

A world map is shown in the background, overlaid with a network of white lines connecting various points across the continents. The map is semi-transparent and serves as a backdrop for the top section of the cover.

Editor:

Magister Alfatah Kalijaga, S.T., M.T., C.G.L.



Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M., C.B.L.D.M.

Dra. Barbara Nining Widiyanti, M.M.

Fathonah Eka Susanti, S.E., M.M.

STUDI KELAYAKAN BISNIS

Konsep dan Tinjauan Beberapa Aspek

Tentang Penulis

Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M., C. BLDM.



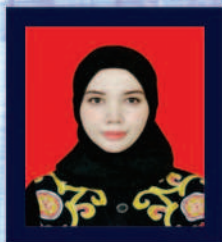
Dosen Tetap Prodi Manajemen (S1) dan Magister Manajemen (S2), Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra. Anggota IKABADRA. Lulus Magister Manajemen (S2) dan Doktor (S3) Program Pasca Sarjana, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Pernah mengajar di Lembaga Pendidikan Komputer, Universitas Teknologi Yogyakarta (UTY), Universitas Mercu Buana (UMB), Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa (UST), AKPER Karya Husada Yogyakarta. Aktif Penelitian Jurnal Nasional dan Internasional, Pengabdian kepada Masyarakat dan menulis buku literatur. Saat ini menjabat Ketua Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat (2021-2025) Universitas Janabadra, Yogyakarta.

Dra. Barbara Nining Widiyanti, MM.

Lulus S1 Prodi. Manajemen Perusahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra, Yogyakarta. Anggota IKABADRA. Dosen Tetap Program Studi Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Janabadra. Mengajar mata kuliah Manajemen Keuangan, Manajemen Operasi, Studi Kelayakan Bisnis. Pernah menjabat Wakil Rektor II, Wakil Dekan II dan Kepala Biro Administrasi di Lingkungan Universitas Janabadra. Peneliti bidang Manajemen Keuangan.



Fathonah Eka Susanti, S.E., M.M.



Lahir di Yogyakarta, 7 Maret 1989. Telah menyelesaikan studi Diploma 3 Manajemen Industri di Akademi Pimpinan Perusahaan, Kementerian Perindustrian RI Jakarta pada tahun 2010, S1 Prodi Manajemen Universitas Janabadra Yogyakarta pada tahun 2013, serta S2 (Magister Manajemen) pada Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra Yogyakarta tahun 2017. Saat ini adalah Dosen Tetap Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra, Yogyakarta. Pernah bekerja sebagai Tenaga Penyuluh Lapangan Industri Kecil Menengah (TPL IKM) Kementerian Perindustrian RI Jakarta, penempatan pada Satuan Kerja Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan Pertanian Kota Yogyakarta tahun 2010-2012.

Tentang Editor

Magister Alfatah Kalijaga, S.T., M.T., C.GL.

Lulus Sarjana Teknik Industri (S.T.) tahun 2021 dan Magister Teknik Industri (M.T.) Program Pasca Sarjana (PS) tahun 2022, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia (UII), Yogyakarta. Pengajar di Laboratorium Pemodelan dan Simulasi Industri, Prodi. Teknik Industri, Universitas Islam Indonesia. Pemegang Certified Great Leadership (C.GL). Pengalaman prestasi yang telah dicapai, antara lain: First Winner and Best Presentation Business Plan Competition Perbanas Institute, Second Winner LKTIN Metal Exist Universitas Sultan Agung Tirtayasa, Juara Harapan 2 LKTI AUC Bali Universitas Pendidikan Ganesaha Bali, Juara Harapan 1 Essay Compepetion "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Industri Jasa" Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta, Second Winner Industrial Paper and Action Universitas Sumatera Utara, Third Winner Business Plan Upcycle Product Fashion Universitas Katolik Parahyangan, Third Winner Eco-money Competition "Pengelolaan Sampah", Juara Harapan 1 Competition of Industrial Engineering Universitas Hassanudin Makassar, Participant Asean Youth Conference Kuala Lumpur Malaysia.



0858 5343 1992
eurekamediaakara@gmail.com
Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-151-917-7



9 786231 519177

STUDI KELAYAKAN BISNIS

Konsep dan Tinjauan Beberapa Aspek

Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M., C.B.L.D.M.

Dra. Barbara Nining Widiyanti, M.M.

Fathonah Eka Susanti, S.E., M.M.



eureka
media aksara

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

STUDI KELAYAKAN BISNIS
Konsep dan Tinjauan Beberapa Aspek

Penulis : Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M.,
C.B.L.D.M.
Dra. Barbara Nining Widiyanti, M.M.
Fathonah Eka Susanti, S.E., M.M.

Editor : Magister Alfatah Kalijaga, S.T., M.T., C.G.L.

Desain Sampul : Ardyan Arya Hayuwaskita

Tata Letak : Tukaryanto, S.Pd.

ISBN : 978-623-151-917-7

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, NOVEMBER 2023**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekaediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2023

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh
isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun,
termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman
lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Selamat datang dalam lembar-lembar pembuka buku ini yang membahas secara komprehensif tentang studi kelayakan bisnis. Dalam dunia bisnis yang terus berubah dan penuh tantangan, pengambilan keputusan yang cerdas dan terinformasi menjadi kunci keberhasilan sebuah usaha. Buku ini, berjudul "Studi Kelayakan Bisnis: Konsep dan Tinjauan Beberapa Aspek", hadir sebagai panduan mendalam bagi para pelaku bisnis, pengusaha, dan para pemangku kepentingan yang sedang atau akan terlibat dalam proses pengembangan usaha.

Dalam dunia yang terus berubah dan penuh dengan tantangan, keputusan bisnis yang tepat sangatlah vital. Studi kelayakan bisnis adalah langkah kritis dalam perencanaan bisnis yang seringkali diabaikan, namun memiliki dampak yang signifikan pada keberlanjutan dan keberhasilan sebuah proyek bisnis. Studi kelayakan bisnis juga merupakan alat yang efektif untuk membantu para pemangku kepentingan dalam membuat keputusan yang informasional dan rasional terkait dengan investasi bisnis. Buku ini disusun dengan tujuan memberikan pemahaman mendalam tentang konsep dasar studi kelayakan bisnis dan menganalisis beberapa aspek kritis yang perlu dipertimbangkan selama proses ini.

