
ASPEK-ASPEK PENILAIAN KELAYAKAN PROYEK/USAHA

Oleh :
Muhiddin Sirat dan Tim Dosen

PENGERTIAN STUDI KELAYAKAN USAHA (EVALUASI PROYEK)

- ❑ Yang dimaksud dengan **Proyek** ialah suatu keseluruhan aktivitas yang menggunakan sumber-sumber untuk mendapatkan kemanfaatan (benefit) atau suatu aktivitas yang mengeluarkan uang dengan harapan untuk mendapatkan hasil.

Lanjutan :

- ❑ Studi kelayakan (Evaluasi Proyek) dalam rangka pengembangan **usaha/proyek mencakup** : (1). Pada usaha/proyek yang telah berjalan, dan (2). Maupun terhadap gagasan yang merupakan peluang usaha/proyek baru.
- ❑ Analisis formal terhadap suatu rencana investasi dari suatu peluang usaha dengan tujuan untuk mengetahui apakah manfaat investasi tersebut lebih besar dibandingkan dengan biayanya, biasanya disebut dengan ***Studi Kelayakan Usaha (Evaluasi Proyek)***.

ASPEK-ASPEK PENILAIAN KELAYAKAN PROYEK/USAHA

- A. Aspek Pemasaran dan Potensi Permintaan Konsumen (Aspek Komersil)
 - B. Aspek Teknis Produksi (Operasi)
 - C. Aspek Yuridis
 - D. Aspek Organisasi dan Manajemen
 - E. Aspek Keuangan (Financial)
 - F. Aspek Sosial Ekonomi
-

A. ASPEK PEMASARAN DAN POTESI PERMINTAAN (ASPEK KOMERSIL)

ASPEK PEMASARAN DAN POTENSI PERMINTAAN (ASPEK KOMERSIL)

□ ***Pengertian Aspek Pemasaran :***

Aspek Komersil menyangkut penawaran input (barang/jasa) yang diperlukan proyek, baik waktu membangun proyek maupun pada waktu proyek sudah berproduksi, dan menganalisis pemasaran output yang akan diproduksi oleh proyek/perusahaan (Kadariah, 1999: 2-3).

Lanjutan :

Analisis tentang pemasaran hasil produksi memuat penjelasan tentang :

- 1. Penjelasan tentang Produk yang akan dihasilkan**
 - 2. Keunggulan Produk** yang akan di hasilkan
 - 3. Sitem Pemasaran Produk** yang akan di terapkan,
 - 4. Seberapa besar potensi permintaan** produk dan **perkiraan pangsa pasar** yang dapat diraih, dengan tujuan untuk menentukan target jumlah produk yang terjual.
-

(1). PENJELASASAN TENTANG PRODUK YANG AKAN DIHASILKAN

(1.a). Penjelasan tentang Produk Yang akan dihasilkan/dipasarkan:

Memuat penjelasan (secara Umum) tentang : (1) Produk dalam arti barang, (2). Produk dalam arti Jasa (produk dari usaha jasa), dan (3). Produk dalam arti Jasa perdagangan (produk dari usaha pedagang) yang akan dipasarkan.

(1.b). Keunggulan dari Produk/ Jasa :

Memuat penjelasan (secara umum) tentang : nilai lebih atau keunggulan dari produk kita jika dibandingkan dengan produk yang dihasilkan pesaing atau yang beredar dipasaran.

(1.c). Profil Konsumen :

Memuat penjelasan tentang :

- (1). Siapa konsumen (***sasaran pemasaran produk***), dan apakah diperlukan segmentasi pasar (dari segi umur, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan).
- (2). Lokasi/jarak tempat tinggal konsumen dan Wilayah Persaingan Produk); dan
- (3). Menjelaskan ***perilaku konsumen*** (kebiasaan mereka membeli dan dimana mereka membeli produk/jasa).

Lanjutan :

(1.d).Keunggulan kompetitif perusahaan :

Keunggulan kompetitif perusahaan, dalam arti beberapa keunggulan perusahaan yang akan diciptakan, seperti keunggulan dari segi :
(1).harga, dan atau (2).kualitas produk, (3).cara pelayanan, (4).cara pembayaran, (5).sistem pemasaran, dan lainnya; dalam rangka meningkatkan pangsa pasar perusahaan.

