



Studi Kelayakan Bisnis



Tim Penulis:

**Debi Eka Putri - Rudy Irwansyah - Ahmad Bairizki - Indi Ramadhani,
Gerry Ganika - Eko Sudarmanto - Dienni Ruhjatini Sholihah - Resista Vikaliana,
Galih Wicaksono - Lukmanul Hakim Aziz - Dewa Gede Satriawan - Nikmatul Khoiriyah**

Studi Kelayakan Bisnis

Tim Penulis:

Debi Eka Putri - Rudy Irwansyah - Ahmad Bairizki - Indi Ramadhani,
Gerry Ganika - Eko Sudarmanto - Dienni Ruhjatini Sholihah - Resista Vikaliana,
Galih Wicaksono - Lukmanul Hakim Aziz - Dewa Gede Satriawan - Nikmatul Khoiriyah



STUDI KELAYAKAN BISNIS

Tim Penulis:

Debi Eka Putri, Rudy Irwansyah, Ahmad Bairizki, Indi Ramadhani, Gerry Ganika, Eko Sudarmanto, Dienni Ruhjatini Sholihah, Resista Vikaliana, Galih Wicaksono, Lukmanul Hakim Aziz, Dewa Gede Satriawan, Nikmatul Khoiriyah.

Desain Cover:

Ridwan

Tata Letak:

Aji Abdullatif R

Proofreader:

N. Rismawati

ISBN:

978-623-6092-11-8

Cetakan Pertama:

Februari, 2021

Hak Cipta 2021, Pada Penulis

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

Copyright © 2021

by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung

All Right Reserved

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG

(Grup CV. Widina Media Utama)

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: @penerbitwidina

KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain mengucapkan rasa syukur. Karena berkat rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa, buku yang berjudul “Studi Kelayakan Bisnis” telah selesai disusun dan berhasil diterbitkan, semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan penambah wawasan bagi siapa saja yang memiliki minat terhadap pembahasan Studi Kelayakan Bisnis.

Akan tetapi pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sebagaimana pepatah menyebutkan “*tiada gading yang tidak retak*” dan sejatinya kesempurnaan hanyalah milik Tuhan semata. Maka dari itu, kami dengan senang hati secara terbuka untuk menerima berbagai kritik dan saran dari para pembaca sekalian, hal tersebut tentu sangat diperlukan sebagai bagian dari upaya kami untuk terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan karya selanjutnya di masa yang akan datang.

Terakhir, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan turut andil dalam seluruh rangkaian proses penyusunan dan penerbitan buku ini, sehingga buku ini bisa hadir di hadapan sidang pembaca. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ilmu pengetahuan di Indonesia.

Februari, 2021

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1 RUANG LINGKUP DAN TUJUAN STUDI KELAYAKAN BISNIS	1
A. Pendahuluan.....	1
B. Pengertian studi kelayakan bisnis	2
C. Faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan usaha.....	3
D. Tujuan studi kelayakan bisnis	6
E. Lembaga-lembaga yang memerlukan studi kelayakan bisnis	7
F. Ruang lingkup/ aspek studi kelayakan bisnis	9
G. Tahap-tahap dalam studi kelayakan bisnis.....	11
H. Perbedaan studi kelayakan dengan rencana bisnis.....	13
I. Hubungan studi kelayakan dengan disiplin ilmu lainnya	16
J. Rangkuman materi	19
BAB 2 ASPEK HUKUM	21
A. Pendahuluan.....	21
B. Pengertian aspek yuridis (hukum).....	23
C. Tujuan aspek hukum / yuridis	23
D. Bentuk badan usaha	24
E. Jenis badan usaha.....	27
F. Jenis-jenis izin usaha.....	29
G. Legalitas perusahaan	32
H. Manfaat legalitas perusahaan	36
I. Rangkuman materi	37
BAB 3 ASPEK ORGANISASI	41
A. Pendahuluan.....	41
B. Konsep manajemen	42
C. Jenis dan struktur organisasi	46
D. Pengelolaan sumber daya manusia.....	49
E. Manajemen risiko bisnis.....	51
F. Rangkuman materi	58

BAB 4 ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA	61
A. Pendahuluan.....	61
B. Perencanaan SDM	62
C. Analisis pekerjaan.....	67
D. Rekrutmen, seleksi, dan orientasi	69
E. Produktivitas.....	70
F. Pelatihan dan pengembangan.....	70
G. Prestasi kerja	71
H. Kompensasi.....	73
I. Perencanaan karier.....	73
J. Keselamatan dan kesehatan kerja.....	74
K. Pemberhentian	74
L. Implikasi terhadap studi kelayakan bisnis	75
M. Rangkuman materi	76
BAB 5 ASPEK PASAR.....	79
A. Pendahuluan	79
B. Perbedaan antara analisis pasar dengan rencana pemasaran.....	80
C. Analisis pasar	81
D. Data dan informasi yang dibutuhkan	87
E. Kesalahan dalam analisis pasar	87
F. Rangkuman materi	88
BAB 6 ASPEK PEMASARAN	91
A. Pendahuluan.....	91
B. Analisis pemasaran	92
C. Strategi pemasaran.....	93
D. Bauran pemasaran.....	96
E. Rangkuman materi	102
BAB 7 ASPEK PERILAKU KONSUMEN.....	103
A. Pendahuluan	103
B. Perilaku konsumen: mengapa perlu dipelajari?.....	104
C. Faktor yang memengaruhi perilaku konsumen	108
D. Pengolahan informasi konsumen	113
E. Keputusan pembelian, kepuasan dan loyalitas konsumen	115
F. Perubahan dan tantangan konsumen dalam sebuah bisnis	120
G. Rangkuman materi	122

BAB 8 ASPEK PRODUKSI DAN TEKNOLOGI	125
A. Pendahuluan	125
B. Perencanaan produksi	125
C. Manajemen persediaan	127
D. Lokasi	129
E. Tata letak (<i>layout</i>)	130
F. Pemilihan teknologi	132
G. Rangkuman materi	134
BAB 9 ASPEK KEUANGAN	137
A. Pendahuluan	137
B. Pengertian aspek keuangan	138
C. Sumber pendanaan	140
D. Pengertian, tujuan, dan bentuk investasi	141
E. Biaya kebutuhan investasi	142
F. Arus kas	143
G. Analisis kelayakan investasi	143
H. Rangkuman materi	147
BAB 10 ASPEK PENILAIAN INVESTASI	149
A. Pendahuluan	149
B. Definisi investasi	149
C. Tujuan investasi	151
D. Teori investasi	151
E. Metode penilaian investasi	152
F. Keuntungan dan kerugian investasi	159
G. Rangkuman materi	159
BAB 11 ASPEK POLITIK, EKONOMI DAN AMDAL	163
A. Pendahuluan	163
B. Aspek politik	164
C. Aspek ekonomi	166
D. Dampak dari aspek ekonomi	167
E. Aspek amdal	169
F. Tujuan dan kegunaan amdal	170
G. Lingkungan hidup yang harus dijaga dan dilestarikan sebelum investasi	171
H. Dampak penting dalam studi AMDAL	174