Kami mengajak Anda untuk menjelajahi bab demi bab yang telah kami susun dengan cermat, mulai dari pengenalan konsep studi kelayakan hingga analisis aspek-aspek penting seperti pasar, finansial, teknis, dan manajerial. Setiap bab dirancang untuk memberikan wawasan praktis yang dapat digunakan oleh para pengusaha, pengambil keputusan, dan profesional bisnis dalam menghadapi tantangan kompleks dunia bisnis saat ini.

Penulis menyajikan materi ini dengan pendekatan yang sistematis, memberikan pemahaman yang kuat tentang bagaimana melaksanakan studi kelayakan yang efektif. Dengan menggabungkan teori dengan contoh kasus praktis, pembaca diundang untuk mengeksplorasi kompleksitas dan tantangan yang

mungkin dihadapi dalam mengidentifikasi, menganalisis, dan mengevaluasi kelayakan suatu proyek bisnis.

Melalui buku ini, penulis berharap agar pembaca dapat mengembangkan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana mengaplikasikan konsep studi kelayakan bisnis dalam konteks yang nyata. Semoga buku ini dapat menjadi panduan yang bermanfaat dan memberikan wawasan berharga bagi mereka yang berkecimpung dalam dunia bisnis dan pengembangan proyek. Selamat membaca dan semoga perjalanan bisnis Anda penuh dengan keberhasilan.

Yogyakarta, November 2023

Penulis

Danang Sunyoto

Barbara Nining Widiyanti

Fathonah Eka Susanti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
BAB 1 STUDI KELAYAKAN BISNIS DAN RUANG LINGKUPNYA	1
A. Apa Itu Studi Kelayakan Bisnis?.....	1
B. Pentingnya Studi Kelayakan Bisnis	6
C. Para Pihak yang Memerlukan Studi Kelayakan Bisnis .	7
D. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis	8
E. Tahap-Tahap Studi Kelayakan Bisnis	9
F. Aspek-Aspek dalam Studi Kelayakan Bisnis	11
G. Kriteria Kelayakan Bisnis	14
BAB 2 IDENTIFIKASI DAN PELUANG USAHA	15
A. Pendahuluan	15
B. Identifikasi Kesempatan Usaha	16
C. Cara Mengidentifikasi dan Menganalisis Peluang Usaha Baru	17
D. Sumber-Sumber Potensial Peluang dan Risiko	20
E. Tujuan dan Manfaat Studi Kelayakan Bisnis	22
F. Faktor Penyebab Kegagalan dan Keberhasilan Usaha Baru	24
G. Analisis Peluang Usaha Baru	25
H. Sumber Gagasan Bagi Produk dan Jasa Baru	26
I. Analisis Peluang Usaha dengan SWOT	29
J. Data dan Sumber Data	34
K. Jenis Bidang Usaha yang Mempunyai Peluang	35
BAB 3 PENILAIAN INVESTASI	36
A. Pentingnya Investasi.....	36
B. Perhitungan Mengenai Keuangan Usaha	37
C. Metode <i>Return on Investment</i> (ROI)	39
D. Metode <i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	40
E. Metode <i>Net Present Value</i> (NPV)	41
F. Metode <i>Break Even Point</i> (BEP).....	45
G. Metode <i>Payback Period</i>	47

H. Metode <i>Average Rate of Return</i> (ARR).....	50
BAB 4 ASPEK RISIKO DALAM STUDI KELAYAKAN	
BISNIS.....	52
A. Aspek Antisipasi Studi Kelayakan Bisnis	53
B. Risiko pada Aspek Sumber Daya Manusia.....	54
C. Risiko pada Aspek Keuangan	56
D. Risiko pada Aspek Pemasaran.....	58
E. Risiko pada Aspek Produksi/Operasi.....	58
F. Risiko pada Aspek Sistem Informasi	59
G. Risiko Aspek Alam.....	60
H. Risiko Teknis.....	61
I. Upaya Antisipasi Menyeluruh dari Risiko-Risiko	62
J. Peranan Pemerintah dalam Dunia Bisnis.....	63
K. Mengatasi Risiko	66
L. Cara Meminimalkan Risiko.....	67
M. Penilaian Risiko	67
N. Pengendalian Risiko.....	68
O. Karakteristik Manajemen Risiko yang Baik	72
P. Teori Penyebab Timbulnya Risiko.....	73
Q. Contoh Strategi Antisipasi Risiko	75
BAB 5 ASPEK PEMASARAN DAN PASAR.....	77
A. Pemasaran	77
B. Sistem Pembayaran Penjualan	82
C. Pasar dan Pasar Sasaran	82
D. Segmentasi Pasar	90
E. Merancang Produk.....	94
F. Merancang Merek.....	104
G. Merancang Kemasan.....	113
H. Merancang Label	115
I. Merancang Harga.....	116
J. Merancang Promosi	121
K. Merancang Saluran Distribusi.....	126
L. Persaingan Dalam Bisnis	130
BAB 6 ASPEK PERILAKU KONSUMEN.....	131
A. Perilaku Konsumen dan Lingkupnya	131