(2). SISTEM PEMASARAN YANG AKAN DITERAPKAN :

(2.a). *Sistem pemasaran terintegrasi secara vertikal.*

- ❑ Yaitu Sistem pemasaran yang menggunakan *perantara (pedagang antara)* dalam memasarkan produk.
- ❑ Upaya menjaga hubungan baik dan menciptakan *bergaining power* (kemampuan daya saing) dengan pelanggan merupakan hal penting dilakukan.
- ❑ Berdasarkan data penjualan dari beberapa perusahaan sampel, kita bisa menentukan ***target penjualan*** atas pemasaran terintegrasi dari perusahaan kita.

Lanjutan :

(2.b). Sistem pemasaran terintegrasi secara horizontal (pemasaran bersama)

- ❑ Yaitu pemasaran yang dilakukan secara bersama melalui lembaga pemasaran yang ada (Koperasi, kelompok usaha bersama, melalui bazar, dll)
- ❑ Berdasarkan data penjualan dari beberapa perusahaan sampel kita bisa menentukan ***target penjualan*** atas pemasaran terintegrasi secara horizontal dari perusahaan kita.

Lanjutan :

(2.c). Sistem Pemasaran Langsung (Pemasaran Tidak Terintegrasi) :

- ❑ Yaitu pemasaran langsung kepada konsumen akhir tanpa melalui Pedagang Antara.
- ❑ Oleh karena itu yang perlu dicermati adalah : (1). Wilayah Persaingan, (2). jumlah pesaing, dan (3). Struktur Pasar (tingkat kekekatan persaingan di pasar) produk tersebut.
- ❑ Untuk mengukurnya tingkat kekekatan persaingan dapat menggunakan Indeks Pengukuran Struktur Pasar
- ❑ Berdasarkan data penjualan dari beberapa perusahaan sampel kita bisa menentukan target penjualan perusahaan kita.

(3). POTENSI PERMINTAAN KONSUMEN : LUAS WILAYAH PASAR/PERSAINGAN PRODUK :

(3.a). Luas Wilayah Pasar (Persaingan) Produk :

- ❑ Materi ini menjelaskan tentang wilayah pasar produk yang akan dipasarkan. Dari segi Wilayah pasar, pasar dikategorikan menjadi: Pasar setempat, Pasar lokal, Pasar regional, Pasar nasional, Pasar internasional... ***Diskusikan Pengertian Pasar ?***
- ❑ Dalam suatu wilayah pasar terdapat berapa jumlah perusahaan yang saling bersaing. Struktur pasar yang dihadapi akan membawa konsekuensi strategi usaha perusahaan (Conduct).

(3.b). Penentuan Potensi Permintaan dan Target Penjualan :

- ❑ Memuat penjelasan tentang besaran permintaan potensial dan target market share atas produk/barang yang dapat diraih guna menentukan target penjualan.
- ❑ Ada dua metode penentuan target penjualan, yaitu : (1). Analisa Gap Pasar, dan (2). Analisa Market Share.
- ❑ Analisis kuantitatif/ deskriptif dapat digunakan untuk estimasi permintaan pasar (Tampilkan data kuantitatif).

3.b.1. Analisa Gap Pasar

Periode (Th)	Jumlah Perusahaan di pasar	Estimasi Permintaan Pasar (Jumlah Permintaan Potensial)	Penawaran Produk Perusahaan ² di Pasar	Gap (selisih) Potensi Permintaan dan Penawaran Pasar
1	5	5000	4000	1000
2	5	6000	4500	1500
3	6	7000	5000	2000
4	6	6500	5000	1500
	Rata-rata Gap Pasar = 1500			
	Estimasi Market Share Perusahaan Kita = ... % dari Gap Pasar tersebut, Berapa Kemampuan Perusahaan kita untuk memasoknya ?			

