benefit Cost Ratio

Membandingkan manfaat bersih yang diharapkan dari suatu proyek dengan biaya keseluruhan yang dikeluarkan untuk proyek tersebut.

6. Profitability Index

Menunjukkan rasio antara nilai sekarang dari arus kas masa depan dan investasi awal. Nilai yang lebih tinggi menunjukkan investasi yang lebih menguntungkan.

7. Break Even Point

Menunjukkan titik di mana pendapatan dari penjualan menjadi sama dengan biaya total, menandakan saat di mana bisnis mulai mendapatkan keuntungan.

Dengan menggunakan rumusan-rumusan ini, pemilik bisnis atau calon pengusaha dapat memperoleh gambaran yang jelas terkait besaran biaya investasi yang dibutuhkan dan potensi pengembalian dari bisnis tersebut. Ini memberikan pedoman yang kuat dan membangun kepercayaan diri bagi mereka yang ingin memulai bisnis, karena mereka memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai implikasi finansial dari usaha yang mereka jalankan.

D. Evaluasi Risiko Keuangan dalam Bisnis

Risiko keuangan dalam bisnis merujuk pada kemungkinan terjadinya kerugian keuangan atau ketidakpastian yang bisa mempengaruhi kondisi keuangan suatu perusahaan. Ini dapat berasal dari berbagai faktor, termasuk fluktuasi pasar, perubahan kebijakan, kesalahan manajemen keuangan, atau peristiwa tak terduga lainnya yang dapat memengaruhi arus kas, likuiditas, atau nilai aset perusahaan.

1. Identifikasi Risiko Keuangan yang Memengaruhi Kelayakan Bisnis

Identifikasi risiko keuangan adalah langkah awal dalam pengelolaan risiko yang efektif. Beberapa risiko keuangan yang dapat memengaruhi kelayakan bisnis meliputi:

a. Risiko Pasar

Fluktuasi harga saham, suku bunga, nilai tukar mata uang, atau harga komoditas yang dapat berdampak pada nilai investasi atau pendapatan bisnis.

b. Risiko Kredit

Risiko tidaknya pihak lain, seperti pelanggan atau mitra bisnis, memenuhi kewajibannya, yang bisa berdampak pada arus kas dan likuiditas bisnis.

c. Risiko Operasional

Kesalahan proses, kegagalan teknologi, atau masalah internal lainnya yang dapat menyebabkan kerugian finansial.

d. Risiko Likuiditas

Ketidakmampuan bisnis untuk memenuhi kewajiban keuangan yang segera jatuh tempo, yang bisa menyebabkan kesulitan finansial.

e. Risiko Reputasi

Kerugian reputasi yang dapat terjadi akibat skandal, kegagalan layanan, atau tindakan yang tidak etis, yang dapat berdampak pada pendapatan dan kepercayaan pelanggan.

2. Strategi Pengelolaan Risiko Keuangan dalam Kelayakan Bisnis

Pengelolaan risiko keuangan melibatkan langkah-langkah untuk mengurangi, mentransfer, atau mengelola risiko agar dapat diterima dengan lebih baik. Strategi pengelolaan risiko keuangan dalam kelayakan bisnis meliputi:

a. Diversifikasi Portofolio

Merupakan strategi mengalokasikan investasi atau klien bisnis ke berbagai aset atau segmen pasar. Diversifikasi membantu mengurangi risiko yang terkait dengan kinerja tunggal. Dengan menyebar risiko, jika satu bagian dari portofolio tidak berkinerja baik, bagian lain yang mungkin berkinerja lebih baik dapat menyeimbangkannya.

b. Asuransi dan Proteksi

Mendapatkan asuransi atau perjanjian proteksi lainnya adalah cara untuk melindungi bisnis dari risiko tertentu. Asuransi kredit, asuransi kebakaran, atau polis asuransi lainnya adalah contoh perlindungan yang bisa membantu menutupi kerugian yang mungkin timbul akibat kejadian tak terduga.

c. Manajemen Likuiditas

Memastikan bisnis memiliki dana tunai yang cukup untuk memenuhi kewajiban keuangan saat jatuh tempo

tanpa menempatkan bisnis dalam risiko likuiditas. Manajemen likuiditas yang baik membantu bisnis untuk mengelola arus kasnya dengan baik, menghindari kekurangan dana, dan mempertahankan kesehatan keuangan.

d. Pengembangan Rencana Kontinjensi

Mempersiapkan rencana cadangan atau alternatif untuk menghadapi kemungkinan risiko yang teridentifikasi. Rencana kontinjensi memungkinkan bisnis untuk merespon dengan cepat dalam situasi yang tidak terduga, mengurangi dampak negatif yang mungkin timbul dari kejadian tak terduga.

Evaluasi risiko keuangan dan penerapan strategi pengelolaan risiko ini penting dalam menjaga stabilitas dan keberlanjutan bisnis. Hal ini membantu bisnis untuk mengantisipasi risiko yang mungkin terjadi dan meresponsnya dengan lebih baik, menjaga kelayakan bisnis dalam menghadapi tantangan eksternal.

E. Pentingnya Analisis Kelayakan Bisnis dari Aspek Keuangan

Evaluasi kelayakan bisnis dari segi keuangan merupakan langkah krusial dalam menilai potensi dan kesinambungan suatu bisnis (Gunawan, 2018). Alasan pentingnya evaluasi ini bagi para pemangku kepentingan antara lain:

1. Pemilik Bisnis

Evaluasi kelayakan bisnis memberikan wawasan yang mendalam mengenai kondisi finansial suatu bisnis. Hal ini memungkinkan pemilik bisnis untuk membuat keputusan yang tepat terkait dengan kelangsungan bisnisnya. Dengan informasi yang diperoleh dari evaluasi keuangan, pemilik bisnis dapat menentukan apakah perlu dilakukan perbaikan, restrukturisasi, atau penghentian bisnis agar tidak mengalami kerugian yang lebih besar di masa depan.

2. Investor

Bagi investor, evaluasi kelayakan bisnis memberikan pandangan yang komprehensif tentang potensi pengembalian investasi. Informasi keuangan yang diperoleh dari evaluasi ini membantu investor dalam mengevaluasi risiko dan potensi imbal hasil yang dapat diperoleh dari investasi di bisnis atau proyek tertentu. Keputusan investasi yang diambil berdasarkan evaluasi keuangan yang kuat dapat meningkatkan peluang keberhasilan investasi tersebut.

3. Pemberi Pinjaman

Evaluasi kelayakan bisnis juga sangat relevan bagi pemberi pinjaman. Informasi keuangan yang didapatkan melalui evaluasi ini membantu pemberi pinjaman untuk menilai risiko yang terlibat dalam memberikan pinjaman kepada suatu bisnis atau proyek. Hal ini memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih cerdas terkait pemberian pinjaman, termasuk menentukan tingkat suku bunga, jaminan, atau persyaratan lain yang sesuai dengan risiko yang mereka tanggung.

Secara keseluruhan evaluasi kelayakan bisnis dari aspek keuangan menjadi landasan penting bagi pengambil keputusan atau *stake holder*, baik itu pemilik bisnis, investor, maupun pemberi pinjaman, dalam menilai potensi, risiko, dan keberlanjutan suatu bisnis atau proyek (Gunawan, 2018).