B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	135
C. Keputusan Pembelian Konsumen	166
D. Perilaku Konsumen Pasca Pembelian Produk	169
BAB 7 ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA	173
A. Manajemen Sumber Daya Manusia	173
B. Perencanaan Sumber Daya Manusia.....	178
C. Analisis Pekerjaan.....	191
D. Analisis Tenaga Kerja	204
E. Penarikan Tenaga Kerja.....	206
F. Sumber Penarikan Tenaga Kerja	216
G. Teknik Penarikan Tenaga Kerja.....	220
H. Seleksi Tenaga Kerja	223
I. Pelatihan Tenaga Kerja.....	233
J. Perencanaan Karir.....	238
K. Manajemen Karir	246
L. Pengembangan Karir.....	252
BAB 8 ASPEK ORGANISASI.....	260
A. Pengertian Organisasi.....	260
B. Efektivitas Organisasi.....	261
C. Pengaruh Teknologi Terhadap Komunikasi	262
D. Meningkatkan Komunikasi Dalam Organisasi	265
E. Kepemimpinan.....	266
F. Hubungan Konflik dan Kinerja Organisasi	274
G. Menanamkan Budaya Organisasi Melalui Sosialisasi	276
H. Pengembangan Organisasi.....	278
BAB 9 ASPEK AKUNTANSI.....	280
A. Lingkup Akuntansi.....	280
B. Neraca	286
C. Laporan Laba-Rugi.....	293
D. Laporan Perubahan Modal	297
BAB 10 ASPEK MANAJEMEN OPERASIONAL DAN TEKNOLOGI	300
A. Pengertian Manajemen Operasional	300
B. Keputusan dalam Manajemen Operasional	301
C. Proses Produksi.....	302

D. Pemilihan Teknologi	308
E. Perencanaan Kapasitas.....	310
F. Perencanaan Lokasi.....	313
G. Perencanaan Layout.....	330
H. Perencanaan Sistem Kerja.....	338
BAB 11 ASPEK KEUANGAN	348
A. Fungsi dan Peranan Manajer Keuangan	348
B. Perkiraan Dana Investasi.....	350
C. Sumber-Sumber Dana.....	352
D. Rasio-Rasio Keuangan.	353
BAB 12 ASPEK POLITIK, EKONOMI, SOSIAL, DAN	
 LINGKUNGAN HIDUP	380
A. Aspek Politik.....	380
B. Aspek Ekonomi	381
C. Aspek Sosial.....	383
D. Aspek Lingkungan Hidup.....	385
DAFTAR PUSTAKA.....	391
TENTANG PENULIS.....	399
TENTANG EDITOR.....	401

BAB

1

STUDI KELAYAKAN BISNIS DAN RUANG LINGKUPNYA

Mengingat kondisi yang akan datang dipenuhi dengan ketidakpastian, maka diperlukan pertimbangan-pertimbangan tertentu di dalam memulai suatu bisnis, dimana dasar dari pertimbangan-pertimbangan tersebut dapat diperoleh melalui suatu studi terhadap berbagai aspek mengenai kelayakan suatu bisnis yang akan dijalankan, sehingga hasil daripada studi tersebut digunakan untuk memutuskan apakah sebaiknya proyek atau bisnis layak dikerjakan atau ditunda atau bahkan dibatalkan. Hal tersebut diatas adalah menunjukkan bahwa dalam studi kelayakan bisnis akan melibatkan banyak tim dari berbagai ahli yang sesuai dengan bidang atau aspek masing-masing seperti ekonom, hukum, psikolog, akuntan, perekayasa teknologi dan lain sebagainya.

A. Apa Itu Studi Kelayakan Bisnis?

Proyek bisnis merupakan suatu usaha yang direncanakan sebelumnya dan dan memerlukan sejumlah pembiayaan serta penggunaan masukan-masukan lain, yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu, dan dilaksanakan dalam waktu yang tertentu pula. Karena itu, suatu proyek bisnis memperhatikan segala aspek yang relevan sehingga tujuan dapat tercapai secara efektif dan efisien. Proyek bisnis ini dapat berupa suatu pendirian usaha baru atau pengembangan dari usaha yang telah ada.

BAB 2

IDENTIFIKASI DAN PELUANG USAHA

A. Pendahuluan

Studi kelayakan bisnis merupakan perencanaan bisnis yang dilakukan dengan hasil akhir adalah laporan kelayakan bisnis atau usaha dan adanya kelayakan usaha untuk dapat dimulainya suatu bisnis. Tujuan digunakan studi kelayakan bisnis adalah untuk memastikan rencana usaha tersebut layak atau tidak, dan jika layak artinya dapat dijalankan secara rutin untuk mencapai keuntungan yang optimal dalam waktu yang telah ditentukan. Setiap akan memulai suatu bisnis atau usaha baru maka dibutuhkan rencana bisnis yang telah diperhitungkan dengan baik, selain hal tersebut juga dibutuhkan berbagai pemikiran strategis sebelum rencana bisnis atau usaha tersebut dijalankan.

Studi kelayakan bisnis penting karena kita akan menganalisis aspek pasar dan aspek-aspek lain yang dapat mempengaruhi pencapaian usaha atau bisnis, selain hal tersebut dengan adanya studi kelayakan bisnis dapat meminimalisasi kesalahan atau resiko yang mungkin bisa terjadi.

Studi kelayakan bisnis yang dilakukan secara komprehensif akan memberikan kepercayaan diri untuk berusaha dan juga dapat membantu menentukan apakah bisnis yang dijalankan layak atau tidak dan pada akhirnya akan menentukan keberhasilan usaha atau gagal.

BAB 3

PENILAIAN INVESTASI

Pengertian dari investasi adalah pemberian sesuatu untuk di tanamkan agar dapat menghasilkan sesuatu. Sebuah investasi diperlukan untuk kegiatan berjaga-jaga dalam menghadapi peristiwa usaha yang tidak terduga, dan bisa juga untuk memenuhi kebutuhan hidup. Untuk memperoleh investasi di perlukan modal dasar, yang dimaksud modal dasar di sini dapat berupa uang, motivasi atau semangat. Oleh karena itu sebuah investasi tidak dapat terlepas dari suatu kegiatan bisnis dan merupakan aspek yang utama untuk lahirnya suatu usaha.