I. Penyusunan dokumen amdal	176
J. Rangkuman materi	176
BAB 12 CONTOH BENTUK DESAIN PELAPORAN STUDI KELAYAKAN	
BISNIS	179
A. Pendahuluan	179
B. Apa itu pelaporan studi kelayakan bisnis	180
C. Mengapa penting melakukan pelaporan studi kelayakan bisnis	181
D. Manfaat pelaporan studi kelayakan bisnis	181
E. Tujuh elemen pelaporan studi kelayakan bisnis	182
F. Format penulisan pelaporan studi kelayakan bisnis	186
G. Contoh bentuk <i>design</i> pelaporan studi kelayakan bisnis	188
H. Rangkuman materi	193
GLOSARIUM	195
PROFIL PENULIS	203



RUANG LINGKUP DAN TUJUAN STUDI KELAYAKAN BISNIS

Debi Eka Putri, S.E., M.M
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung

A. PENDAHULUAN

Sebelum memulai ataupun mengembangkan sebuah bisnis, tentunya setiap badan usaha baik perorangan maupun institusi perlu mengadakan penelitian mengenai bagaimana cara memulai atau mengembangkan sebuah usaha apakah dapat menguntungkan perusahaan atau tidak. Mendapatkan keuntungan adalah penyebab salah satu dari tujuan utama perusahaan/organisasi didirikan. (Kasmir & Jakfar, 2013), agar tercapainya tujuan perusahaan sesuai yang diharapkan, maka dari itu apa saja maksud perusahaan (baik yang perusahaan yang bersifat profit maupun sosial ataupun perusahaan gabungan baik sosial maupun profit) hendaknya jika akan melakukan investasi alangkah baiknya dimulai dengan melakukan studi. Tujuannya adalah untuk menilai apakah investasi yang akan ditanamkan layak atau tidak untuk dijalankan. Dengan kata lain, jika usaha/proyek yang akan dijalankan dapat memberikan manfaat atau tidak.

yang berikutnya. Urutan tersebut diantaranya aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis/operasi, aspek manajemen/organisasi, aspek ekonomi sosial dan aspek dampak lingkungan.

TUGAS DAN EVALUASI

1. Berikan penjelasan anda mengenai pengertian studi kelayakan bisnis!
2. Apa saja manfaat studi kelayakan dan tujuan studi kelayakan bisnis.
3. Apa sajakah faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan suatu bisnis?
4. Sebutkan pihak-pihak yang berkepentingan dengan studi kelayakan bisnis.
5. Jelaskan perbedaan antara studi kelayakan dan rencana bisnis? Serta bagaimana hubungan antara studi kelayakan dengan disiplin ilmu yang lain?

DAFTAR PUSTAKA

- Febrianty, F., Sherly, S., Puspitasari, D., Sinaga, O. S., Silitonga, H. P., Indajang, K., Suhartini, S., Kristanto, T., Putri, D. E., Supitriyani, S., Nuraeni, Y. A., Suandi, S., & Wicaksono, G. (2020). MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA (URGENSI, TREND DAN RUANG LINGKUP). In *Widina Bhakti Persada Bandung*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Harahap, S. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis (Pendekatan Integratif)* (M. Yafiz (ed.)). FEBI UIN-SU Press.
- Kasmir, & Jakfar. (2013). *Studi Kelayakan Bisnis* (Revisi). Kencana Prenada Media Group.
- Subagyo, A. (2008). *Studi Kelayakan (Teori dan Aplikasi)*. PT Elex Media Komputindo.
- Sulastri, L. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis Untuk Wirausaha*. LGM - LaGood's Publishing.
- Sunyoto, D. (2014). *Studi Kelayakan Bisnis*. CAPS.



BAB
2

ASPEK HUKUM

Rudy Irwansyah, S.P., M.M
STIE Muhammadiyah Asahan (STIEMA)

A. PENDAHULUAN

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menentukan apakah suatu bisnis layak atau tidak untuk dilaksanakan atau dijalankan. Pada tahap studi kelayakan bisnis, biasanya dilaksanakan kegiatan berupa identifikasi masalah, peluang, menentukan tujuan, menggambarkan bagaimana situasi bisnis dan menilai berbagai manfaat yang akan dihasilkan dari kegiatan bisnis yang telah direncanakan.

Kegiatan studi kelayakan bisnis juga akan menganalisa berbagai aspek yang terkait dalam proses pelaksanaan bisnis. Kegiatan analisa pada studi kelayakan bisnis juga memiliki tujuan seperti mengurangi risiko kerugian, memudahkan perencanaan bisnis, memudahkan pelaksanaan pekerjaan, memudahkan pengawasan dan juga memudahkan pengendalian. Dengan melakukan analisa kelayakan bisnis dari awal bisnis direncanakan, maka harapannya sebagai pebisnis menentukan model bisnis yang paling tepat. Konsep dan model bisnis yang tidak teruji lebih mudah gagalnya dibandingkan dengan bisnis yang sudah menjalankan studi kelayakan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

Muhammad, A. (2010). *Hukum Perusahaan Indonesia*. PT Citra Aditya Bakti.

<https://legistra.id/berita/jenis-jenis-surat-izin-usaha>. (n.d.).

<https://id.Wikipedia.Org/>.

https://id.wikipedia.org/wiki/Surat_Izin_Usaha_Perdagangan

<http://dlh.jabarprov.go.id/index.php/faq/119-amdal/183-apa-itu-amdal>



ASPEK ORGANISASI

Ahmad Bairizki, S.E., M.M
STIE AMM Mataram

A. PENDAHULUAN

Salah satu aspek penting dalam konsep analisis studi kelayakan bisnis yang dijalankan oleh suatu entitas adalah terlaksananya ketertiban serta sinergitas antara peran dan fungsi dari masing-masing unsur yang terdapat di dalamnya. Adapun unsur tersebut bernaung dalam aturan yang ditetapkan baik secara tertulis maupun tidak tertulis yang dianut oleh organisasinya. Unsur berarti segala sumber daya yang terdapat di dalam organisasi tersebut, baik berupa sumber daya manusia yang memiliki peran strategis dalam organisasi, sumber daya informasi sebagai alat pengambil keputusan, sumber daya aset, dan sumber daya lain yang kesemuanya memiliki peran yang fungsinya dijalankan sesuai dengan aturan berdasarkan kaidah manajemen yang diterapkan.