F. Aspek Ekonomi dalam Kelayakan Bisnis

1. Analisis Pasar

Analisis pasar adalah elemen kunci dalam mengevaluasi kelayakan bisnis karena membantu memahami permintaan, tren, preferensi konsumen, serta ukuran dan potensi pasar (Kurniawan *et al.*, 2022). Hal ini memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana produk atau layanan yang ditawarkan akan diterima oleh pasar. Analisis ini penting untuk mengidentifikasi peluang, menetapkan strategi

pemasaran, dan menyesuaikan produk agar sesuai dengan kebutuhan pasar. Beberapa metode analisis pasar yang relevan antara lain:

a. Survei dan Penelitian Pasar

Metode ini melibatkan pengumpulan data langsung dari konsumen atau calon konsumen. Survei dilakukan untuk memahami preferensi, kebutuhan, dan perilaku pembelian mereka. Ini bisa dilakukan melalui kuesioner, wawancara, atau pengamatan langsung, membantu bisnis memperoleh informasi penting tentang apa yang diinginkan oleh pasar.

b. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)

SWOT adalah analisis yang mempertimbangkan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dari perspektif pasar. Ini membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi bisnis. Analisis ini membantu dalam menetapkan strategi yang sesuai dengan kondisi pasar yang teridentifikasi (Wilujeng *et al.*, 2019).

c. Segmentasi Pasar

Metode segmentasi pasar memecah pasar menjadi segmen-segmen yang lebih kecil berdasarkan karakteristik, kebutuhan, atau perilaku yang serupa. Ini membantu dalam memahami perbedaan dalam kebutuhan dan preferensi konsumen. Dengan memahami segmen-segmen ini, bisnis dapat menyesuaikan produk, pemasaran, dan strategi penjualan mereka untuk setiap segmen pasar yang berbeda.

Hasil dari analisis pasar memberikan wawasan yang kritis bagi keberhasilan bisnis. Ini membantu dalam menentukan apakah produk atau layanan yang ditawarkan memiliki pangsa pasar yang cukup besar atau apakah ada

ruang untuk pertumbuhan lebih lanjut. Analisis pasar juga membantu dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat, menyesuaikan produk, menetapkan harga yang kompetitif, serta merencanakan distribusi yang efektif.

2. Analisis Makroekonomi

Faktor-faktor makroekonomi meliputi variabel-variabel besar dalam ekonomi yang mempengaruhi kondisi keseluruhan pasar. Beberapa di antaranya adalah:

a. Kondisi Ekonomi Nasional

Faktor ini mencakup pertumbuhan ekonomi, tingkat inflasi, dan tingkat pengangguran di suatu negara. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi cenderung mendukung daya beli masyarakat, sementara inflasi yang tinggi dapat mengurangi daya beli tersebut. Tingkat pengangguran yang tinggi juga dapat membatasi pengeluaran konsumen, mempengaruhi permintaan produk atau layanan, dan akhirnya memengaruhi kinerja bisnis.

b. Kebijakan Pemerintah

Kebijakan fiskal (terkait dengan pajak dan pengeluaran pemerintah) dan kebijakan moneter (mengenai tingkat suku bunga dan jumlah uang beredar) memiliki dampak yang signifikan terhadap kondisi ekonomi. Pajak yang tinggi dapat mengurangi pendapatan yang tersedia untuk belanja konsumen, sementara kebijakan pengeluaran pemerintah yang besar dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Kebijakan moneter juga mempengaruhi tingkat investasi dan konsumsi dalam masyarakat.

c. Perubahan Demografis

Perubahan dalam struktur penduduk, tren migrasi, dan perkembangan sosial juga memiliki dampak pada kelayakan bisnis. Perubahan demografis, seperti penambahan jumlah populasi usia produktif atau perubahan tren perilaku konsumen, dapat mengubah permintaan dan

preferensi konsumen terhadap produk atau layanan tertentu. Ini dapat mempengaruhi strategi pemasaran dan pengembangan produk.

Kondisi makroekonomi yang stabil cenderung mendukung pertumbuhan bisnis. Namun, fluktuasi atau ketidakstabilan dalam faktor-faktor tersebut dapat memengaruhi kelayakan bisnis. Misalnya, kondisi ekonomi yang lesu dapat mengurangi daya beli konsumen, sedangkan perubahan kebijakan pemerintah bisa mempengaruhi biaya operasional bisnis.

Memahami faktor-faktor makroekonomi ini membantu pemilik bisnis untuk merencanakan strategi yang lebih adaptif dan responsif terhadap perubahan kondisi pasar secara keseluruhan. Hal ini memungkinkan mereka untuk mengantisipasi risiko yang mungkin timbul dan memanfaatkan peluang yang ada dalam lingkungan ekonomi yang berubah-ubah.

07.

Penyusunan Laporan Studi Kelayakan Bisnis

A. Definisi dan Tujuan

1. Definisi Penyusunan Laporan Studi Kelayakan Bisnis

Penyusunan laporan studi kelayakan bisnis merupakan proses menyeluruh yang bertujuan untuk mengevaluasi apakah suatu rencana bisnis layak dilaksanakan atau tidak. Laporan ini merangkum analisis mendalam dari aspek-aspek yang sangat beragam, termasuk tapi tidak terbatas pada aspek pasar, teknis, keuangan, manajemen, lingkungan, serta risiko yang terkait dengan rencana bisnis yang diusulkan. Tujuan utamanya adalah untuk menyediakan gambaran yang jelas dan komprehensif kepada para pemangku kepentingan, seperti pemilik bisnis, investor potensial, atau lembaga keuangan, agar mereka dapat membuat keputusan yang terinformasi (Vinig & de Haan, 2002).

Proses penyusunan laporan studi kelayakan dimulai dengan identifikasi dan deskripsi rinci mengenai rencana bisnis yang akan dievaluasi. Ini termasuk visi, misi, tujuan, serta profil perusahaan yang mencakup informasi mengenai jenis usaha, produk atau layanan yang ditawarkan, dan segmen pasar yang akan dituju. Analisis pasar sangat penting dalam laporan ini karena memberikan wawasan tentang ukuran

pasar, tren, kebutuhan konsumen, serta potensi pertumbuhan pasar di masa depan. Selain itu, studi teknis menggambarkan aspek produksi atau penyediaan layanan, teknologi yang digunakan, dan infrastruktur yang dibutuhkan untuk menjalankan operasi bisnis.

Bagian keuangan menjadi inti dari laporan studi kelayakan karena menyajikan proyeksi pendapatan, biaya, arus kas, serta analisis investasi yang mencakup NPV, IRR, dan periode pengembalian modal. Komponen ini membantu para pemangku kepentingan untuk menilai potensi keuntungan, risiko keuangan, dan estimasi pengembalian investasi dalam jangka waktu tertentu. Studi manajemen dan organisasi membahas rencana struktur organisasi, tata kelola perusahaan, serta kebutuhan sumber daya manusia untuk mendukung keberhasilan operasional dan pengembangan bisnis.

Tidak hanya fokus pada aspek internal, laporan studi kelayakan juga mempertimbangkan dampak lingkungan dan sosial dari rencana bisnis. Ini melibatkan evaluasi dampak lingkungan yang mungkin ditimbulkan oleh operasi bisnis serta rencana untuk mengurangi dampak tersebut. Sisi sosial juga diperhatikan, dengan mempertimbangkan kontribusi perusahaan terhadap masyarakat sekitar dan keterlibatan dalam tanggung jawab sosial (Faraji *et al.*, 2022).