A. Pentingnya Investasi

Tujuan perhitungan investasi untuk mengetahui sejauhmana gagasan usaha yang direncanakan dapat memberikan manfaat (*benefit*) baik manfaat keuangan maupun manfaat sosial. Hasil perhitungan investasi merupakan indikator dari modal yang ditanamkan yaitu perbandingan antara total manfaat yang diterima dengan total biaya yang dikeluarkan dalam bentuk nilai sekarang (*present value*) selama umur ekonomis usaha. Jika hasil perhitungan investasi menunjukkan layak (*feasible*) kemungkinan besar pelaksanaan gagasan usaha akan berhasil, dan sebaliknya. Di pihak lain dengan adanya hasil perhitungan investasi, para penanam modal dapat menggunakannya sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan, apakah modal yang ditanamkan lebih baik pada usaha atau proyek atau lembaga keuangan (bank) dan sebagainya (Yacob Ibrahim, 2003).

BAB 4

ASPEK RISIKO DALAM STUDI KELAYAKAN BISNIS

Bisnis merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Dengan adanya bisnis maka akan terbuka lowongan pekerjaan dan keinginan serta kebutuhan konsumen dapat terpenuhi melalui produksinya. Dalam dunia usaha atau bisnis tidak ada yang bebas dari risiko, yang perlu dilakukan oleh pelaku bisnis adalah tindakan antisipasi agar risiko dapat diminimalkan dan tidak menimbulkan hal-hal yang diluar dugaan. Dalam dunia bisnis yang terus berkembang, studi kelayakan bisnis adalah tahapan krusial yang tidak boleh diabaikan. Studi kelayakan bisnis membantu kita merinci dan menganalisis potensi keberhasilan atau kegagalan suatu usaha sebelum melibatkan sumber daya berharga. Meskipun banyak aspek yang perlu dipertimbangkan dalam studi kelayakan bisnis, salah satu yang paling penting dan terkadang diabaikan adalah risiko.

Risiko dalam bisnis merupakan hal yang wajar dijumpai, hal ini karena adanya berbagai macam faktor yang mempengaruhinya, Jenis-jenis risikonya pun bermacam-macam maka dari itu seorang pelaku bisnis haruslah cermat dalam melihat serta mengatasi segala kemungkinann yang akan terjadi dalam usahanya, sehingga risiko dapat diminimalkan dan kehidupan perusahaan dapat dimaksimalkan dengan baik. Risiko adalah ancaman yang selalu mengintai di balik setiap peluang bisnis. Setiap keputusan, setiap langkah, dan setiap investasi memiliki potensi risiko. Oleh karena itu, antisipasi risiko adalah langkah awal yang harus diambil dalam studi kelayakan bisnis. Dalam materi ini, kita akan menjelajahi

BAB

5

ASPEK PEMASARAN DAN PASAR

A. Pemasaran

Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan. Dalam dunia persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup dan berkembang. Oleh karena itu seorang pemasar dituntut untuk memahami permasalahan pokok dibidangnya dan menyusun strategi agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Berikut ini beberapa pengertian mengenai pemasaran:

Menurut William J. Stanton. 2007); *marketing is a total system business designed to plan, price, promote and distribute want satisfying products to target marketto achieve organizational objective.* (pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan)

Menurut Philip kotler (1992); *marketing is a social and managerial process by which individuals and groups obtain what they need and what through creating, offering, and exchanging products of value of with other* (pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.

Selain prinsip-prinsip pemasaran, seorang pengusaha atau seorang pemasar paling tidak mengetahui dengan baik mengenai pentingnya pemasaran, antara lain:

BAB

6

ASPEK PERILAKU KONSUMEN

A. Perilaku Konsumen dan Lingkupnya

1. Pengertian Perilaku konsumen

Sebelum kita melangkah lebih jauh membahas mengenai perilaku konsumen dan segala aspek yang lingkupnya, perlu mengenal dan memahami perilaku konsumen secara definitif. Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (1995), mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Subyek ini dapat diancangi dari beberapa perspektif yang semuanya dipertimbangkan yaitu 1) pengaruh konsumen (*consumer influence*); 2) menyeluruh (*wholistic*); dan 3) antar budaya (*intercultural*).

Menurut *American Marketing Association* atau disingkat AMA mendefinisikan bahwa perilaku konsumen (*consumer behavior*) sebagai interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku, dan kejadian disekitar kita dimana manusia melakukan aspek dalam hidup mereka. Paling tidak ada tiga ide penting dalam definisi diatas yaitu : perilaku konsumen adalah dinamis, perilaku konsumen melibatkan interaksi antara pengaruh dan kognisi, perilaku, dan kejadian disekitar, dan hal tersebut melibatkan pertukaran (Peter & Olson, 2000)

BAB

7

ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA

Aspek ini berkaitan dengan, manajemen sumber daya manusia, perencanaan sumber daya manusia, analisis pekerjaan, analisis tenaga kerja, penarikan tenaga kerja, seleksi tenaga kerja, pelatihan tenaga kerja, perencanaan karir, manajemen karir, pengembangan karir.

A. Manajemen Sumber Daya Manusia

1. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang penting dalam suatu organisasi atau perusahaan, disamping faktor lain seperti aktiva dan modal. Oleh karena itu sumber daya manusia harus dikelola dengan baik untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi, sebagai salah satu fungsi dalam perusahaan yang dikenal dengan manajemen sumber daya manusia.

Terdapat paling tidak tiga perspektif utama dalam pengertian manajemen sumber daya manusia yaitu perspektif internasional, nasional atau makro, dan mikro. Guna memahami manajemen sumber daya manusia, ada baiknya dikemukakan beberapa definisi secara internasional, makro, dan mikro (Cardoso, 1999). Pengertian manajemen sumber daya manusia perspektif internasional dan makro, dikemukakan oleh Moses N. Kiggundu yaitu *Human resource management is the development and utilization of personnel for the effective achievement of individual, organizational, community, national, and international goals and objectives* (Manajemen sumber daya manusia adalah pengembangan dan

BAB 8

ASPEK ORGANISASI

Aspek ini menyangkut pengertian organisasi, efektivitas organisasi, pengaruh teknologi terhadap komunikasi, kepemimpinan, hubungan konflik dan kinerja organisasi, pengembangan organisasi.