Berdasarkan hal tersebut, maka aspek organisasi suatu entitas (perusahaan)¹ menjadi penting untuk diketahui oleh para pemangku

¹ *Entitas adalah unit usaha yang menjalankan aktivitas ekonomi dan finansial untuk memperoleh keuntungan atau manfaat dari kepentingannya. Dalam konsep ekonomi, entitas berarti satu atau lebih badan hukum yang menjalankan kegiatan usaha. Untuk*

DAFTAR PUSTAKA

- Edison, Emron. (2010). *Human Resource Development – Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung: CV Alfabeta.
- Manullang, M. (2015). *Dasar-dasar Manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- M. Schminke, M.L. Ambrose, R.S. Cropanzano. (2000). “*The Effect of Organizational Structure on Perceptions of Procedural Fairness*”. *Journal of Applied Psychology* 85 (Pg. 294-304).
- Raymond A. Noe, et al. (2010). *Human Resource Management: Gaining a Competitive Advantage*. McGraw-Hill; 6th Edition.



ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA

Indi Ramadhani, S.E., M.M
Universitas Siliwangi

A. PENDAHULUAN

Saat ini perusahaan yang sukses dituntut untuk adaptif, ulet, berpusat pada pelanggan dan cepat berubah arah. Dalam lingkungan seperti itu, efektivitas manajemen SDM sangat penting untuk kesuksesan bisnis. Pelaksanaan Manajemen Sumber Daya Manusia bertujuan untuk mencapai pemanfaatan potensi kerja yang optimal di dalam perusahaan dengan mempertemukan kepentingan organisasi dengan kepentingan individu tenaga kerja yang dimiliki. Serta bagaimana memelihara sumber-sumber tenaga kerja bagi kepentingan pemenuhan kebutuhan perusahaan yang memiliki sasaran utama untuk menciptakan kondisi tenaga kerja yang memenuhi semboyan tepat orang, tepat Jabatan, dan tepat waktu. Jika efektif, ini dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap arah perusahaan secara keseluruhan dan pencapaian tujuan dan sasarnya. Dengan demikian, pada dasarnya bagian SDM tersebut harus melaksanakan fungsi-fungsi manajemen di dalam bidang sumber daya manusia, baik fungsi pokok maupun fungsi operasional Manajemen Sumber Daya Manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Siagian, S. P. (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siswandi, S. (2011). Aplikasi Manajemen Perusahaan: Analisis Kasus dan Pemecahannya (Edisi 3 ed.). Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Umar, H. (2012). Studi Kelayakan Bisnis (Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif) (Edisi Revisi 3 ed.). Jakarta: PT. Sun.

A square graphic with a dark gray background and a white border. Inside, the word "BAB" is written in white serif font at the top, and a large white number "5" is centered below it.

BAB
5

ASPEK PASAR

Gerry Ganika, S.E., M.Sc
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

A. PENDAHULUAN

Pasar dan pemasaran merupakan dua aspek yang dapat dibedakan satu sama lain. Secara sempit, pasar dapat dimaknai sebagai tempat bertemunya penjual barang/jasa dengan konsumen, dan juga sebagai tempat terjadinya transaksi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pasar juga dapat dibedakan berdasarkan lingkungannya, menjadi pasar berskala *local*, nasional atau global atau berdasarkan jangka waktu transaksinya, menjadi pasar berjangka pendek atau panjang. Pasar juga dapat dibedakan menjadi pasar grosir (*wholesale*) dan pasar ritel atau berdasarkan produknya, seperti pasar keuangan atau pasar komoditi. Saat ini, makna pasar tidak hanya diartikan sebagai tempat secara fisik semata, namun juga dapat berupa tempat secara virtual.

Sedangkan pemasaran merupakan proses mengidentifikasi, menganalisis dan mengambil keputusan mengenai pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Secara umum, tujuan dari pemasaran adalah untuk menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan permintaan terhadap barang dan jasa yang ditawarkan. Secara khusus pemasaran menjadi jembatan antara konsumen dan perusahaan, sehingga dapat

TUGAS DAN EVALUASI

1. Apa perbedaan pasar dan pemasaran?
2. Apa tujuan dari analisis pasar/analisis kelayakan pasar ?
3. Jelaskan aspek utama dalam analisis pasar?
4. Bagaimana cara untuk menghindari kesalahan pada analisis pasar?

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hamid, Abdul Muttaleb. (2000). Feasibility Study for Investment Decision Taking.
- Hand, Herbert H., Dunkelberg John S., and Sineath Palmer. (1999, Aug). Economic Feasibility Analysis for Retail Locations. *Journal of Small Business Management*, 12, 28-35.
- James P. Houck , "Market": A Definition for Teaching, *Western Journal of Agricultural Economics*, 9(2): 353-356 © 1984
- Porter, Michael E. (1990). *Competitive Advantage of Nations*. USA: The Free Press
- Winston, W., Stevens, Robert E., Sherwood, Philip K., Dunn, John P., (2013). *Market Analysis: Assessing Your Business Opportunities*. London: Routledge
- Yousuf, Tawfiq Abdul Rahim. (2002). *Management of Small Businesses*. Amman: Dar Safa'a for Publishing and Distribution



ASPEK PEMASARAN

Eko Sudarmanto, S.E., M.M., CRA., CRP
Universitas Muhammadiyah Tangerang [UMT] Indonesia

A. PENDAHULUAN

Pada dasarnya tujuan dari pemasaran adalah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara memuaskan, yang berarti untuk terpenuhinya harapan pelanggan atau bahkan melebihi dari yang diharapkan pelanggan. Di antara manfaat yang akan diperoleh apabila kepuasan pelanggan terpenuhi oleh perusahaan adalah pelanggan akan melakukan pembelian ulang atas produk yang ditawarkan, serta akan terjalinnya hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggan untuk jangka panjang yang bisa mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.

Untuk mendapatkan loyalitas inilah aspek pemasaran harus benar-benar dioptimalkan, mengingat persaingan bisnis yang semakin tinggi dan peningkatan pengetahuan konsumen atas suatu produk (barang dan jasa) yang terus bertambah seiring dengan peningkatan kebutuhannya menjadi suatu tuntutan baru yang harus mendapatkan penanganan dengan benar.