Terakhir, analisis risiko merupakan bagian krusial dari laporan ini. Ini mencakup identifikasi berbagai risiko yang mungkin dihadapi bisnis, seperti risiko pasar, operasional, keuangan, dan lingkungan, serta strategi pengendalian risiko yang direncanakan untuk mengelolanya dengan efektif. Dengan menyajikan semua informasi ini secara terperinci dan terstruktur, laporan studi kelayakan bisnis memberikan landasan yang kuat bagi para pemangku kepentingan untuk mengevaluasi keberhasilan potensial suatu rencana bisnis. Hal ini memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang terinformasi, memperhitungkan berbagai faktor yang relevan sebelum melanjutkan atau mengubah arah rencana bisnis yang diusulkan.

2. Tujuan Penyusunan Laporan Studi Kelayakan Bisnis

Tujuan utama dari Penyusunan Laporan Studi Kelayakan Bisnis adalah untuk menyediakan landasan informasi yang komprehensif dan obyektif bagi para pemangku kepentingan terkait keberhasilan suatu proyek bisnis. Laporan ini bertujuan untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap berbagai aspek yang mempengaruhi kelayakan suatu usaha atau investasi. Salah satu tujuannya adalah memberikan pemahaman yang mendalam tentang potensi keberhasilan proyek tersebut sebelum mengambil keputusan investasi atau pengembangan lebih lanjut (Breazeale & Cuny, 2023). Aspek utama dari tujuan penyusunan laporan studi kelayakan bisnis adalah:

- a. **Evaluasi Kelayakan Finansial:** Menganalisis proyeksi keuangan termasuk pendapatan, biaya, arus kas, dan potensi pengembalian investasi. Hal ini membantu para pemangku kepentingan untuk memperoleh pemahaman yang jelas mengenai potensi keuntungan dan risiko finansial yang terlibat dalam proyek tersebut.
- b. **Analisis Risiko dan Pengendaliannya:** Identifikasi dan evaluasi risiko yang mungkin dihadapi dalam menjalankan proyek bisnis. Dengan memahami risiko yang terkait, laporan ini membantu dalam merencanakan strategi pengendalian risiko untuk meminimalkan dampak negatifnya.
- c. **Penilaian Aspek Pasar dan Keuangan:** Menilai potensi pasar, ukuran pasar yang dituju, serta prospek bisnis di masa depan. Laporan ini membantu dalam menentukan apakah ada peluang yang cukup besar untuk kesuksesan usaha di pasar yang dituju.
- d. **Pertimbangan Teknis dan Infrastruktur:** Memastikan bahwa aspek teknis seperti infrastruktur, teknologi yang diperlukan, serta kemampuan operasional lainnya dapat mendukung keberhasilan proyek bisnis.

- e. Keputusan Investasi yang Tepat: Menyediakan dasar informasi yang kuat bagi para investor atau pemilik bisnis untuk membuat keputusan yang tepat terkait melanjutkan, menunda, atau menolak proyek bisnis berdasarkan analisis yang komprehensif.

Tujuan utama laporan studi kelayakan bisnis adalah menyediakan pandangan menyeluruh dan berbasis data terkait potensi suatu proyek bisnis. Ini membantu para pemangku kepentingan untuk membuat keputusan yang lebih terinformasi, meminimalkan risiko, dan meningkatkan peluang keberhasilan bagi proyek bisnis yang direncanakan (*Ferran et al., 2023*).

B. Studi Pasar

Studi pasar merupakan proses analisis yang mendalam terhadap kondisi dan dinamika pasar yang berkaitan dengan produk atau layanan tertentu. Tujuannya adalah untuk memahami perilaku konsumen, tren pasar, preferensi pelanggan, serta mengevaluasi potensi pasar dan persaingan. Melalui studi pasar, informasi tentang ukuran pasar, pertumbuhan industri, segmentasi pasar, dan preferensi konsumen dapat dikumpulkan. Data ini membantu perusahaan dalam merencanakan strategi pemasaran, pengembangan produk, serta penetapan harga yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Studi pasar juga memainkan peran penting dalam mengidentifikasi peluang dan risiko bagi suatu bisnis di pasar yang kompetitif (*Kościółek, 2023*).

1. Analisis Pasar

Analisis pasar merupakan bagian integral dari penyusunan laporan studi kelayakan bisnis yang memberikan wawasan mendalam tentang kondisi pasar di mana suatu usaha atau proyek bisnis akan beroperasi. Tujuan utama dari analisis pasar adalah untuk memahami dengan baik karakteristik pasar, perilaku konsumen, serta potensi dan tren yang ada. Informasi yang diperoleh dari analisis ini menjadi dasar

penting dalam mengidentifikasi apakah produk atau layanan yang direncanakan akan memiliki pangsa pasar yang memadai dan apakah akan ada permintaan yang cukup untuk mendukung keberhasilan bisnis.

Analisis pasar umumnya mencakup beberapa aspek kunci, seperti ukuran pasar, pertumbuhan pasar, tren, dan karakteristik segmentasi pasar. Langkah pertama adalah menilai ukuran pasar yang mencakup potensi penjualan produk atau layanan yang direncanakan. Ini melibatkan pengumpulan data terkait jumlah konsumen potensial, pemain pasar utama, dan estimasi pertumbuhan pasar di masa mendatang. Selanjutnya, memahami tren pasar adalah kunci untuk mengetahui arah yang diambil oleh pasar tersebut. Ini termasuk perubahan dalam perilaku konsumen, perkembangan teknologi, peraturan pemerintah, dan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi pasar. Analisis segmentasi pasar juga penting, karena membantu dalam mengidentifikasi kelompok konsumen yang berbeda dengan preferensi dan kebutuhan yang berbeda pula (Kotler *et al.*, 2008).

Dengan mempertimbangkan berbagai aspek analisis pasar dan menggunakan referensi yang relevan, laporan studi kelayakan bisnis dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang potensi pasar bagi produk atau layanan yang direncanakan. Hal ini membantu para pemangku kepentingan untuk membuat keputusan yang lebih terinformasi dan meminimalkan risiko terkait potensi kegagalan bisnis karena kurangnya pemahaman akan kondisi pasar yang ada.

2. Analisis Segmen

Analisis segmen dalam penyusunan laporan studi kelayakan bisnis adalah proses identifikasi dan pemahaman terhadap kelompok-kelompok konsumen yang memiliki karakteristik, kebutuhan, dan preferensi yang serupa. Tujuan utama dari analisis segmen adalah untuk memetakan pasar yang akan dilayani oleh produk atau layanan yang direncanakan, serta untuk menentukan apakah ada segmen pasar

yang memiliki potensi yang cukup besar untuk mendukung kesuksesan bisnis (Vincent Jaiwant, 2023).

Langkah pertama dalam analisis segmen adalah mengidentifikasi dan memahami berbagai kriteria yang digunakan untuk membagi pasar menjadi segmen-segmen yang lebih kecil dan lebih terfokus. Kriteria ini bisa berupa faktor demografis (seperti usia, jenis kelamin, pendapatan), geografis (lokasi, wilayah), psikografis (gaya hidup, nilai-nilai, sikap), atau perilaku (kebiasaan pembelian, loyalitas merek).