A. Pengertian Organisasi

Di lingkungan kita terdapat banyak organisasi misalnya perguruan tinggi, toko *retail* atau *department store*, rumah sakit, lembaga pemerintah, lembaga kepolisian, bank, perusahaan manufaktur dan sebagainya. Organisasi tersebut ada yang berukuran besar atau kecil, milik pemerintah atau swasta. Organisasi dibentuk untuk mencapai suatu tujuan. Ada organisasi yang bertujuan untuk mencari laba, ada pula organisasi yang tidak bertujuan mencari laba/*nonprofit*.

Apakah organisasi itu? Organisasi adalah suatu unit sosial yang terdiri dari dua orang atau lebih, dikoordinasi secara sadar, dan berfungsi dalam suatu dasar yang relatif terus-menerus untuk mencapai satu atau serangkaian tujuan (Robbins dan Judge, 2007). Berdasarkan pengertian tersebut, maka suatu organisasi memiliki unsur-unsur sebagai berikut:

1. Organisasi merupakan suatu sistem sosial, yang terdiri dari dua orang atau lebih, sehingga terjadi interaksi antar individu.
2. Dikoordinasi secara sadar dan berfungsi dalam suatu dasar yang terus-menerus. Koordinasi yang dilakukan secara sadar mencakup koordinasi usaha, suatu tujuan bersama,

BAB 9

ASPEK AKUNTANSI

Aspek ini membahas mengenai lingkup akuntansi, neraca, laporan laba rugi, dan laporan perubahan modal.

A. Lingkup Akuntansi

1. Pengertian Akuntansi

Pengertian akuntansi dapat dirumuskan dari dua sudut pandang yaitu 1) sudut pandang pemakai jasa akuntansi, dan 2) sudut pandang proses kegiatannya (Haryono Yusup, 2003).

a. Sudut pandang pemakai jasa akuntansi

Dari sudut ini, pengertian akuntansi adalah sebagai suatu disiplin yang menyediakan informasi yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan secara efisien dan mengevaluasi kegiatan-kegiatan suatu organisasi. Informasi yang dihasilkan akuntansi diperlukan untuk :

- 1) Membuat perencanaan yang efektif, pengawasan dan pengambilan keputusan oleh manajemen.
- 2) Pertanggungjawaban organisasi kepada para investor, kreditur, badan pemerintah dan sebagainya.

Dari pengertian akuntansi diatas dapat disimpulkan hal-hak sebagai berikut ;

- 1) Akuntansi diselenggarakan dalam satu organisasi, biasanya berupa organisasi perusahaan. Informasi akuntansi yang dihasilkan adalah informasi tentang organisasi.
- 2) Informasi akuntansi sangat penting dalam menyelenggarakan kegiatan perusahaan. Informasi ini

BAB 10

ASPEK MANAJEMEN OPERASIONAL DAN TEKNOLOGI

Aspek ini meliputi pengertian manajemen operasional, keputusan dalam manajemen operasional, proses produksi, pemilihan teknologi, perencanaan kapasitas, perencanaan lokasi, perencanaan layout, dan perencanaan sistem kerja.

A. Pengertian Manajemen Operasional

Manajemen operasi pada mulanya selalu diidentikan dengan proses manufaktur, tetapi setelah kegiatan bisnis makin berkembang, meluas ke berbagai sektor non manufaktur, maka dalam perkembangannya, manajemen operasi mempunyai arti yang lebih luas. Jika dilihat dari kata manajemen operasi itu sendiri, manajemen operasi terdiri dari dua kata, yaitu manajemen dan operasi. Manajemen adalah suatu proses dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan terhadap aktivitas organisasi sesuai dengan sumber daya yang dimilikinya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan operasi merupakan kegiatan mentransformasikan input menjadi output, sedangkan yang lain menjelaskan bahwa operasi adalah kegiatan mengubah bentuk untuk menambah manfaat atau menciptakan manfaat baru dari suatu barang atau jasa. Jadi manajemen operasi merupakan kegiatan untuk mengatur/mengelola secara optimal atas sumber daya yang tersedia dalam suatu proses transformasi sehingga menjadi output yang mempunyai manfaat lebih dari sebelumnya.

BAB

11

ASPEK KEUANGAN

Pada aspek ini pembahasan meliputi fungsi dan peranan manajer keuangan, perkiraan dana investasi, sumber-sumber dana, dan rasio-rasio keuangan.

A. Fungsi dan Peranan Manajer Keuangan

Menurut pandangan pakar keuangan, fungsi manajemen keuangan meliputi :

1. Perencanaan Keuangan, membuat rencana pemasukan dan pengeluaran serta kegiatan-kegiatan lainnya untuk periode tertentu.
2. Penganggaran Keuangan, tindak lanjut dari perencanaan keuangan dengan membuat detail pengeluaran dan pemasukan.
3. Pengelolaan Keuangan, menggunakan dana perusahaan untuk memaksimalkan dana yang ada dengan berbagai cara.
4. Pencarian Keuangan, mencari dan mengeksploitasi sumber dana yang ada untuk operasional kegiatan perusahaan.
5. Penyimpanan Keuangan, mengumpulkan dana perusahaan serta menyimpan dan mengamankan dana tersebut.
6. Pengendalian Keuangan, melakukan evaluasi serta perbaikan atas keuangan dan sistem keuangan pada perusahaan.
7. Pemeriksaan Keuangan, melakukan audit internal atas keuangan perusahaan yang ada agar tidak terjadi penyimpangan.
8. Pelaporan keuangan, penyediaan informasi tentang kondisi keuangan perusahaan sekaligus sebagai bahan evaluasi

BAB 12

ASPEK POLITIK, EKONOMI, SOSIAL, DAN LINGKUNGAN

Dalam bagian ini perlu dianalisis dampak proyek atau bisnis dari aspek politik, ekonomi, dan sosial terhadap perkembangan perekonomian masyarakat, penciptaan lapangan kerja untuk menyerap lebih banyak lagi para tenaga kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta dampaknya pada sektor lain yaitu seperti sektor perdagangan, sektor pertanian dan sebagainya.