Secara garis besar, aspek pemasaran akan menjelaskan tentang bauran pemasaran yang meliputi faktor produk, promosi, harga dan distribusi, ditambah faktor orang, proses dan bentuk fisik untuk sektor industri jasa. Namun sebelumnya akan diulas sekilas tentang analisis

E. RANGKUMAN MATERI

Pemasaran bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara memuaskan sesuai dengan harapan pelanggan atau bahkan bisa melebihi dari yang diharapkan. Analisis pemasaran berisi tentang cara mengidentifikasi pesaing, menentukan sasaran, mengidentifikasi strategi pesaing, menilai kekuatan dan kelemahan pesaing, mengestimasi pola reaksi pesaing, dan memilih pesaing. Elemen yang ada dalam strategi pemasaran terdiri dari *strategic*, *tactic*, dan *value* (STV).

Sedangkan di dalam aspek pemasaran menjelaskan tentang bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi faktor produk, promosi, harga dan distribusi untuk produk barang, ditambah faktor orang, proses dan bentuk fisik untuk produk jasa.

TUGAS DAN EVALUASI

Kerjakan soal-soal berikut sesuai dengan perintah!

1. Jelaskan perbedaan konsep pasar dengan pemasaran!
2. Jelaskan manfaat dari menganalisis kekuatan dan kelemahan pesaing!
3. Jelaskan apa yang dimaksud dengan bauran pemasaran (*marketing mix*)!
4. Sebutkan elemen apa saja yang termasuk bauran pemasaran produk jasa!
5. Apa yang Saudara ketahui dengan *promotion-mix* !

DAFTAR PUSTAKA

- Denulhay, Y. Kamasturyani, C. Kurniastuti. (2020). *Segitiga Pemasaran*. Cilegon: Gaksa Enterprise.
- Ibrahim, Yacob. (2009). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler, Philip, Hermawan K., Hoi Den Huan, Sandra Liu. (2003). *Rethinking Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Wahyudi, Agustinus Sri. (1996). *Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berpikir Strategik*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Yuliati, Sri Handaru. (2014). *Studi Kelayakan Bisnis*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.



ASPEK PERILAKU KONSUMEN

Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M
UPV Veteran Jakarta

A. PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai perilaku konsumen mulai dari hal yang mendasari perilaku sampai dengan proses konsumen mengambil keputusan untuk pembelian produk, mendapati kepuasan atas produk/jasa tersebut dan lalu menjadi konsumen yang loyal. Perilaku Konsumen yang berubah-ubah dalam jangka waktu yang tidak pasti, memegang kunci penting dalam keberlangsungan sebuah bisnis. Studi mengenai perilaku konsumen ini penting bagi pemasar agar memperoleh pemahaman yang baik mengenai topik ini.

Topik ini mendalami berbagai metode riset, data, dan isu terkait konsumen dengan tujuan agar pemasar lebih mampu memahami konsumen dan menyusun strategi pemasaran yang efektif dan responsif, sehingga konsumen menjadi puas. (Adhani, 2020) menyebutkan terjadi perubahan perilaku konsumen belanja *online* dalam masa pandemi covid-19. Situasi dan kondisi *pandemic* menyebabkan perubahan intensitas belanja dan preferensi produk yang dibeli. Penelitian menyebutkan terjadi perilaku konsumen yang berbeda secara signifikan pada saat sebelum dan selama terjadi pandemi. Semakin cepat pemasar memahami perubahan

DAFTAR PUSTAKA

- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran* (Ed. 3). Yogyakarta, Indonesia: Penerbit ANDI.
- Griffin, Jill. (2002). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. San Francisco, California: Jossey Bass.
- Hayati, S., Suroso, A., Suliyanto, S & Kaukab, M. (2020). *Customer satisfaction as a mediation between micro banking image, customer relationship and customer loyalty*. *Management Science Letters* , 10(11), 2561-2570. DOI: 10.5267/j.msl.2020.3.039
- Rumondang, Astri. dkk. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Medan, Indonesia: Yayasan Kita Menulis.
- Sastry, V.V.L.N. (2019). *Consumer Behavior in Digital Age*. New Delhi, India: Idea Publishing.
- Sumarwan, Ujang. (2014). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Ed. Kedua). Bogor, Indonesia: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sangadji, Etta M. & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta, Indonesia: Penerbit ANDI.
- Suryati, Lili. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta, Indonesia: Penerbit Deepublish



ASPEK PRODUKSI DAN TEKNOLOGI

Resista Vikaliana, S.Si., M.M

Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami

A. PENDAHULUAN

Aspek produksi merupakan salah satu aspek dalam studi kelayakan bisnis yang menerangkan proses produksi dan teknis operasional serta teknologi yang diterapkan, hingga produk atau jasa diterima oleh konsumen. Hal yang termasuk dalam aspek ini di antaranya: perencanaan produksi (termasuk kapasitas produksi, perencanaan kualitas produk/ jasa, pemilihan produk, manajemen persediaan, pemilihan teknologi, fasilitas produksi termasuk pengembangan gugus kerja, peralatan dan mesin produksi, pergudangan, lokasi dan *layout* pabrik, penugasan SDM atau *man power*, termasuk pembentukan tim.

B. PERENCANAAN PRODUKSI

Dalam perencanaan produksi, yang harus dipahami pertama kali adalah karakteristik dari produk atau jasa yang akan diproduksi. Berikut ini perbedaan produk dan jasa (Heizer & Render, 2016).

DAFTAR PUSTAKA

- DS, A. H., & Prabawani, B. (2009). *Manajemen operasi*. 1500. file:///D:/BULAN/1 DATA D/Paper/0178-BA-FISIP-2009.pdf
- Heizer, J., & Render, B. (2016). *Manajemen Operasi* (11th ed.). Salemba Empat.
- Prawirosentono, S. (2001). *Manajemen Operasi, Analisis dan Studi Kasus* (3rd ed.). Bumi Aksara.
- Rangkuti, F. (2007). *Manajemen Persediaan*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Sisca, S., Julyanthry, J., Ervina, N., Andy, W., Ambarita, M. H., Susanti, E., Arshandy, E., Vikaliana, R., Butarbutar, N., Butarbutar, M., Grace, E., Pulungan, K. P. Z., & Sianipar, R. T. S. (2020). *Manajemen Operasional*. Widina Bhakti Persada. https://scholar.google.com/citations?hl=id&user=VWBjbtgAAAAJ&view_op=list_works&authuser=1&sortby=pubdate#d=gs_md_cita-d&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Did%26user%3DVWBjbtgAAAAJ%26sortby%3Dpubdate%26authuser%3D1%26citation_for_view%3DVWBjbtgAAAAJ%3A3f4tGmQtD8C%26tzom%3D-420
- Vikaliana, R., Sopian, Y., Solihati, N., Adji, D. B., & Mulia, S. S. (2020). *Manajemen Persediaan*. Media Sains. https://scholar.google.com/citations?hl=id&user=VWBjbtgAAAAJ&view_op=list_works&authuser=1&sortby=pubdate#d=gs_md_cita-d&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Did%26user%3DVWBjbtgAAAAJ%26sortby%3Dpubdate%26authuser%3D1%26citation_for_view%3DVWBjbtgAAAAJ%3ATFP_iSt0sucC%26tzom%3D-420
- Sumber Internet:
- <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132297330/pendidikan/bab-10-studi-kelayakan-bisnis.pdf>
- <http://ryuken123.blogspot.com/2018/08/analisis-aspek-produksi-dan-aspek.html>
- <https://grapadikonsultan.co.id/aspek-teknik-dan-teknologi-dalam-studi-kelayakan-bisnis/>