Setelah segmen-segmen pasar diidentifikasi, langkah berikutnya adalah mengevaluasi potensi setiap segmen, termasuk ukuran pasar, pertumbuhan, profitabilitas, dan daya tarik relatif dari setiap segmen. Analisis ini membantu dalam memprioritaskan segmen mana yang paling menarik dan memiliki potensi pertumbuhan yang lebih tinggi. Dengan mempertimbangkan aspek-aspek analisis segmen serta mengacu pada referensi-referensi yang relevan, laporan studi kelayakan bisnis dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang segmen-segmen pasar yang potensial bagi produk atau layanan yang direncanakan. Hal ini membantu para pemangku kepentingan untuk mengambil keputusan strategis yang lebih tepat dalam menargetkan segmen-segmen pasar yang tepat untuk mencapai kesuksesan bisnis.

3. Analisis Pesaing

Analisis pesaing merupakan proses penting dalam penyusunan laporan studi kelayakan bisnis yang bertujuan untuk memahami posisi, strategi, kekuatan, dan kelemahan pesaing yang ada di pasar yang sama atau sejenis. Tujuan utama dari analisis pesaing adalah untuk mendapatkan wawasan yang mendalam tentang bagaimana pesaing beroperasi, bagaimana mereka memasarkan produk atau layanan mereka, dan faktor-faktor apa yang mempengaruhi keberhasilan mereka. Informasi ini sangat penting untuk membantu perencanaan strategi bisnis yang lebih baik dan

mengidentifikasi keunggulan kompetitif yang dapat dimiliki oleh proyek bisnis yang direncanakan (Dodgson *et al.*, 2008).

Langkah awal dalam analisis pesaing adalah mengidentifikasi pesaing-pesaing utama dalam industri atau pasar yang relevan. Ini melibatkan identifikasi perusahaan atau produk sejenis yang berada dalam lingkup yang sama atau menargetkan segmen pasar yang serupa. Setelah pesaing diidentifikasi, analisis dilakukan terhadap berbagai aspek, seperti produk atau layanan yang mereka tawarkan, harga, distribusi, promosi, dan posisi mereka di pasar.

Selain itu, evaluasi terhadap kekuatan dan kelemahan pesaing dilakukan. Faktor-faktor seperti reputasi merek, teknologi yang digunakan, strategi pemasaran, keunggulan operasional, dan faktor-faktor lainnya yang membedakan pesaing dari satu sama lain dievaluasi secara mendalam. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) sering digunakan dalam hal ini untuk menyusun gambaran komprehensif tentang pesaing.

Dengan mempertimbangkan aspek-aspek analisis pesaing dan menggunakan referensi yang relevan, laporan studi kelayakan bisnis dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang kompetisi yang ada dalam pasar yang akan dijelajahi. Informasi ini membantu para pemangku kepentingan untuk merumuskan strategi bisnis yang lebih baik dan membangun keunggulan kompetitif yang kuat untuk mendukung kesuksesan proyek bisnis yang direncanakan.

C. Studi Teknis

1. Lokasi dan Infrastruktur

Pemilihan lokasi usaha dan infrastruktur yang dibutuhkan merupakan aspek krusial dalam penyusunan laporan studi kelayakan bisnis. Lokasi usaha memainkan peran penting dalam kesuksesan suatu proyek bisnis karena dapat mempengaruhi aksesibilitas, visibilitas, biaya operasional, serta potensi pertumbuhan. Analisis lokasi melibatkan penilaian terhadap berbagai faktor, termasuk kebutuhan pasar,

aksesibilitas terhadap pasokan dan tenaga kerja, kebijakan pemerintah setempat, serta potensi pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut. Infrastruktur yang diperlukan juga penting dalam menunjang operasional usaha, seperti jaringan transportasi, akses listrik, air bersih, fasilitas komunikasi, dan infrastruktur lainnya yang mendukung kegiatan bisnis (Baca & Reshidi, 2023).

Pemilihan lokasi usaha melibatkan analisis yang cermat terhadap beberapa faktor kunci. Faktor-faktor ini meliputi demografi lokal, karakteristik geografis, kebutuhan pasar, kebijakan pemerintah setempat, serta biaya dan ketersediaan sumber daya seperti tanah, tenaga kerja, dan infrastruktur pendukung. Misalnya, untuk industri manufaktur, lokasi yang dekat dengan bahan baku dan pasar bisa menjadi pertimbangan utama. Sementara itu, untuk bisnis ritel, lokasi yang strategis dan memiliki potensi lalu lintas konsumen dapat menjadi faktor yang menentukan.

Analisis infrastruktur melibatkan penilaian terhadap ketersediaan dan keandalan infrastruktur yang diperlukan untuk menjalankan bisnis. Hal ini mencakup aksesibilitas jalan, kecukupan pasokan listrik, air bersih, teknologi komunikasi, serta fasilitas lain yang mendukung operasional. Evaluasi infrastruktur ini penting karena dapat mempengaruhi biaya operasional, efisiensi produksi, dan ketersediaan layanan kepada konsumen (Selstad & Sjøholt, 2004).

Dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang terkait dengan pemilihan lokasi usaha dan infrastruktur yang diperlukan, laporan studi kelayakan bisnis dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana faktor-faktor ini dapat mempengaruhi keberhasilan dan operasionalitas proyek bisnis yang direncanakan. Hal ini membantu para pemangku kepentingan untuk membuat keputusan yang lebih informasional dan strategis terkait dengan lokasi dan infrastruktur yang akan digunakan untuk menjalankan bisnis tersebut.

2. Proses Produksi atau Pelayanan

Proses produksi atau penyediaan layanan dalam penyusunan laporan studi kelayakan bisnis adalah bagian kunci yang menggambarkan bagaimana produk atau layanan akan diproduksi atau disediakan untuk konsumen. Ini melibatkan rincian tentang langkah-langkah, metode, teknologi, dan proses yang akan digunakan untuk menciptakan produk atau memberikan layanan kepada pelanggan. Analisis ini penting karena proses produksi yang efisien dan penyediaan layanan yang baik dapat berdampak pada kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan keberhasilan keseluruhan bisnis. Bagian dari proses produksi adalah pemahaman mendalam tentang langkah-langkah yang terlibat dalam menciptakan produk fisik atau penyediaan layanan. Ini termasuk tahapan mulai dari pengadaan bahan baku atau sumber daya, proses produksi yang spesifik, kontrol kualitas, manajemen rantai pasokan, hingga pengiriman atau penyampaian produk atau layanan kepada pelanggan. Pada saat yang sama, perhatian juga diberikan pada efisiensi, kehandalan, dan fleksibilitas dari proses ini (Moboglu, 2022). Berikut adalah penjabaran rinci tentang proses produksi atau pelayanan dalam penyusunan laporan studi kelayakan bisnis, dengan penomoran untuk mempermudah pemahaman:

a. Deskripsi Proses Produksi atau Pelayanan

- 1) Jelaskan proses secara rinci mulai dari bahan baku hingga produk akhir atau penyampaian layanan kepada pelanggan.
- 2) Identifikasi langkah-langkah utama dalam proses produksi atau pelayanan, termasuk input yang diperlukan, aktivitas yang dilakukan, dan output yang dihasilkan.

b. Analisis Efisiensi Operasional

- 1) Evaluasi efisiensi dari setiap langkah dalam proses produksi atau pelayanan.