A. Aspek Politik

Menurut Husein Umar (2005), dalam menganalisis kelayakan suatu bisnis hendaknya aspek politik perlu dikaji untuk memprediksi situasi politik kaitannya dengan bisnis yang akan dijalankan dan diimplementasikan tidak akan mengganggu bisnis. Situasi politik dapat diketahui melalui media massa dan media elektronik seperti internet, televisi, ataupun elektronik yang lainnya. Adapun berita dibagi dua bagian yaitu berita-berita yang baik (*good news*) dan berita-berita yang buruk (*bad news*).

1. Berita-berita yang baik (*good news*)

Berita ini dimakna sebagai ebrita-berita yang dapat diterima oleh pasar dan pelaku pasar mengenai berbagai faktor suatu negara yang berkaitan dengan dengan investasi, yang dinilai mendukung dan memiliki potensi mendatangkan keuntungan bagi dunia investasi.

Misalnya pemerintah mengambil kebijakan yang sungguh-sungguh untuk mencapai clean government akan dinilai oleh pasar sebagai *good news*, karena kebijakan tersebut dianggap akan memberikan jaminan terhadap

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad. 2004. *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi 3. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Adnyana, I. M. 2020. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta selatan: ALFABETA
- Ambar Teguh Sulistiyani dan Rosidah, 2009, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan ke-1, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Al.Haryono Jusup, 2003, *Dasar-Dasar Akuntansi*, edisi ke-6, cetakan ke-2, Penerbit UPP STIM, YKPN, Yogyakarta.
- AA. Anwar Prabu Mangkunegara, 1988, *Perilaku Konsumen*, Penerbit PT. Eresco, Bandung.
- Bernandian dan Rusell, 1993, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Bambang Subroto, 1985, *Analisis Laporan Keuangan*, edisi ke-1, cetakan ke-1, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Christina, Mardika Berliana As Sajjad. Salsabila Dea Kalista. Mualif Zidan. Johan. "Analisis Manajemen Risiko Bisnis." *Jurnal Akuntansi Universitas Jember* 1.18 (2020).
- Danang Sunyoto, 2013, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, cetakan ke-2, Penerbit CAPS, Medpres Group, Yogyakarta.
- _____, 2013, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, cetakan ke-2, Penerbit CAPS, Medpres Group, Yogyakarta.
- _____, 2013, *Manajemen Pemasaran*, cetakan ke-1, Penerbit CAPS, Medpres Group, Yogyakarta.
- _____, 2013, *Analisis Laporan Keuangan Untuk Bisnis*, cetakan ke-1, Penerbit CAPS, Medpres Group, Yogyakarta.
- _____, 2013, *Perilaku Konsumen*, cetakan ke-1, Penerbit CAPS, Medpres Group, Yogyakarta.

- David L. Loudon and Albert J. Delta Bitte, 1984, *Consumer Behavior Concept and Application*, second edition, New York, Mc.Graw Hill Book Co.
- Dedi dan Nurdin. 2017. *Studi Kelayakan Bisnis edisi-1 cetakan ke-2*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Dewi, et.al. 2014. *Manajemen Keuangan Edisi Revisi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Djoko Purwanto, (2006), *Komunikasi Bisnis*, Edisi Ketiga, Jakarta: Erlangga
- Djarwanto Ps., 1997, *Pokok-Pokok Analisa Laporan keuangan*, BPFE, Yogyakarta.
- Flemming Hansen, 1981, *Hemispherical lateralization: Implication for Understanding Consumer Behavior*, *Journal of Consumer Research*.
- Faustino Cardoso Gomes, 1999, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan ke-3, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Garry Yukl, (2007), *Kepemimpinan Dalam Organisasi*, Edisi Kelima (Terjemahan), Jakarta: PT. Indeks
- Gaither, Norman & Frazier, Greg, 2002, *Operations Management*, Edition 9th, South-Western Thomson Learning.
- Gatut Susanta dan Anggun Pesona, 2009, *Cara Mudah Mengurus Surat-Surat dan Dokumen Penting*, Penerbit Raih Asa Sukses, Depok, Jawa Barat.
- Harahap, S. 2018. *Studi kelayakan bisnis pendekatan integratif*. (FEBI UIN-SU Press) Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan
- Hastho Joko N.U. dan Meilan Sugiarto, 2007, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan ke-1, Penerbit Ardana Media, Yogyakarta.
- H.M. Yacob Ibrahim, " *Studi Kelayakan Bisnis*", Rineka Cipta Jakarta

- Husni Mubarak, Pengantar Bisnis, Nora Media Enterprise, Kudus, 2010
- Husein Umar, 2005, *Studi Kelayakan Bisnis*, edisi ke-3, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Henry Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi ke-3, Penerbit BP.STIE YKPN, Yogyakarta, 2004.
- Irawan, Faried Wijaya, & Sudjoni, 1999, *Pemasaran : Prinsip Dan Kasus*, cetakan 4, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Ibrahim, Y. (2009). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- I Komang A., Ni Wayan Mujiati, I Wayan M.U., 2012, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan ke-1, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Irham Fahmi, Syahiruddin, dan Yovi Lavianti Hadi, 2010, *Studi Kelayakan Bisnis*, cetakan ke-2, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Iban Sofyan, 2003, *Studi Kelayakan Bisnis*, cetakan ke-1, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Indriyo Gitosudarmo, 1994, *Manajemen Pemasaran*, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- James F. Engel, Roger D. Blackwell & Paul W. Miniard, 1995, *Consumer Behavior*, edisi ke-6, jilid 2, Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta.
- Jagdip Singh, 1988, *Consumer Complaint Intentions and Behavior: Definition and Taxonomical Issues*, *Journal of Marketing*.
- John M., Ivancevich, Konopaske, Robert dan Matteson, Michael T. (2007), *Perilaku dan Manajemen Organisasi*, Jilid 2, Edisi Ketujuh (Terjemahan), Jakarta: Erlangga
- John L. Stanton dan P.Greg Bonner, 1980, *An Investigation of The Differential Impact of Purchase Situation on Levels of Consumer Choice Behavior*, dalam Jerry C. Olson, ed., *Advances in Consumer Research*. Jerald Greenberg, dan Baron, Robert A. (2003), *Behavior in Organizations: Understanding and*