A square graphic with a grey background and a white border. Inside, the word 'BAB' is written in white capital letters at the top, and a large white number '9' is centered below it.

BAB
9

ASPEK KEUANGAN

Galih Wicaksono, S.E., M.Si., Akt
Universitas Jember

A. PENDAHULUAN

Aspek keuangan merupakan salah satu aspek yang perlu dipertimbangkan oleh pemilik perusahaan dan investor dalam melakukan analisis kelayakan usaha. Aspek keuangan dianalisis secara mendalam untuk mengetahui layak tidaknya suatu usaha atau investasi dilakukan, sehingga pemilik perusahaan dan investor mengetahui secara mendalam terkait dengan prospek usaha atau investasi tersebut di masa yang akan datang, serta dapat mempersiapkan dengan baik. Beberapa aspek keuangan yang perlu dianalisis misalkan terkait dengan sumber pendanaan, nilai kebutuhan investasi, perkiraan pendapatan dan biaya investasi di masa mendatang, proyeksi atau perkiraan terkait dengan arus kas, dan kriteria penilaian investasi.

Dengan mengetahui dengan baik terkait dengan beberapa aspek keuangan tersebut, maka pemilik perusahaan dan investor tidak salah langkah dalam memilih usaha atau investasi yang akan dilakukan, sehingga akan memperoleh keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Lebih lanjut, pemilik perusahaan dan investor juga perlu mengetahui secara mendalam terkait dengan biaya kebutuhan investasi, arus kas, dana kajian

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, Irham. (2014). Analisa Kinerja Keuangan. Bandung : Alfabeta.
- Halim, Abdul. (2009). Analisis Kelayakan Investasi Bisnis. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Suliyanto. 2010. Studi Kelayakan Bisnis : Pendekatan Praktis. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- <https://bisnismuda.id/read/461-i-wayan-yeremia-natawibawa/analisis-kelayakan-aspek-keuangan-dalam-mengawali-bisnis>

A gray square box with a white border containing the text 'BAB' at the top and '10' in a large font below it.

BAB
10

ASPEK PENILAIAN INVESTASI

Lukmanul Hakim Aziz, S.E.I., M.M
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

A. PENDAHULUAN

Aspek penilaian investasi merupakan salah satu bagian keuangan yang bertujuan agar modal kerja dapat tersalurkan dengan baik, dapat mengalokasikan sumber dana yang ada menjadi optimal serta dapat mengembangkan suatu perusahaan menjadi lebih luas.

Zaman dahulu, masyarakat sudah mengenal investasi dalam berbagai bentuk seperti pembelian kebun tanaman, investasi pada hewan ternak, serta harta berharga lainnya berupa emas dan perak. Seiring dengan berkembangnya zaman dan majunya teknologi, investasi mengalami perkembangan dari investasi dalam bentuk kebendaan menjadi investasi penanaman modal seperti obligasi, saham dan surat berharga lainnya. Dengan adanya investasi diharapkan memberikan nilai keuntungan dimasa yang akan datang.

B. DEFINISI INVESTASI

Secara etimologis, investasi adalah penanaman uang atau modal pada suatu perusahaan atau proyek, yang bertujuan memperoleh keuntungan. Pada dasarnya investasi adalah membeli aset yang diharapkan pada masa

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa Gramedia Pustaka Utama.
- HS, Salim dan Budi Sutrisno. 2008. *Hukum Investasi di Indonesia*, Jakarta: Penerbit Raja Grafindo Persada.
- Margaretha, Farah. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Penerbit Dian Rakyat.
- Putra, Adrie dan Sapto Jumono. 2009. Cara Mudah Memahami Investasi dengan Konsep *Net Present Value (NPV)*. *Forum Ilmiah Indonusa*. Vol 6 No. 22: 97-102.
- Rodoni, Ahmad dan Herni Ali. 2014. *Manajemen Keuangan Modern*, Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Sobana, Dadang Husen. 2018. *Studi Kelayakan Bisnis*. Bandung: Penerbit Pustaka Setia.
- Sukirno, Sadono. 1997. *Pengantar Teori Makro Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Raja Grafindo Persada.
- Tandelilin, Eduardus. 2010. *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta: Penerbit Kanisius.



ASPEK POLITIK, EKONOMI DAN AMDAL

Dewa Gede Satriawan, S.E., M.M., M.H., C.H.C.S., C.T., C.A
Lembaga Sertifikasi Profesi Pekerja Domestik Terampil Indonesia

A. PENDAHULUAN

Setiap usaha yang dijalankan tentunya akan memberikan dampak positif dan negatif. Dampak positif dan negatif ini akan dapat dirasakan oleh semua pihak, baik bagi pengusaha, pemerintah dan masyarakat luas. Aspek politik, ekonomi dan amdal bagi para investor sebelum menginvestasikan dananya menjadi pedoman, karena situasi politik suatu negara, kondisi perekonomian suatu negara dan dampak lingkungannya menjadi perhatian utama bagi investor.