- 2) Tinjau kemungkinan untuk meningkatkan efisiensi melalui otomatisasi, penggunaan teknologi baru, atau peningkatan dalam manajemen operasional.
- c. Penentuan Sumber Daya yang Diperlukan
- 1) Identifikasi sumber daya manusia, peralatan, bahan baku, dan teknologi yang dibutuhkan untuk menjalankan proses produksi atau pelayanan.
 - 2) Hitung estimasi biaya yang terkait dengan sumber daya tersebut.
- d. Pengelolaan Kualitas
- 1) Rencanakan strategi untuk memastikan kualitas produk atau layanan yang dihasilkan tetap tinggi.
 - 2) Tinjau standar kualitas yang akan diterapkan dan metode pengendalian mutu yang akan digunakan.
- e. Rencana Kontinjensi
- 1) Identifikasi risiko-risiko yang mungkin terjadi dalam proses produksi atau penyediaan layanan.
 - 2) Rencanakan strategi kontinjensi untuk mengatasi masalah yang mungkin timbul, seperti gangguan pasokan bahan baku atau masalah teknis.
- f. Inovasi dan Pengembangan Produk/Layanan
- 1) Tinjau potensi untuk inovasi atau pengembangan produk baru atau perbaikan layanan yang dapat meningkatkan daya saing atau menarik minat pasar.
 - 2) Evaluasi bagaimana inovasi ini dapat diimplementasikan dalam proses produksi atau penyediaan layanan.
- g. Keberlanjutan dan Lingkungan
- 1) Pertimbangkan dampak lingkungan dari proses produksi atau pelayanan yang direncanakan.
 - 2) Rencanakan strategi untuk mengurangi jejak lingkungan atau mengadopsi praktik yang lebih ramah lingkungan.

h. Kebutuhan Investasi Tambahan

- 1) Tinjau kebutuhan investasi tambahan yang mungkin diperlukan untuk meningkatkan atau mengubah proses produksi atau pelayanan di masa depan.
- 2) Hitung estimasi biaya dan manfaat dari investasi tambahan tersebut.

Selain itu, dalam konteks layanan, fokus diberikan pada bagaimana layanan akan disampaikan kepada pelanggan. Ini bisa mencakup strategi pelayanan, teknologi yang digunakan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, pelatihan karyawan, prosedur layanan, dan pengukuran kualitas layanan. Pengembangan proses yang baik dalam penyediaan layanan memainkan peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Dengan mempertimbangkan berbagai aspek terkait proses produksi atau penyediaan layanan, laporan studi kelayakan bisnis dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana produk atau layanan akan diciptakan atau disediakan kepada pelanggan. Hal ini membantu para pemangku kepentingan untuk memahami kualitas produk atau layanan yang diharapkan dan seberapa efektif proses ini dalam mencapai tujuan bisnis yang direncanakan (Baca & Reshidi, 2023).

3. Teknologi dan Peralatan

Teknologi dan peralatan yang diperlukan dalam penyusunan laporan studi kelayakan bisnis adalah aspek penting yang mencakup spesifikasi teknologi yang dibutuhkan serta peralatan yang akan digunakan dalam menjalankan operasional bisnis. Penilaian teknologi ini mempertimbangkan segala aspek yang terkait dengan penggunaan teknologi dalam mendukung produksi, layanan, manajemen, dan operasional bisnis.

Spesifikasi teknologi yang diperlukan mencakup pemilihan perangkat lunak, perangkat keras, sistem, atau

platform yang mendukung proses operasional. Ini bisa termasuk sistem manajemen informasi, perangkat lunak analisis data, platform komunikasi, atau teknologi khusus yang relevan dengan industri atau jenis bisnis yang sedang direncanakan. Penilaian ini bertujuan untuk memastikan bahwa teknologi yang digunakan sesuai dengan kebutuhan bisnis, mampu meningkatkan efisiensi operasional, memungkinkan inovasi, dan menghadirkan nilai tambah bagi pelanggan.

Peralatan yang akan digunakan juga menjadi bagian krusial dalam penilaian kelayakan bisnis. Ini meliputi evaluasi terhadap mesin, peralatan produksi, infrastruktur IT, kendaraan, atau alat lainnya yang diperlukan untuk menjalankan operasional bisnis secara efektif. Pemilihan peralatan harus mempertimbangkan keandalan, kecukupan, efisiensi, dan kepatuhan terhadap standar keamanan yang relevan. Dengan mempertimbangkan spesifikasi teknologi yang diperlukan serta evaluasi peralatan yang akan digunakan, laporan studi kelayakan bisnis dapat memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana teknologi akan mendukung operasional bisnis secara keseluruhan. Hal ini membantu para pemangku kepentingan untuk memahami investasi yang diperlukan, manfaat yang diharapkan, dan potensi penggunaan teknologi dan peralatan dalam mendukung kesuksesan proyek bisnis yang direncanakan (Caldas, 2003).

D. Analisis Risiko

Analisis risiko dalam penyusunan laporan studi kelayakan bisnis adalah proses untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengelola risiko-risiko yang mungkin dihadapi dalam menjalankan proyek bisnis. Risiko-risiko ini mencakup segala kemungkinan yang dapat mengganggu atau menghambat kesuksesan proyek, seperti risiko finansial, operasional, lingkungan, keamanan, atau perubahan pasar. Tujuan dari analisis risiko adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor risiko potensial, mengevaluasi

dampaknya, serta merencanakan strategi untuk mengurangi atau mengelola risiko tersebut (Mwape *et al.*, 2023).

Langkah pertama dalam analisis risiko adalah identifikasi risiko-risiko yang mungkin dihadapi. Ini melibatkan pengumpulan informasi dari berbagai sumber, diskusi dengan ahli industri, analisis data historis, dan pengalaman praktis untuk mengidentifikasi potensi ancaman terhadap kesuksesan proyek bisnis. Risiko-risiko ini dapat bervariasi dari perubahan regulasi hingga kegagalan teknologi, persaingan pasar yang ketat, atau bahkan risiko ekonomi global.

Setelah identifikasi risiko, langkah berikutnya adalah mengevaluasi dan menganalisis dampak serta probabilitas terjadinya risiko tersebut. Ini membantu dalam menentukan risiko mana yang paling berpotensi merugikan proyek dan yang perlu mendapat perhatian lebih lanjut. Setelah itu, perencanaan strategi dilakukan untuk mengelola atau mengurangi dampak risiko-risiko tersebut. Strategi ini bisa berupa penggunaan asuransi, diversifikasi, pengembangan rencana darurat, atau pembentukan mitigasi risiko yang relevan.

Dengan mempertimbangkan semua risiko yang mungkin dihadapi serta menggunakan referensi yang relevan, laporan studi kelayakan bisnis dapat menyajikan pemahaman yang mendalam tentang risiko-risiko yang relevan dengan proyek bisnis yang direncanakan. Ini memungkinkan para pemangku kepentingan untuk mengambil langkah-langkah proaktif dalam merencanakan strategi pengelolaan risiko yang efektif, yang pada gilirannya dapat meningkatkan peluang kesuksesan proyek tersebut.