3.b.2. Analisa Market Share

Sampel Perusahaan	Permintaan Pasar (satuan)	<i>Market Share (%)</i>
1	500	20
2	600	24
3	300	12
4	700	28
5	400	16
Jumlah	2500	100
Rata-rata	500	20 %
Estimasi Target penjualan perusahaan kita apakah akan ditetapkan di atas atau di bawah rata-rata		

3.b.3. Ramalan Penjualan Perusahaan Kita (Berdasarkan Survei Pasar)

Tahun	Ramalan Jumlah Penjualan <i>Perusahaan kita</i>	Laju Perkembangan Jumlah Penjualan (Asumsi : 10%)
1	500	-
2	550	10
3	605	10
4	665	10
5	732	10
Jelaskan Rasionalisasi Asumsi melalui : (1). Kajian Pustaka (Studi Literatur), atau (2). Hasil suvei pasar dan Estimasi Langsung (Menggunakan Metode Rata-rata, atau (3). Hasil Survei Pasar dan Estimasi Langsung Menggunakan Analisis Trend), atau (4).Hasil suvei pasar dan Estimasi Tak Langsung (Menggunakan Analisis Regresi).		

B. ASPEK TEKNIK, FISIK, DAN PELAYANAN (ASPEK PRODUKSI)

B. ASPEK TEKNIS (ASPEK PRODUKSI)

□ Jenis Kegiatan Usaha :

Secara umum jenis kegiatan usaha dapat berupa kegiatan : Produksi, Perdagangan, dan Jasa (Achmad Musyadar, S.E., M.M. UT, 2004 : Modul 3 : 3.1).

□ Aspek Teknis (Aspek Produksi) :

Meliputi evaluasi tentang input dan output dari barang dan jasa yang akan diperlukan dan diproduksi oleh proyek (Kadariah, 1999: 2-3)

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam Aspek Teknis :

1. Penentuan lokasi usaha (Yang perlu diperhatikan terkait dengan letak geografis (kedekatan dengan pasar/konsumen, kedekatan dengan factor produksi, serta kondisi iklim dan tanah)
2. Penentuan kapasitas produksi (disesuaikan dengan ramalan permintaan pasar),
3. Rincian kebutuhan dan peralatan usaha (Teknologi dan Alat produksi)
4. Ketersediaan dan Proses pengadaan barang dari pemasok (pengadaan bahan baku dan bahan pembantu)
5. Desain bangunan dan organisasi usaha,

Lanjutan : Aspek Teknis

6. Ketersediaan sumberdaya pendukung yang dibutuhkan suatu usaha/proyek, seperti: (a). jalan menuju proyek, (b). ketersediaan air bersih, dan (c). Ketersediaan listrik.
 7. Kebutuhan dan Ketersediaan tenaga kerja dari berbagai tingkat keterampilan (pimpinan, supervisi, tenaga Un-skill).
 8. Ketersediaan fasilitas untuk penyimpanan dan pengiriman hasil produksi.
 9. Desain procedure/mekanisme proses fisik (Lay out pabrik dan Proses Produksi).
-

Lanjutan :

10. Pertanyaan lain yang perlu mendapat jawaban adalah terkait karakteristik produk yang dihasilkan, yakni mencakup tentang : Standar kualitas, dimensi, warna, paten, trade mark, lisensi, syarat penyimpanan, packing, syarat pengiriman, dan juga kemungkinan untuk mempertimbangkan bahwa tidak keseluruhan komponen produk di buat sendiri.

Beradasrkan analisis ini pula diketahui rancangan awal penaksiran ***biaya investasi***.