Aspek politik berkaitan dengan Perubahan kepemimpinan, seperti presiden, menteri, dan UU yang baru akan memunculkan kebijakan-kebijakan baru yang akan berpengaruh pada kebijakan lembaga keuangan. Lembaga keuangan akan lebih berhati-hati dalam memberikan pinjaman dan hal ini berpengaruh pada perkembangan perusahaan. Adanya spekulasi yang timbul akibat kondisi politik yang diciptakan pemerintah akan memengaruhi permintaan dan penawaran suatu produk, baik produk barang maupun jasa. Dalam menganalisis kelayakan bisnis, ketika situasi

TUGAS DAN EVALUASI

1. Mengapa aspek politik, ekonomi dan amdal penting dalam kelayakan bisnis ?
2. Mengapa aspek politik dikatakan menjadi salah satu pedoman bagi investor. Jelaskan ?
3. Para investor akan melihat perekonomian suatu negara yang akan dituju untuk berinvestasi. Mengapa itu menjadi hal yang sangat penting ?
4. Jelaskan apa hubungan amdal dengan investor ?
5. Dalam melakukan studi kelayakan bisnis amdal menjadi sangat penting. Mengapa amdal dikatakan penting dan apa sebenarnya tujuan dari pemerintah sebelum investor memulai bisnis harus memperhatikan amdal ?

DAFTAR PUSTAKA

- Kasmir dan Jakfar. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Purwana, Dedi dan Hidayat, Nurudin. 2019. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Saebani, BA. 2018. *Studi Kelayakan Bisnis*. Bandung: Pustaka Setia.

CONTOH BENTUK DESAIN PELAPORAN STUDI KELAYAKAN BISNIS

Dr. Ir. Nikmatul Khoiriyah, M.P
Universitas Islam Malang, Malang, Jawa Timur

A. PENDAHULUAN

Studi kelayakan bisnis termasuk salah satu kegiatan berbasis penelitian atau studi. Studi ini dilakukan dalam upaya mencari informasi apakah bisnis yang akan dilakukan, sedang dilakukan, atau yang sudah dilakukan layak (*feasible*) atau tidak. Informasi layak tidaknya bisnis ini sangat penting diketahui dalam upaya meningkatkan efisiensi alokasi sumber daya, baik sumber daya alam, tenaga kerja, modal, kapital, sumber daya manusia, dan juga teknologi. Hasil studi kelayakan bisnis dapat digunakan sebagai acuan pengambilan keputusan bisnis baik pengembangan perusahaan, peningkatan produktivitas, pengembangan produk, pengembangan segmen pasar dan lain-lain.

Pelaporan studi kelayakan bisnis memiliki beberapa versi, namun secara umum mengandung substansi yang hampir sama. Sebagaimana hasil studi ilmiah, pelaporan studi kelayakan memiliki unsur pendahuluan. Pendahuluan berisi latar belakang mengapa studi kelayakan bisnis dilakukan, alasan-alasan mendasar dan penting apa saja sehingga studi

TUGAS DAN EVALUASI

Berikut adalah lima pertanyaan, mohon dicermati dan dipahami serta dituliskan jawabannya.

1. Berikan penjelasan tentang apa yang dimaksud dengan kelayakan bisnis
2. Mengapa penting melakukan studi kelayakan bisnis. Berikan penjelasan dan contoh studi kelayakan bisnis.
3. Uraikan tentang manfaat pelaporan studi kelayakan bisnis minimal 5 pengguna.
4. Sebut dan jelaskan 7 elemen pelaporan studi kelayakan bisnis
5. Berikan contoh *design* pelaporan studi kelayakan bisnis dan sebutkan sumber pustakanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Cheraghi-Sohi, S., Alam, R., Hann, M., Esmail, A., Campbell, S., & Riches, N. (2020). Assessing the utility of a differential diagnostic generator in UK general practice: A feasibility study. *Diagnosis, 1*(ahead-of-print).
- Devi, N. P. V. T. (2020). *Business Feasibility Study of Hanu Balinese Poké at Gading Serpong*. Universitas Pelita Harapan.
- Juanlie, K. C. (2020). *Business feasibility study proposal of an accommodation" Momen" at Kota Manado*. Universitas Pelita Harapan.
- Manika, D., Blokland, Y., Smith, L., Mansfield, L., & Klonizakis, M. (2020). Using stealth marketing techniques to increase physical activity and decrease sedentary time in the workplace: A feasibility study investigating the spill-overs of employee pro-environmental behaviour. *Int. Journal of Business Science and Applied Management, 16*(1), 2021.
- Wang, K.-Y., Lin, Y.-L., Han, C.-K., & Hung, T.-C. (2020). Feasibility Study of Introducing Daily Rental Suites Business Model into Long-Term Care Institutions. *International Conference on Innovative Mobile and Internet Services in Ubiquitous Computing, 481–489*.

PROFIL PENULIS

Debi Eka Putri, S.E., M.M



Penulis lahir di Pematangsiantar yaitu salah satu kota di provinsi Sumatera Utara tanggal 03 Agustus 1993. Pada tahun 2014 telah menyelesaikan Sarjana Ekonomi (SE) jurusan Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung Pematangsiantar. Kemudian berhasil menyelesaikan Magister Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Keuangan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU), Medan pada tahun 2017. Kegiatan sehari-hari saat ini adalah aktif mengajar di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung Pematangsiantar.

Rudy Irwansyah, S.P., M.M



Penulis adalah Alumni Magister Manajemen (MM), pada Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana (UMB) Jakarta pada tahun 2008. Lulus Pendidikan Sarjana S1 di Fakultas Pertanian (2004), pada Jurusan Ilmu Tanah, di Institut Pertanian Bogor (IPB), Jawa Barat. Memulai karier mengajar sejak duduk di bangku kuliah (S1) sebagai asisten dosen untuk beberapa mata kuliah. Sejak tahun 2005, bidang ritel pada jaringan ritel supermarket nasional, juga menjadi pengalaman karier baginya, tepatnya pada divisi Operasional dan *Marketing Communication*. Kini, sejak 2010 ia memulai menjadi staf pengajar (dosen) Fakultas Ekonomi STIE Muhammadiyah Asahan dan juga di STIM Sukma Medan, Sumatera Utara. Aktif di beberapa organisasi profesi, sebagai media pertukaran informasi dan juga pengembangan jaringan kerja sama. Ia juga menerbitkan artikel ilmiah di jurnal ilmiah nasional & internasional, serta aktif melakukan pengabdian kepada masyarakat sebagai bentuk implementasi dari Tri Dharma pendidikan tinggi. Disela kesibukannya kini ia juga menulis, buku yang telah diterbitkan oleh penerbit Widina adalah Manajemen Sumber daya Manusia, Pengantar Bisnis, Etika Bisnis, Manajemen Risiko, Manajemen Perbankan, Promosi Pariwisata Daerah, Akuntansi Biaya, Perilaku Organisasi dan Perilaku Konsumen.