- Managing the Human Side of Work*, 8th ed., Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Johnson Dongoran (2004), "Siklus Hidup Organisasi dan Gaya Kepemimpinan," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dian Ekonomi*, Vol. X, No. 1, Maret, pp. 129-157
- James R. Bettman, 1975, *Issues in Designing Consumer Information Environments*, *Journal of Consumer Research*.
- J.P. Peter & J.C. Olson, 2000, *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, 9th Edition, Homewood.
- Kasmir dan Jakfar, 2013, *Studi Kelayakan Bisnis*, edisi revisi, Penerbit Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Kasmir dan Jakfar. 2015. *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi* buku ke - 11. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kasmir & Jakfar. 2017. *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*. Depok: Kencana.
- Krajewski, L.J., Maholtra & Ritzman L.P., 2007, *Operations Management Processes and Value Chain*, Eighth edition, Pearson Education, New Jersey.
- Krajewski, L.J., & Ritzman L.P., 2002, *Operations Management*, Sixth edition, Prentice Hall, New Jersey.
- Merrie Brucks & Andrew A. Mitchell, 1981, *Knowledge Structures, Production Systems and Decision Strategies*, at *Advances in Consumer Research*.
- Marihot Tua Efendi Hariandja, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan ke-3, Penerbit PT.Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2005.
- Moekijat, 1999, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan ke-8, Penerbit Mandar Maju, Bandung.
- Manahan P. Tampubolon, 2005, *Manajemen Keuangan*, edisi ke-1, Ghalia Indonesia, Bogor.

- Mamduh M. Hanafi & Abdul Halim, 2007, *Analisis Laporan Keuangan*, edisi ke-3, cetakan ke-1, Penerbit UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Munawir, S., 1997, *Analisis Laporan Keuangan*, cetakan ke-1, edisi ke-3, Liberty, Yogyakarta.
- Mardiasmo, 1993, *Akuntansi Keuangan Dasar 1*, edisi ke-2, cetakan ke-1, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Olivia Fachrunnisa (2008), "Perbedaan Gender Dalam Penggunaan Gaya Kepemimpinan Transformasional: Suatu Pengujian dari Perspektif Atasan, Bawahan, Rekan Kerja, dan Diri Sendiri", *Jurnal Akuntansi & Manajemen*, Vol 19, No. 1, April, pp. 15-23.
- Pangestu Subagio, 2000, *Manajemen Operasional*, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Philip Kotler, 1992, *Manajemen Pemasaran (terjemahan)*, jilid I, edisi kelima, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Randall S. Schuler & Susan E. Jackson, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi keenam, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2001.
- Robert L. Mathis dan John H. Jackson, 2001, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi ke-9, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Riduwan, 2002, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, edisi ke-1, Rineka Cipta, Bandung.
- R.D. Blackwell, J.F. Engel, dan P.W. Miniard, 1995, *Consumer Behavior*, 8th Edition, Forth Worth, Texas, The Dryden Press.
- Ralph L. Day, 1984, *Modeling Choices Among Alternative Responses to Dissatisfaction*, dalam Thomas C. Kinnear, ed., *Advances in Consumer Research*, Association for Consumer Research.
- Robert R. Harmon dan Alan J. Resnik, 1982, *Consumer Complaining : Exploring Expected and Desired Responses*, dalam Bruce J. Walker et al., ed., *An Assessment of Marketing Thought and Practice*, American Marketing Association.

- Rambat Lupiyoadi & A.Hamdani, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi 2, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Render, B. & Heizer, J., 2001, *Prinsip-Prinsip Dasar Manajemen Operasi*, Ed.1. Salemba Empat, Jakarta.
- Richard M.Shiffrin & R.C. Atkinson, 1969, *Storage and Retrieval Processes in Long-Term Memory*, *Psychological Review*.
- Richard Burton Simatupan, 2003, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Reni Rosari, (2002), "*Analisis Gaya Kepemimpinan Dosen-dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta*", *Telaah Bisnis*, Volume 6, Nomor 1, Juli, pp. 87-109
- Robert Kreitner, dan Kinicki, Angelo (2005), *Perilaku Organisasi*, Buku 1, Edisi 5 (Terjemahan), Jakarta: Salemba Empat
- Robert Kreitner, dan Kinicki, Angelo (2005), *Perilaku Organisasi*, Buku 2, Edisi 5 (Terjemahan), Jakarta: Salemba Empat
- Sobana, D. H. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis*. Pustaka Setia.
- Sondang P. Siagian, 2008, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan ke-16, Penerbit PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Schroeder, Roger G., 2000, *Operations Management Contemporary Concepts and Case*, Irwin McGraw-Hill.
- Sofjan Assauri, 2004, *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi*, cetakan 7, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sjafri Mangkuprawira, 2011, *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*, Edisi ke-2, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- Suad Husnan dan Suwarsono, 1994, *Studi Kelayakan Proyek*, LPP. AMP.YKPN, Yogyakarta.
- Soehardi Sigit, 1992, *Marketing Praktis*, Penerbit Armurrita, Yogyakarta.