B.1. Uraian produk

- a. Jenis- jenis Produk, Ukuran, bentuk Produk yang diproduksi secara terinci;
- b. Target produksi mengacu pada target penjualan
- c. Kualitas Produk
- d. Kemasan produk

B.2. Uraian tentang Faktor Produksi yang diperlukan

Memuat Penjelasan tentang :

- a. Ketersediaan bahan baku
- b. Tingkat keterampilan. Pengetahuan, tenaga kerja dan ketersediaan tenaga kerja yang diperlukan.
- c. Kebutuhan faktor produksi (Input) yang diperlukan dalam proses produksi.
- d. Apakah bahan-bahan memerlukan komponen import atau tidak
- e. Semua biaya akan dicatat dan dianalisa ***dalam analisis investasi dan analisis finansial.***

(a). Uraian Jenis Sarana, Prasarana, dan bahan baku yang Diperlukan

- ❑ Mesin, kendaraan, dan Peralatan Kantor
- ❑ Kebutuhan Bahan Penolong (oli, bensin, solar, listrik, air, dll.
- ❑ Bahan Baku (perhitungan biaya disesuaikan dengan aspek keuangan)

(b). Uraian Tenaga Kerja

- ❑ Posisi dan Jumlah Tenaga Kerja
- ❑ Uraian Tugas Tenaga kerja
- ❑ Gaji Tenaga Kerja (harus sesuai dengan aspek Keuangan)

(c). Uraian Daya Dukung Infrastruktur

Memuat penjelasan tentang pertimbangan dalam memilih lokasi usaha yang strategis :

- ☐ Kondisi jalan menuju lokasi,
- ☐ Mudah/tidaknya dijangkau konsumen,
- ☐ Dekat dengan konsumen potensial,
- ☐ Keamanan lingkungan,
- ☐ Ketersediaan prasarana pendukung (listrik, air,dll)
- ☐ Denah lokasi

(d).Proses Produksi

- ❑ Memuat penjelasan waktu yang diperlukan dalam setiap siklus produksi.
- ❑ Memuat penjelasan cara pengadaan bahan baku, proses produksi, pemasaran produk, dan cara penanganan limbah produksi.
- ❑ Gambarkan Skema Proses Produksi

C. ASPEK YURIDIS

C. ASPEK YURIDIS

- ❑ Aspek Yuridis menjelaskan keadaan legal formal, yang meliputi berbagai persyaratan, seperti :
 1. Akte Pendirian Usaha
 2. Izin Usaha, seperti SIUP, SITU, HO,
 3. Ketentuan lain yang mengatur usaha.
- ❑ Semua biaya akan tercatat dan dianalisis dalam ***aspek keuangan***.

D. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

D. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

- ❑ Aspek Manajerial dan administrasi : menyangkut kemampuan staf proyek untuk menjalankan administrasi aktivitas dalam ukuran besar (large scale activities). Keahlian manajemen hanya dapat di evaluasi secara subyektif, tetapi meskipun demikian, kalau hal ini tidak mendapat perhatian yang khusus, maka banyaknya kemungkinan terjadi pengambilan keputusan yang kurang realistis dalam proyek yang di rencanakan. (Kadariah, 1999 : 2-3).
- ❑ Aspek Organisasi perhatiannnya terutama ditujukan pada hubungan antara administrasi proyek dengan bagian administrasi pemerintah lainnya dan untuk melihat apakah hubungan antara masing-masing wewenang dan tanggung jawab dapat diketahui dengan jelas (Kadariah, 1999 : 2-3).

Lanjutan :

Dalam aspek ini memuat penjelasan tentang :

1. Bentuk Usaha dan Landasan Hukum Pendirian/Perizinan Usaha.
2. Struktur Organisasi, Uraian Tugas, dan Personalia
3. Jumlah dan Gaji Personal/karyawan
4. Perlengkapan Kantor yang diperlukan , seperti :
 - a. Jenis dan ukuran Bangunan/ gudang tempat usaha
 - b. Status bangunan dan gudang (sewa, milik sendiri).
 - c. Fasilitas yang mendukung usaha (tempat parkir, papan nama, sarana periklanan, dll)
 - d. Perkiraan biaya untuk penyediaan/ penyewaan bangunan, gudang, dan biaya sarana terkait dengan bangunan tempat usaha.

Lanjutan :

5. Kegiatan dan Biaya Pra-operasional :

- a. Survei pasar
- b. Persiapan perencanaan bisnis
- c. Perizinan Usaha
- d. Biaya percobaan produksi
- e. Dan lain-lain.