Kesimpulan



Studi kelayakan bisnis merupakan tahap penting dalam proses perencanaan bisnis yang menyeluruh. Buku ini membahas beragam aspek yang tercakup dalam studi kelayakan, seperti analisis pasar, analisis teknis, lokasi dan infrastruktur, proses produksi atau pelayanan, teknologi, dan analisis risiko. Analisis pasar memungkinkan para pelaku bisnis untuk memahami potensi, kebutuhan, dan tantangan yang mungkin mereka hadapi dalam memasuki pasar. Sementara itu, pemilihan lokasi dan infrastruktur yang tepat menjadi landasan yang kuat dalam menjalankan operasional bisnis dengan efisien.

Rincian mengenai proses produksi atau penyediaan layanan, bersama dengan teknologi yang diperlukan dan peralatan yang digunakan, menjadi kunci dalam menjamin kualitas produk atau layanan yang dihasilkan. Di sisi lain, analisis risiko memainkan peran penting dalam mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengelola risiko-risiko yang mungkin menghambat kesuksesan proyek bisnis. Dalam keseluruhan proses studi kelayakan bisnis, integritas data dan analisis yang cermat sangatlah penting. Dengan mempertimbangkan aspek-aspek ini secara menyeluruh, laporan studi kelayakan bisnis memberikan dasar yang kokoh bagi para pengusaha dan pemangku kepentingan untuk membuat keputusan investasi yang tepat serta melangkah maju dengan keyakinan dalam merencanakan dan menjalankan bisnis yang berhasil.

Daftar Pustaka

- Abdeljalil, A., Nabil, S., & Rachid, M. (2022). Contribution to developing a new environmental risk management methodology for industrial sites. *Journal of Applied and Natural Science*, 14(1), 9–16. <https://doi.org/10.31018/JANS.V14I1.3205>
- Adindo, A. W. (2021). *Kewirausahaan dan Studi Kelayakan Bisnis Untuk Memulai dan Mengelola Bisnis*. Deepublish.
- Afriansyah, Kristanti, D., Wahyuningsih, S. H., & Vuspitasar, B. (2022). *STUDI KELAYAKAN RENCANA BISNIS*. CV.EUREKA MEDIA AKSARA.
- Al'afghani, M. M. (2021). Konsep Regulasi Berbasis Risiko: Telaah Kritis dalam Penerapannya pada Undang-Undang Cipta Kerja Risk Based Regulation: Critique to Its Adoption in the Job. *Jurnal Konstitusi*, 18, 68.
- Baca, G., & Reshidi, N. (2023). Developing internal marketing strategies for measuring and managing employee-based brand equity. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 26(5), 687–704. <https://doi.org/10.1108/QMR-04-2023-0050>
- Breazeale, J., & Cuny, C. (2023). Teaching Auction Theory to Finance Students. *Journal of Instructional Techniques in Finance*, 2(1). <https://doi.org/10.54155/jitf.v2i1.38>
- Caldas, M. P. (2003). Management information systems: managing the digital firm. *Revista de Administração Contemporânea*, 7(1), 223–223. <https://doi.org/10.1590/S1415-65552003000100014>
- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Prentice Hall.

- Dodgson, M., Gann, D., & Salter, A. (2008). *The Management of Technological Innovation*. Oxford University PressOxford. <https://doi.org/10.1093/oso/9780199208524.001.0001>
- Faraji, O., Ezadpour, M., Rahrovi Dastjerdi, A., & Dolatzarei, E. (2022). Conceptual structure of balanced scorecard research: A co-word analysis. *Evaluation and Program Planning*, 94, 102128. <https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2022.102128>
- Fauziah, H. N., Fakhriyah, A. N., & Rohman, A. (2020). Analisis Risiko Operasional Bank Syariah pada Masa Pandemi Covid-19. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 38–45.
- Fauziah, S. (2019). Manajemen Risiko Reputasi pada Perbankan Syariah Di Indonesia. *EKSISBANK (Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan)*, 3(1), 74–80.
- Ferran, E., Howell, E., & Steffek, F. (2023). Introduction to the Legal Framework for Corporate Finance. In *Principles of Corporate Finance Law* (pp. 3-C1N80). Oxford University PressOxford. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198854074.003.0001>
- Garau, G., Carboni, D., & Karim El Meligi, A. (2021). Economic And Environmental Impact Of The Tourism Carrying Capacity: A Local-Based Approach. <https://doi.org/10.1177/10963480211031426>, 46(7), 1257–1273. <https://doi.org/10.1177/10963480211031426>
- Grant, R. M. (2016). *Contemporary Strategy Analysis: Text and Cases* (Ninth Edition). John Wiley & Sons.
- Gunawan, karebet. (2018). Peran Studi Kelayakan Bisnis Dalam Peningkatan UMKM (Studi Kasus UMKM di Kabupaten Kudus). *Jurnal Bisnis*, Vol 6(No 2).
- Hasan, S., Elpisah, E., Sabtohadhi, J., Zarkasi, Z., & Fachrurazi, F. (2022a). *Studi Kelayakan Bisnis*. Penerbit Widina.
- Hasan, S., Elpisah, Sabtohadhi, Zarkasi, & Fachrurazi. (2022b). *STUDI KELAYAKAN BISNIS* (1st ed.). CV Pena Persada.

- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill Irwin.
- H Nasir Asman, M. M. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0)*. Penerbit Adab.
- Horani, O. M., Khatibi, A., , A. R. Als.  href='https://orcid.org/0000-0002-1410-8843' class='orcid-link'>, J. T. href='https://orcid.org/0000-0003-0966-2425' class='orcid-link'>, A. S. A.-A. href='https://orcid.org/0000-0001-5688-1503' class='orcid-link'>, & Azam, S. M. F. (2023). Antecedents of Business Analytics Adoption and Impacts on Banks' Performance: The Perspective of the TOE Framework and Resource-Based View. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 18, 609–643. <https://doi.org/10.28945/5188>
- Ingram, T. N., LaForge, R. W., Avila, R. A., Schwegker, C. H., & Williams, M. R. (2015). *Sales Management: Analysis and Decision Making*. Taylor & Francis.
- Kampira, A. (2023). *Feasibility Studies: New Product Development and Launch*. Afregarde Strategies.
- Kościółek, S. (2023). Strategic marketing management. In *Equity Crowdfunding in Sports Clubs* (pp. 5–34). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003320623-2>
- Kotler, P., Armstrong, G., Yau, O., & Ang, S. H. (2008). *Principles of marketing: A Global Perspective*. Pearson Education.
- Kotler, P., Cunningham, M. H., & Turner, R. E. (2001). *Marketing Management*. Prentice Hall Canada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kristian, W., & Indrawan, F. (2019). Studi kelayakan bisnis dalam rangka pendirian XX Cafe. *Jurnal Akuntansi*, 11(2), 379–400.