Ahmad Bairizki, S.E., M.M



Penulis menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) di tahun 2010 pada Program Studi Akuntansi di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung. Kemudian di tahun 2013, dirinya lulus Program Pasca Sarjana Program Studi Magister Manajemen bidang *Human Resource Management* di Universitas Mercu Buana (UMB) Jakarta. Penulis kelahiran Jakarta ini telah memiliki berbagai riwayat kerja profesional di bidang *Human Resource, Marketing, dan Public Relations*. Selain itu penulis juga pernah menjadi dosen di beberapa Perguruan Tinggi di kota Mataram, di antaranya adalah Universitas Nusa Tenggara Barat (UNTB), dan Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram. Saat ini penulis telah menjadi dosen tetap di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM (STIE AMM) Mataram. Sejak tahun 2015 sampai sekarang, penulis menjabat sebagai Kepala Bagian Humas STIE AMM; Kepala Bidang Humas, Publikasi dan Informasi *The Indonesian Association of Islamic Economist/* Ikatan Ahli Ekonomi Islam Indonesia (IAEI) Komisariat STIE AMM; dan Editor Dewan Redaksi Jurnal ilmiah “Valid”. Penulis dapat dihubungi via e-mail di alamat: ahmadbairizki@gmail.com

Indi Ramadhani, S.E., M.M



Penulis dilahirkan di Tasikmalaya pada tahun 1987 dan menempuh Pendidikan di Kota Tasikmalaya yang dimulai dari TK Pertiwi, SDN Citapen I, kemudian SLTPN I Tasikmalaya, dan dilanjutkan ke SMUN I Tasikmalaya. Pendidikan Tinggi ditempuh pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi Tasikmalaya (2005-2009) kemudian menyelesaikan Program Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Siliwangi Tasikmalaya pada tahun 2011. Pada tahun 2012-2015 penulis menjadi dosen di Amik Hass Tasikmalaya dan Politeknik Triguna Tasikmalaya. Sejak tahun 2015, penulis menjadi Dosen PNS di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi Tasikmalaya dan melakukan beberapa

penelitian di bidang Manajemen Operasional dan Manajemen Sumber Daya Manusia.

Gerry Ganika, S.E., M.Sc



Penulis kelahiran Bandung ini menyelesaikan studi sarjana ekonomi bidang Manajemen di Universitas Sangga Buana Bandung tahun 2005, dan melanjutkan pendidikan Master of Science di bidang *Operations Management* di Pascasarjana FEB UGM tahun 2009.

Tercatat sebagai Dosen tetap di FEB Universitas Sultan Ageng Tirtayasa sejak 2006, berpangkat Lektor dan mengajar pada Jurusan Manajemen. Aktif sebagai anggota ISEI, IAEI dan FMI. Selain sebagai peneliti, Pendiri Unit Pengelola Terbitan Ilmiah (UPTI) FEB Untirta ini juga tercatat sebagai *reviewer* jurnal ilmiah bidang Ilmu Manajemen dan Bisnis. Kepala Laboratorium Ilmu Manajemen FEB Untirta (2016-2000), Ketua Prodi Perbankan dan Keuangan FEB Untirta (2020-sekarang), konsultan pengembangan bisnis dan manajemen.

Eko Sudarmanto, S.E., M.M., CRA., CRP



Penulis lahir di Boyolali, 12 Maret 1970, anak kedua dari pasangan Dulkarim (alm.) dan Sunarti. Saat ini penulis sedang menyelesaikan pendidikan program doctoral di Institut Perguruan Tinggi Ilmu Al-Quran (PTIQ) Jakarta, Program Studi Ilmu Alquran dan Tafsir. Pendidikan sebelumnya, Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Tangerang (UMT) Program Studi Magister Manajemen

(2009-2012), Sarjana Akuntansi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Muhammadiyah Jakarta (1997-2000), Akademi Akuntansi Muhammadiyah (AAM) Jakarta (1992-1996), SMA Negeri Simo Boyolali (1985-1988), SMP Muhammadiyah VI Klego Boyolali (1982-1985), dan Madrasah Ibtidaiyah Islamiyah (MI) Jaten Klego Boyolali (1976-1982). Pelatihan dan ujian sertifikasi profesi yang pernah diikuti, yaitu *Certified Risk Associate* (CRA) dan *Certified Risk Professional* (CRP) masing-masing di tahun 2020. Aktivitas kegiatan penulis saat ini adalah Dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Tangerang [UMT] Indonesia.

Sebelum aktif menjadi akademisi (Tahun 2015), penulis cukup lama malang melintang sebagai praktisi di dunia perbankan (sejak 1991), dan dua tahun sebelumnya bekerja di PT JIPRI Rattan Industry – Tangerang. Alamat email penulis: ekosudarmanto.umt@gmail.com .

Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M



Penulis dilahirkan di Jember pada 5 Juni 1989. Ia memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tahun 2011 dalam program S1 Manajemen di Universitas Jember dan gelar Magister Manajemen pada tahun 2013 dalam program S2 Magister Manajemen di Universitas Jember. Penulis merupakan Staf pengajar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di UPN Veteran Jakarta sejak 2015 hingga saat ini, dan berfokus pada bidang Pemasaran sebagai spesialisasi kepakarannya. Saat ini penulis mengembangkan penelitian dalam bidang persepsi dan keputusan pembelian konsumen dalam industri *fashion* dan koperasi, juga beberapa bidang jasa, serta berbagai penelitian lainnya yang terkait dengan perilaku konsumen. Penulis mengasuh beberapa Mata Kuliah, antara lain: Manajemen Pemasaran Internasional, Bisnis Internasional, Perilaku Konsumen, Perencanaan Pemasaran, Pemasaran Jasa, dan Seminar Manajemen Pemasaran.

Resista Vikaliana, S.Si., M.M



Penulis lahir di Balikpapan pada 31 Oktober 1977, mendapatkan gelar S.Si. dari Departemen Fisika, Fakultas Ilmu Matematika dan IPA, Institut Pertanian Bogor (IPB) pada tahun 2000. Gelar Magister Manajemen diselesaikannya pada Program Pascasarjana, IPB pada 2004 dengan konsentrasi Manajemen Strategi. Saat ini, penulis sedang menempuh studi S-3 pada *Faculty of Technology Management and Business (FPTP) University Tun Hussein Onn Malaysia/ UTHM*, dengan fokus penelitian pada Manajemen Rantai Pasokan/ *Supply Chain Management*. Anak pertama dari dua bersaudara ini merupakan dosen tetap pada program studi Manajemen Logistik, Fakultas Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami, Institut Stiami, Jakarta. Bagi Ibu dari dua orang

putri ini, menulis merupakan kegiatan yang disukainya, dengan tujuan dapat menebar manfaat untuk orang yang membaca karyanya. Buku ini merupakan buku ajar kelima yang ditulisnya. Penulis merupakan pengelola (Editor *in Chief*) beberapa jurnal nasional terakreditasi, seperti Jurnal Logistik Indonesia dan Majalah Ilmiah Bijak, serta beberapa *Reviewer* pada jurnal nasional terakreditasi