Semua biaya akan tercatat dan dianalisis dalam ***analisis investasi dan analisis finansial.***



E. ASPEK FINANSIAL

E. ASPEK FINANSIAL

- Aspek Finansial menyangkut terutama perbandingan antara pengeluaran uang dengan revenue earning proyek, apakah proyek itu akan terjamin dananya yang diperlukan, apakah proyek akan mampu membayar kembali dana tersebut dan apakah proyek itu akan berkembang sedemikian rupa sehingga secara finansial dapat berdiri sendiri.
(Kadariah, 1999 : 2-3):

E. ASPEK FINANSIAL

E.1. Tujuan Analisa

E.2. Asumsi Dasar

E.3. Rencana Kebutuhan Investasi

E.4. Laporan Rugi/Laba Perperiode
dan Laporan R/L Komparatif

E.5. Indek Kelayakan Investasi dan
Kesimpulan

E.1. TUJUAN ANALISA

Tujuan analisa Keuangan, antara lain :

- a. Untuk menentukan harga jual produk
- b. Untuk mengetahui tingkat kelayakan usaha yang akan dilaksanakan.

E.2. ASUMSI DASAR

Asumsi dasar, antara lain:

- a. Asumsi yang terkait dengan masa pengembalian pinjaman dan bunga,
- b. Asumsi yang terkait dengan peningkatan produksi/penjualan/jumlah permintaan produk,
- c. Asumsi yang terkait dengan inflasi,
- d. Asumsi yang terkait dengan pajak.
- e. Asumsi yang terkait dengan biaya tak terduga.
- f. Asumsi yang terkait dengan biaya yang sulit dihitung (Intangible Cost / Biaya Sosial)

Lanjutan :

Rasionalisasi Asumsi Peningkatan Produksi/nilai penjualan/jumlah permintaan adalah melalui :

1. Kajian Pustaka (Studi Literatur) yang terkait dengan produk yang diproduksi, terutama untuk mengetahui perkembangan produktivitas lahan atas suatu produk usahatani, ***atau***
2. Menggunakan data hasil suvei pasar dan melakukan Estimasi Langsung atas jumlah permintaan produk (Estimasi dengan menggunakan Analisis Trend), ***atau***
3. Menggunakan data hasil suvei pasar dan Estimasi Tak Langsung atas jumlah permintaan produk (Estimasi dengan menggunakan Analisis Regresi).

E.3. RENCANA INVESTASI

Memuat Penjelasan Tentang :

- ❑ Analisis kebutuhan biaya sesuai dengan ***struktur biaya*** yang telah direncanakan
- ❑ Investasi Tetap (Modal Tetap) dan Perhitungan ***Penyusutan*** Barang Modal
- ❑ Investasi Variabel (Modal Operasional)
- ❑ Kemampuan Modal Sendiri dan Modal Pinjaman
- ❑ Perkiraan Beban Bunga atas Pinjaman
- ❑ Perkiraan Pajak Penjualan dan Pajak lainnya.

CONTOH STRUKTUR BIAYA

A. INVESTASI TETAP :

1. Mesin
2. Tanah dan Bangunan
3. Peralatan Produksi
4. Peralatan Kantor (meja kursi, lemari arsip, komputer)

B. INVESTASI VARIABEL (MODAL OPERASIONAL) :

1. Fasilitas Umum yang digunakan (Listrik, air, angkutan sampah)
2. Bahan Baku Utama,
3. Bahan Baku Penolong
4. Tenaga Kerja yang Diperlukan (manajer utama, manajer unit, staf administrasi, tenaga harian, dll).