- Kurniawan, & Iskandar, Y. (2021). A Systematic Literature Review of The Importance of Sustainable Business Strategy. *WSEAS Transactions on Environment and Development*, 17, 829–839. <https://doi.org/10.37394/232015.2021.17.78>
- Kurniawan, R., Amelia, A., Azmi, A., & Murnisyah, M. R. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Syariah Dalam Aspek Ekonomi. *AL-QASD Journal.*, 4(2), 90–98. <https://doi.org/10.22303/al-qasd.4.2.2022.90-98>
- Lestari, C. A. (2023). Implementasi Lean Manufacturing untuk Meningkatkan Efisiensi Produksi. *Circle Archive*, 1(3).
- Liao, J. (2018). *Research on the Influence of Third-Party Payments on the Business Operations of Commercial Banks*. 166–174. <https://doi.org/10.2991/MEESS-18.2018.34>
- Lloyd, S., Lee, J., Clifton, A., Elghali, L., & France, C. (2012). Ecodesign through Environmental Risk Management: A Focus on Critical Materials. *Design for Innovative Value Towards a Sustainable Society*, 374–379. https://doi.org/10.1007/978-94-007-3010-6_72
- Lucarelli, M. T. (2013). The Environmental Impact Assessment: a new tool for a new quality in ecological compliance. *TECHNE - Journal of Technology for Architecture and Environment*, 81–85. <https://doi.org/10.13128/TECHNE-12805>
- Machaka, R. K., & Machaka, R. K. (2020). The Improved Model of the Method, Rights, and Resources (MRR) for the Evaluation of the EIA System: Revising the Sustainability Indicators. *Energy Efficiency and Sustainable Lighting - a Bet for the Future*. <https://doi.org/10.5772/INTECHOPEN.88747>
- Martinov, G., & Kovaleko, A. (2019). Additive process equipment control system for integration into a flexible manufacturing system. *2019 XXI International Conference Complex Systems: Control and Modeling Problems (CSCMP)*, 519–523.
- Martono, S. (2013). Strategi Peningkatan Kinerja Program Studi melalui Optimalisasi Peran Pimpinan. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 4(1), 30–45. <https://doi.org/10.15294/JDM.V4I1.2422>

- Mathur, U. C. (2010). *Product and Brand Management*. Excel Books.
- McDonald, M., & Dunbar, I. (2004). *Market Segmentation: How to Do It, how to Profit from it*. Elsevier Science.
- McDowall, W., Geng, Y., Huang, B., Barteková, E., Bleischwitz, R., Türkeli, S., Kemp, R., & Doménech, T. (2017). Circular Economy Policies in China and Europe. *Journal of Industrial Ecology*, 21(3), 651–661. <https://doi.org/10.1111/JIEC.12597>
- Moboglu, N. (2022). Advancing competitive advantage in manufacturing firms through competitive intelligence. *Journal of Global Economics and Business*, 3(11), 61–80. <https://doi.org/10.31039/jgeb.v3i11.90>
- Mwape, A. K., Schmidtke, K. A., & Brown, C. (2023). Knowledge and attitude factors influencing primary care clinicians' diagnosis, treatment and management of urinary tract infections in women: A qualitative 'think' aloud study in England. *Reproductive, Female and Child Health*, 2(3), 156–166. <https://doi.org/10.1002/rfc2.52>
- Nasution, A. R. K., & Nurhadi, N. (2019). Studi Kelayakan Bisnis Produksi & Pemasaran Cake Di Kota Bandung (Kasus Di Cv. Yeye Group). *Jurnal Teknik: Media Pengembangan Ilmu Dan Aplikasi Teknik*, 18(1), 38–47.
- Novitasani, L., & Handoyo, P. (2014). Perubahan Gaya Hidup Konsumtif pada Mahasiswa Urban di UNESA. *Paradigma*, 02(chapt 1), 7.
- Oberhofer, P., & Dieplinger, M. (2014). Sustainability in the Transport and Logistics Sector: Lacking Environmental Measures. *Business Strategy and the Environment*, 23(4), 236–253. <https://doi.org/10.1002/BSE.1769>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley.

- Papagiannakis, G., Voudouris, I., & Lioukas, S. (2014). The Road to Sustainability: Exploring the Process of Corporate Environmental Strategy Over Time. *Business Strategy and the Environment*, 23(4), 254–271. <https://doi.org/10.1002/BSE.1781>
- Purnomo, R., Riawan, & Sugianto, L. (2017). Studi Kelayakan Bisnis. *Unmuh Ponorogo Press*.
- Putritama, A. (2018). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19356>
- Rahmadani, S. (2019). 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*, 1(1), 76–83.
- Reza Nurul Ichsan, S. E. M. M., Lukman Nasution, S. E. I. M. M., & Dr. Sarman Sinaga, S. E. M. M. (2019). *Studi Kelayakan Bisnis : Business Feasibility Study*. CV. Sentosa Deli Mandiri.
- Ries, E. (2018). *The Lean Startup (Republish)*. Bentang Pustaka.
- Robby Gunawan, Meina Wulansari Yusniar, A. J. (2021). Pengaruh Risiko Spekulatif, Risiko Operasional, Dan Volume Penjualan Terhadap Kinerja Keuangan PT. Prima Multi Mineral. *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2013–2015.
- Rorie, M. (2015). An integrated theory of corporate environmental compliance and overcompliance. *Crime, Law and Social Change*, 64(2–3), 65–101. <https://doi.org/10.1007/S10611-015-9571-9/METRICS>
- Sandhi Prahara, R., Sobrun Jamil, A., & dan Jamil, P. (2018). KONSEP PEMBELAJARAN EKONOMI BERBASIS EKONOMI KREATIF. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 1(1), 7–18. <https://doi.org/10.31538/IJSE.V1I1.68>

- Sasono, D. A., & Haryanto, I. (2022). Changes in the Role of the Community in the Preparation of Environmental Impact Analysis Based on Law Number 11 of 2020 Concerning Job Creation. *International Journal of Social Science and Human Research*, 05(07). <https://doi.org/10.47191/IJSSHR/V5-I7-07>
- Selstad, T., & Sjøholt, P. (2004). Service industries in the global economy. *Norsk Geografisk Tidsskrift - Norwegian Journal of Geography*, 58(3), 136–140. <https://doi.org/10.1080/00291950310002331>
- Sunaryo, T. (2007). *Manajemen Risiko Finansial*. Penerbit Salemba.
- Supriyadi, A. P. (2023). Reduction of Public Participation Rights in The Rules of Analysis of Environmental Impacts for Business Licensing in Indonesia: Green Constitution Perspective. *Jurnal HAM*, 14(1), 15–38. <https://doi.org/10.30641/HAM.2023.14.17-40>
- Teh, D., & Corbitt, B. (2015). Building sustainability strategy in business. *Journal of Business Strategy*, 36(6), 39–46. <https://doi.org/10.1108/JBS-08-2014-0099/FULL/XML>
- Tretyak, M., & Klimova, I. (2019). Methodological problems of land use environmental impact assessment as a planned economic activity. *Zemleustrij, Kadastr i Monitoring Zemel'*, 2. <https://doi.org/10.31548/ZEMLEUSTRIY2019.02.05>
- Triansyah, Z., Frastiawan, D., & Sup, A. (2021). The State's Efforts in Preserving the Environment Through Regulation. *Sustainability (STPP) Theory, Practice and Policy*, 1(2), 200–214. <https://doi.org/10.30631/SDGS.V1I2.1024>
- Velasquez, M. G. (2006). *Business Ethics: Concepts & Cases*. Pearson Prentice Hall.
- Vincent Jaiwant, S. (2023). Changing Structure of Consumer Buying Behaviour and Expectation in the Digital Era. In *Industry 4.0 and the Digital Transformation of International Business* (pp. 207–215). Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-19-7880-7_12