- Sudaryat Permana, 2009, *Bikin Perusahaan Itu Gampang*, Penerbit Medpress, Yogyakarta.
- Sutisna, 2002, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, cetakan ke-2, Penerbit PT.Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sunarto dan Sahedhy Noor, 2003, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan ke-2, Penerbit BPFE UST, Yogyakarta.
- Suluh Pramastuti,(2006), "*Perilaku Kepemimpinan Transformasional dan Pengaruhnya terhadap Budaya Organisasi*", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Volume 10, Nomor 1, Oktober, pp. 40-47.
- Sulastrri, L. 2016. *Studi Kelayakan Bisnis untuk Wirausaha*. LGM-LaGood's Publishing.
- Suliyanto. 2010. *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*. Andi Offset, Yogyakarta
- Sutrisno. 2015. *Studi Kelayakan Bisnis edisi cetak pertama*. Yogyakarta: EKONESIA.
- Stephen P. Robbins, dan Judge, Timothy A. (2007), *Perilaku Organisasi*, Buku 1 (Terjemahan), Jakarta: Salemba Empat
- Stephen P. Robbins, dan Judge, Timothy A. (2007), *Perilaku Organisasi*, Buku 2 (Terjemahan), Jakarta: Salemba Empat
- Tamjuddin, Sri Handaru Yuliaty. *Studi Kelayakan Bisnis, Edisi 2*.TanggerangSelatan: Universitas Terbuka, 2019.
- T.Hani Handoko, 1995, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Edisi ke-2, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Ujang Sumarwan, 2011, *Perilaku Konsumen*, edisi kedua, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- Umar, Husen. *Studi Kelayakan Bisnis, edisi 2, Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif*. Jakarta: PT Gramedia Utama, 2013.
- Wanten, Sugiyanto. Luh Nadi. I Ketut. *Studi Kelayakan Bisnis*. Banten: Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSI), 2020.

- William J. McGuire, 1976, *Some Internal Psychological Factors Influencing Consumer Choice*, *Journal of Consumer Research*.
- William J. Stanton, Michael J. Etzel & Bruce J. Walker, 1994, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, cetakan 1, Penerbit Mandar Maju, Bandung.
- William J. Stanton; 1997, *Prinsip Pemasaran*, edisi ketujuh, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Yacob Ibrahim, 2009, *Studi Kelayakan Bisnis*, edisi revisi, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Zulian Yamit, 1996, *Manajemen Operasional*, Penerbit Ekonesia, UII, Yogyakarta.

Sumber Lain:

- <https://ahmadsukhron28.blogspot.com/2017/10/identifikasi-dan-analisis-peluang-usaha.html>
- <https://www.finansialku.com/penentuan-kebijakan-investasi/>
- <https://www.pahlevi.net/pengertian-studi-kelayakan-bisnis/>
- <https://www.halomoney.co.id/blog/analisis-peluang-usaha>
- <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-studi-kelayakan-bisnis-terlengkap/>
10. https://id.wikipedia.org/wiki/Analisis_SWOT

TENTANG PENULIS

Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M., C. B.L.D.M.



Dosen Tetap Prodi Manajemen (S1) dan Magister Manajemen (S2), Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra. Sebagai Asesor BKD. Anggota IKABADRA. Doktor (S3) lulusan Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Pernah mengajar di Lembaga Pendidikan Komputer, Universitas Teknologi Yogyakarta (UTY), Universitas Mercu Buana (UMB), Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa (UST), AKPER Karya Husada Yogyakarta. Aktif Penelitian Jurnal Nasional dan Internasional, Pengabdian kepada Masyarakat dan menulis buku literature. Saat ini menjabat Ketua Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat (2021-2025) Universitas Janabadra, Yogyakarta.

Dra. Barbara Nining Widiyanti, MM.



Lulus S1 Prodi. Manajemen Perusahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra, Yogyakarta. Anggota IKABADRA. Dosen Tetap Program Studi Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Janabadra. Mengajar mata kuliah Manajemen Keuangan, Manajemen Operasi, Studi Kelayakan Bisnis. Pernah menjabat Wakil Rektor II, Wakil Dekan II dan Kepala Biro Administrasi di Lingkungan Universitas Janabadra. Peneliti bidang Manajemen Keuangan.

Fathonah Eka Susanti, S.E., M.M.



Lahir di Yogyakarta, 7 Maret 1989. Telah menyelesaikan studi Diploma 3 Manajemen Industri di Akademi Pimpinan Perusahaan, Kementerian Perindustrian RI Jakarta pada tahun 2010, S1 Prodi Manajemen Universitas Janabadra Yogyakarta pada tahun 2013, serta S2 (Magister Manajemen) pada Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra Yogyakarta tahun 2017. Saat ini adalah Dosen Tetap Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra, Yogyakarta. Pernah bekerja sebagai Tenaga Penyuluh Lapangan Industri Kecil Menengah (TPL IKM) Kementerian Perindustrian RI Jakarta, penempatan pada Satuan Kerja Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan Pertanian Kota Yogyakarta tahun 2010-2012.

TENTANG EDITOR

Magister Alfatah Kalijaga, S.T., M.T., C.GL.



Lulus Sarjana Teknik Industri (S.T.) tahun 2021 dan Magister Teknik Industri (M.T.) Program Pasca Sarjana (PS) tahun 2022, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia (UII), Yogyakarta. Pengajar di Laboratorium Pemodelan dan Simulasi Industri, Prodi. Teknik Industri, Universitas Islam Indonesia. Pemegang *Certified Great Leadership (C.GL)*.

Pengalaman prestasi yang telah dicapai, antara lain; *First Winner and Best Presentation Business Plan Competition* Perbanas Institute, *Second Winner* LKTIN Metal Exist Universitas Sultan Agung Tirtayasa, Juara Harapan 2 LKTI AUC Bali Universitas Pendidikan Ganesaha Bali, Juara Harapan 1 *Essay Compepetition "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Industri Jasa"* Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta, *Second Winner Industrial Paper and Action* Universitas Sumatera Utara, *Third Winner Business Plan Upcycle Product Fashion* Universitas Katolik Parahyangan, *Third Winner Eco-money Competition "Pengelolaan Sampah"*, Juara Harapan 1 *Competition of Indsutrial Engineering* Universitas Hassanudin Makassar, *Participant Asean Youth Conference* Kuala Lumpur Malaysia.