Galih Wicaksono, S.E., M.Si., Akt



Penulis adalah Dosen di Program Studi Perpajakan, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember. Lulusan Magister Akuntansi Universitas Diponegoro (2013), Pendidikan Profesi Akuntansi Universitas Diponegoro (2010), Sarjana Ekonomi Akuntansi Universitas Islam Sultan Agung (2009), serta Sarjana Ekonomi Manajemen Universitas Diponegoro (2009). Bidang ilmu beliau adalah Perpajakan, Akuntansi, dan Manajemen. Selain sebagai dosen, penulis adalah peneliti dan aktif menjadi narasumber / instruktur di berbagai pelatihan di bidang perpajakan, akuntansi, dan manajemen. Sehari-hari penulis dapat dihubungi pada nomor Hp/Wa 081217435665.

Lukmanul Hakim Aziz, S.E.I., M.M



Penulis lahir di Depok, Jawa Barat. Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) diperolehnya di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Selanjutnya penulis melanjutkan studi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta dan mendapat gelar Magister Manajemen (M.M) pada tahun 2016 dengan konsentrasi bidang Manajemen Keuangan. Sekarang penulis menjadi salah satu dosen tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Selama ini penulis aktif dalam tulisan modul, jurnal maupun penelitian. Disamping itu penulis juga pernah menjadi praktisi di bidang Perbankan dan *Retail* Bisnis.

Dewa Gede Satriawan, S.E., M.M., M.H., C.H.C.S., C.T., C.A



Penulis lahir di Kabupaten Tabanan, Bali, tanggal 7 Januari 1980. Saat ini sedang menempuh studi S3 pada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Memiliki pengalaman bekerja sebagai dosen pada Universitas Dwijendra Denpasar, saat ini sebagai *trainer* dan Asesor pada Lembaga Sertifikasi Profesi Pekerja Domestik

Terampil Indonesia, serta ketua sekaligus sebagai manajer koperasi Parameswara Putra Sejahtera. Buku yang pernah ditulis antara lain: *Kepuasan Kerja, Keterlibatan Kerja, Keadilan Organisasi, Komitmen Organisasi dan Kinerja Karyawan* juga buku tentang *Hukum Transaksi E-Commerce di Indonesia, Book Chapter Pengantar Bisnis Manajemen, Pembiayaan, Pemasaran, dan Operasional, Book Chapter Manajemen Sumber Daya Manusia, Prinsip Dasar dan Aplikasi, Book Chapter Manajemen Perusahaan dan Bisnis, Prinsip Dasar, Teori dan Aplikasi, Buku Kolaboratif Pengantar Manajemen Organisasi Kontemporer, Teori, Perspektif dan Aplikasi. Buku Kolaborasi Manajemen Keuangan Perusahaan Prinsip Dasar, Teori dan Aplikasi. Buku Kolaborasi Manajemen Bisnis Kontemporer, Prinsip Dasar dan Aplikasi. Buku Kolaborasi Manajemen Pemasaran, Dinamika, Optimasi dan Aplikasi. Buku Kolaborasi Manajemen Sumber Daya Manusia, Sebuah Strategi, Perencanaan dan Pengembangan. Buku Kolaborasi Manajemen Personalia Kontemporer, Dinamika, Efisiensi dan Optimasi. Buku Kolaborasi Pengantar Bisnis. Buku Kolaborasi Manajemen Keuangan dan Bisnis. Memiliki *Certified Human Capita Staff* dan *Certified Trainer* dan *Certified Asesor* dari BNSP (Badan Nasional Sertifikasi Profesi). Email dewasatriawan01@gmail.com.*

Dr. Ir. Nikmatul Khoiriyah, M.P



Penulis adalah staf pengajar pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang, Jawa Timur, Indonesia. Ia menyelesaikan studi S1 di Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya pada tahun 1989, studi S2 Ekonomi Pertanian di Pascasarjana UB pada tahun 2000 dan menyelesaikan pendidikan Doktor di Program Ilmu Pertanian, Fakultas Pertanian UB pada tahun 2019

dengan topik disertasi “Pola Konsumsi dan Harga Pangan Hewani serta Pengaruhnya terhadap Permintaan, Kesejahteraan dan Kemiskinan di Indonesia”. Sejak tahun 2000 Penulis telah mengajar matakuliah Ekonomi Sumber daya, Politik Pertanian, Evaluasi Proyek, Perilaku Konsumen, dan Ekonometrika. Berbagai penelitian telah dilakukan oleh Penulis berkaitan dengan pola konsumsi pangan (*food consumption patterns*), *system* permintaan (*demand systems*), kesejahteraan (*welfare*) dan kemiskinan (*poverty*). Ia juga tertarik dengan penelitian dengan topik pangan, pangan *local* (*local food*), *ethnofood* dan ketahanan pangan.



Studi Kelayakan Bisnis

Sebelum memulai ataupun mengembangkan sebuah bisnis, tentunya setiap badan usaha baik perorangan maupun institusi perlu mengadakan penelitian mengenai bagaimana cara memulai atau mengembangkan sebuah usaha apakah dapat menguntungkan perusahaan atau tidak. Mendapatkan keuntungan adalah penyebab salah satu dari tujuan utama perusahaan/organisasi didirikan. Agar tercapainya tujuan perusahaan sesuai yang diharapkan, maka hendaknya jika akan melakukan investasi alangkah baiknya dimulai dengan melakukan studi.

Tujuannya adalah untuk menilai apakah investasi yang akan ditanamkan layak atau tidak untuk dijalankan bisnis. Oleh sebab itu dalam memulai sebuah bisnis dibutuhkan berbagai pertimbangan, Metode dalam membuat pertimbangan tersebut yaitu dengan studi dengan meneliti berbagai aspek tentang layak atau tidaknya sebuah bisnis yang ingin dilakukan/dijalankan.

Dalam buku diawali dengan bahasan mengenai ruang lingkup dan tujuan studi kelayakan bisnis yang dilanjutkan dengan aspek hukum, aspek organisasi, aspek sumber daya manusia, aspek pasar, aspek pemasaran, aspek perilaku konsumen, aspek produksi dan teknologi, aspek keuangan serta aspek penilaian investasi terakhir yaitu aspek politik, ekonomi dan amdal yang dilengkapi dengan contoh bentuk desain pelaporan studi kelayakan bisnis.