- Vinig, T. G., & de Haan, M. (2002). How do Venture Capitalists Screen Business Plans? Evidence from The Netherlands and the US. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.321860>
- Wahyuni, H. C., & Sumarmi, W. (2018). Pengukuran Risiko Keamanan Pangan Pada Sistem Rantai Pasok Ikan Segar. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 13(1), 37–44. <https://doi.org/10.14710/jati.13.1.37-44>
- Wahyuni, W., Fatih, M. L., Hsb, R. M. S., Sakina, S., & Suhairi, S. (2022). Analisis studi kelayakan bisnis dalam aspek produksi. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 2(1), 126–134.
- Widiyanto, A., Atmojo, J. T., & Darmayanti, A. T. (2019). PENGARUH FAKTOR KERAWANAN PANGAN DAN LINGKUNGAN TERHADAP STUNTING. *Jurnal Terpadu Ilmu Kesehatan*, 8(1), 61–65.
- Wilujeng, T. A., Riyadi, S., & Ridwan, M. (2019). ANALISIS SWOT DAN ASPEK KEUANGAN STUDI KELAYAKAN INVESTASI PENGEMBANGAN RUMAH SAKIT UMUM WONOLANGAN PROBOLINGGO. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, Vol 4(No 2), 975–986.
- Yanuar, D. (2016). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pasar, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan pada UMKM Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang. *Jurnal E-KOMBIS*, II(1), 41.
- Zanoni, P. (2019). Labor market inclusion through predatory capitalism? The “sharing economy,” diversity, and the crisis of social reproduction in the Belgian coordinated market economy. *Research in the Sociology of Work*, 33, 145–164. <https://doi.org/10.1108/S0277-283320190000033009/FULL/XML>
- Zhao, X., Mahendru, M., Ma, X., Rao, A., & Shang, Y. (2022). Impacts of environmental regulations on green economic growth in China: New guidelines regarding renewable energy and energy efficiency. *Renewable Energy*, 187, 728–742. <https://doi.org/10.1016/j.RENENE.2022.01.076>

Tentang Penulis



Iskandar, M.Si.

Dosen Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Salatiga

Iskandar, M.Si., biasa memakai nama Iskandar Chang, Aktivist Muslim Keturunan Tionghoa, Ketua Persatuan Islam Tionghoa Indonesia Provinsi Jawa Tengah, adalah Dosen Tetap Non PNS pada Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Salatiga sejak tahun 2016. Menjadi santri kalong di beberapa Pondok Pesantren An-Nuur Pakis Magelang, Pondok Pesantren Amsilati Jepara. Pendidikan S1 dari Fakultas Tarbiyah IAIN Salatiga Jurusan PAI, S2 diselesaikan di Program Studi Ekonomi Pembangunan UKSW Salatiga pada tahun 2001, melanjutkan Program Doktor Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi UNDIP Semarang sejak tahun 2018, saat ini sedang menyelesaikan Disertasi S3.

Selain mengajar di UIN Salatiga, penulis aktif di berbagai organisasi sosial keagamaan dan bisnis. Mengelola Pondok Pesantren Mahasiswa Mutiara Hati Beriman Salatiga. Aktif dalam berbagai seminar regional, nasional dan internasional dalam bidang ilmu ekonomi, politik dan pariwisata. Saat ini menjabat sebagai Direktur Pusat Studi Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan (CESDEP) Universitas Islam Negeri (UIN) Salatiga. Pernah Menjadi Kontributor Kompas TV pada acara Kalam Hati untuk beberapa Episode. Saat ini diamanahi sebagai Kepala Pusat Halal Center UIN Salatiga (2023-Sekarang), Ketua Komisi Pemberdayaan Ekonomi Umat MUI Jateng (2021-2025), Ketua Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) Komisaris IAIN Salatiga (2021-2025), Ketua 1 Ikatan Saudagar Muslim Indonesia (ISMI) Jawa Tengah (2020-2023), Wabendum Ikatan Pesantren Indonesia (IPI) (2021-2024), Direktur Sinergi Lintas Sukses, Lembaga Pelatihan Pemberdayaan, Pengembangan dan Spiritualitas, Dewan Pakar Paguyuban Sosial Marga Tionghoa Indonesia Kota Salatiga (2020-2024). Karya Ilmiah Buku pada saat ini : Pertumbuhan Ekonomi dalam Analisis Moneter (2021); Masa Depan Ekonomi Syariah Indonesia (Book Chapter, 2022); Ekonomi Pembangunan (2023) dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif.

Email Penulis: iskandarchang@iainsalatiga.ac.id



Dr. Ir. D. Agung Krisprimandoyo, M.M.

Dosen Magister Management, School of Business Management
Universitas Ciputra Surabaya.

Penulis lahir di Yogyakarta pada tanggal 24 Desember 1968. Penulis memiliki kepakaran di bidang Teknik Sipil, Manajemen Keuangan, dan Manajemen Pemasaran sesuai dengan latar belakang pendidikannya. Memperoleh gelar sarjana (S1) dari Universitas Katolik Parahyangan Bandung, Fakultas Teknik Jurusan Sipil pada tahun 1992, pada tahun 1994 memperoleh gelar Magister Management (S2) dari Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, Program Magister Management dan pada tahun 2011 memperoleh gelar Doktor (S3) dari Universitas Airlangga Surabaya, Sekolah Pasca Sarjana Ilmu Ekonomi.

Selain mengajar di MM Universitas Ciputra Surabaya dan MMT Institut Teknologi Sepuluh November Surabaya, penulis aktif sebagai peneliti di bidang kepakaran tersebut. Penelitian-penelitian tersebut didanai baik penelitian dana mandiri, universitas maupun ristek dikti. Berbagai penelitian telah dipublikasikan baik di jurnal nasional maupun internasional. Selain meneliti, penulis juga menulis buku: Strategi Marketing Melalui Corporate Rebranding, Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif. Email Penulis: agungkris@ciputra.com



Dr. Titik Purwati, M.M.

Dosen Prodi Pendidikan Ekonomi
Universitas Insan Budi Utomo

Titik Purwati, menamatkan S-1 nya tahun 1987 dari Pendidikan Ekonomi IKIP Malang yang sekarang menjadi Universitas Negeri Malang. Tahun 1999 memperoleh gelar Magister Manajemen dari Program Pasca Sarjana Universitas Brawijaya. Gelar Doktornya di peroleh tahun 2018 dari Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi Pasca Sarjana Universitas Merdeka Malang, Sejak tahun 1989 sebagai dosen PNS Kopertis VII DPK pada Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP Budi Utomo Malang. Mengampu Mata Kuliah antara lain: Kewirausahaan, Manajemen UMKM, Manajemen Strategi, Manajemen Lembaga Keuangan Bank dan Non Bank serta Manajemen Koperasi. Selain mengajar, pernah mendapat tugas tambahan sebagai Dekan FPIPS & FPISH, dan sejak tahun 2015 hingga saat ini (2023) sebagai Kepala LPPM IKIP Budi Utomo yang sekarang (2023) berubah menjadi Universitas Insan Budi Utomo.

Pendampingan UMKM, Penelitian, Pengabdian kepada Masyarakat, dan Publikasi Artikel pada Jurnal Nasional Terakreditasi maupun pada Jurnal Internasional Terindeks, telah dilaksanakan baik dengan pendanaan internal PT maupun dana hibah Ristek Dikti. Beberapa karya buku yang telah dihasilkan

antara lain: Monograf Komunikasi Pendidikan Bagi Keluarga TKI, Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro, Kebudayaan 5 Pilar Menuju Derajat Istimewa, Budaya Organisasi dalam praktek dan Pengembangan Kewirausahaan di Indonesia.