(1). Mesin, Peralatan Produksi, Peralatan Kantor, dan Penyusutan Barang Modal

Jenis Mesin dan Peralatan	Jumlah	Umur Ekonomis (Tahun)	Biaya Kalkulasi (Jt RP)	Penyusutan (Jt Rp/Tahun)
(1)	(2)	(4)	(5)	(5):(4)
Mesin	1	10	50	5
Tanah dan Bangunan	1	-	-	10 (Sewa)
Peralatan Produksi	3	3	15	5
Jumlah	-	-	-	20

Lanjutan:

(2). Peralatan Kantor dan Penyusutan

Peralatan	Jumlah	Umur Ekonomis	Perkiraan Biaya (Jt RP)	Penyusutan (Rp)
(1)	(2)	(4)	(5)	(5): (4)
Meja Kursi	3 Set	4	12	3
Lemari Arsip	4	4	8	2
Komputer	4	5	16	3,2
Jumlah	-	-	-	8,2

Lanjutan:

(3). Fasilitas Umum yang digunakan

Jenis Fasilitas Umum	Sumber	Biaya/bulan/Tahun (Jt Rp)
Listrik	PLN	0,4
Air	PDAM	0,2
Angkutan Sampah	Iuran	0,1
Jumlah	-	0,7

Lanjutan :

(4) Bahan Baku

Bahan Baku	Jumlah (Satuan)	Harga (Jt.Rp)	Biaya (Jt.Rp)
Bahan Baku utama	100	0,1	10
Bahan Baku Penolong	20	0,1	2
Jumlah			12

Lanjutan :

(5). Tenaga Kerja yang Diperlukan

TK	Jumlah	Gaji/Bulan (Jt.Rp)
Manajer Utama	1	6
Manager Unit	4	16
Staf Adm	6	12
Tenaga Harian	6	9
Jumlah	-	43

E. 4. Rugi Laba Tahunan

- I. Pendapatan Usaha
- II. Biaya (Biaya Bahan, Overhead, Penyusutan, dan Biaya bunga)
- III. Laba Sebelum Pajak
- IV. Pajak
- V. Laba Setelah Pajak

E.5. Proyeksi Rugi Laba (Laporan Rugi Laba Komparatif)

1. Contoh Proyeksi R/L (Laporan Rugi Laba Komparatif)
2. Contoh Aliran Kas/ Cash Flow (Aspek D.5) Terlampir Pada Lampiran (1)
3. Contoh Perhitungan Penyusutan Terlampir Pada Lampiran (2)

E.6. Indeks dan Kelayakan Investasi

I. Indeks Kelayakan Investasi Tanpa Diskonto (Un-Discounted) dan Laporan Rugi Laba Tahunan :

a. $ROI = \frac{\text{Pendapatan Bersih Pertahun}}{\text{Total Investasi}}$

b. **Rasio Kotor(Gross Ratio) =**
$$\frac{\text{Jumlah Biaya Produksi}}{\text{Jumlah Penerimaan Kotor}}$$

b. **Benefit and Cost Ratio (B/C Rasio) =**
$$\frac{\text{Penerimaan Total}}{\text{Biaya Total}}$$

II. Indeks Kelayakan Investasi Berdiskonto (Discounted):

1. Net Present Value (NPV)
 2. Net Benefit and Cost Ratio (Net B/C)
 3. Benefit and Cost Ratio (B/C Ratio)
 4. Internal Rate of Return (IRR)
-

F. ASPEK SOSIAL EKONOMI (ASPEK EKONOMIS)

F. ASPEK SOSIAL EKONOMI (ASPEK EKONOMIS)

- Aspek Ekonomis diperhatikan dalam rangka menentukan apakah proyek itu akan memberikan sumbangan atau mempunyai peranan positif dalam pembangunan ekonomi seluruhnya dan apakah peranannya itu cukup besar untuk men “justify” penggunaan sumber-sumber yang langka di butuhkan. (Kadariah, 1999 : 2-3):

F. ASPEK SOSIAL EKONOMI

- ❑ Dalam aspek ekonomi yang dianalisis adalah Dampak positif (manfaat sosial/ ***Social Benefit***) proyek dan Dampak Negatif (kerugian sosial/ ***Social Cost***) bagi masyarakat/perekonomian secara keseluruhan.
- ❑ Dalam analisis ini menekankan pada manfaat proyek dalam peningkatan taraf hidup masyarakat Sekitar Proyek/Usaha (***Sosial Profitabilitas***).

TERIMA KASIH

CONTOH LAPORAN RUGI LABA TERLAMPIR
DIBAHAS PADA POKOK BAHASAN BERIKUTNYA