

Aspek-aspek yang Dapat Meningkatkan Kinerja Produksi (Analisis Kelayakan Bisnis)

Nurhadi

Program Studi Ekonomi Syariah, STAI Miftahul Huda Subang-Pamanukan, Indonesia

Email: mrazikok@gmail.com

Article Information

Submitted: 22
September 2023
Accepted: 02
Oktober 2023
Online Publish: 03
Oktober 2023

Abstrak

Studi kelayakan bisnis memiliki tujuan untuk menghindari keberlanjutan investasi modal yang besar dalam sebuah usaha atau bisnis yang ternyata tidak menguntungkan. Adapun studi kelayakan bisnis ini berkaitan dengan beberapa aspek seperti (1) aspek pasar atau pemasaran, (2) aspek industri, (3) aspek manajemen, (4) aspek sumber daya manusia, (5) aspek operasional dan layout, (6) aspek keuangan, serta (7) aspek hukum. Pada tulisan ini dibahas bagaimana aspek-aspek tersebut dapat meningkatkan kinerja produksi. Tulisan ini ditulis dengan menggunakan pendekatan kualitatif, deskriptif analisis adalah metodenya. Teknik untuk mengumpulkan data digunakan studi pustaka. Seluruh hal yang dibutuhkan dalam tulisan ini dicari sumber-sumber dengan penjelasan relevan sebagai data, kemudian data yang didapatkan disusun secara sistematis berdasarkan apa yang dibutuhkan untuk dituliskan.

Kata Kunci: aspek, kinerja produksi, kelayakan bisnis.

Abstract

Business feasibility studies aim to avoid the continuation of large capital investments in a business or business that turns out to be unprofitable. The business feasibility study is related to several aspects such as (1) market or marketing aspects, (2) industrial aspects, (3) management aspects, (4) human resource aspects, (5) operational and layout aspects, (6) financial aspects, and (7) legal aspects. This paper discusses how these aspects can improve production performance. This paper is written using a qualitative approach, descriptive analysis is the method. The technique for collecting data is a literature study. All things needed in this paper are searched for sources with relevant explanations as data, and then the data obtained are arranged systematically based on what is needs to be written down

Keywords: aspects, production performance, business feasibility

Pendahuluan

Manusia adalah makhluk sosial di mana selain melaksanakan interaksi dengan manusia lain, seseorang harus berusaha secara optimal untuk memenuhi kebutuhan hidup baik untuk dirinya sendiri ataupun untuk keluarganya. Sebuah bisnis yang mempekerjakan para pekerja di dalamnya merupakan wadah untuk meningkatkan kesejahteraan karyawannya (Arnold et al., 2020). Sebuah usaha atau bisnis yang dibangun tersebut juga secara tidak langsung dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Sektor industri bahkan dianggap sebagai sektor utama dalam perekonomian Indonesia (Yudaswara et al., 2018).

Secara alamiah, sebuah pembangunan ekonomi di suatu negara memunculkan berbagai celah sebagai kesempatan besar untuk pelaku usaha atau pebisnis baik skala kecil, menengah

How to Cite

Nurhadi/Aspek-aspek yang Dapat Meningkatkan Kinerja Produksi (Analisis Kelayakan Bisnis)/Vol 4 No 5 (2023)

DOI

<http://dx.doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v4i5.281>

e-ISSN

2721-2246

Published by

Rifa Institute

atau besar (Afiyah et al., 2015). Kini, persaingan bisnis dalam pelaksanaan penjualan produk dan jasa semakin menjamur. Hal ini yang menjadikan para pengusaha atau pelaku bisnis memberikan penawaran produk atau jasanya menggunakan berbagai macam cara. Berbagai cara yang dilakukan tersebut tidak lain bertujuan untuk menarik konsumen untuk membeli produk atau jasa yang dijualnya. Semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula cara-cara dalam menarik perhatian konsumen. Namun, semua cara atau strategi yang dibuat atau dilaksanakan pelaku usaha tidak semua dapat berjalan dengan lancar. Maka ketika semua cara atau strategi tidak berjalan lancar, akan muncul kerugian bagi pelaku usaha atau pebisnis. Untuk mengantisipasi hal tersebut, maka terdapat berbagai langkah-langkah atau skema yang harus dibuat supaya para pelaku usaha atau pebisnis dapat mengurangi resiko yang mungkin terjadi pada saat sebuah usaha atau bisnis akan dibangun.

Di era globalisasi seperti saat ini, banyak masyarakat berlomba mendirikan usaha atau bisnis sebagai pemenuhan kebutuhan hidup (Alfajri et al., 2023). Bisnis adalah usaha dengan bentuk komersial yang dilaksanakan oleh manusia dengan bentuk perdagangan barang atau pun jasa (Mahardika, 2021). Studi kelayakan bisnis diartikan sebagai kajian dengan fokus untuk menilai apakah suatu usaha itu layak atau tidak untuk didirikan. Studi kelayakan bisnis ini merupakan kegiatan untuk mempelajari secara mendalam usaha atau bisnis yang akan dijalankan (Yanuar, 2018). Perkembangan zaman yang semakin pesat menuntut para pelaku usaha atau pebisnis untuk selalu berpikir kritis dan berpikir maju untuk senantiasa selalu dapat menyelaraskan diri dengan perkembangan zaman. Hal ini supaya para pelaku usaha dapat lebih efektif dan mandiri dalam pengendalian perusahaan.

Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis secara rinci dan detail seluruh aspek yang mendukung kelayakan bisnis supaya para pelaku bisnis nantinya dapat berinvestasi dengan lebih mudah dan dapat membuka usaha yang menguntungkan. Untuk dapat menjalankan usaha yang menguntungkan, yang pertama harus diadakan pengadaan atau disiapkan adalah modal. Pengadaan modal dapat diperoleh dari dalam maupun luar pelaku bisnis. Pada implementasi bisnis, pemutaran modal ini harus dilaksanakan dengan baik, hal ini supaya pelaku usaha dapat menjalankan wirausaha atau bisnis dengan maksimal karena modal senantiasa harus kembali dengan optimal. Untuk mencapai pengembalian modal yang optimal ini terdapat trik khusus yaitu bagaimana pelaku usaha atau pebisnis dapat cermat dalam mengalokasikan dana serta mengadakan perhitungan yang matang dalam menilai kelayakan bisnis. Hal inilah yang menjadikan setiap usaha perlu diuji kelayakannya sebelum dilaksanakan investasi atau memulai bisnis.

Kelayakan bisnis ini memiliki berbagai manfaat seperti untuk mengetahui tingkat keuntungan perusahaan, memberikan gambaran bahwa usaha yang didirikan layak atau tidak mendapat keuntungan menjanjikan atau malah kemungkinan akan mengalami kerugian yang akan berakibat fatal pada berlangsungnya sebuah usaha atau bisnis. Studi kelayakan bisnis dapat dilaksanakan dengan berbagai pertimbangan seperti aspek finansial atau keuangan, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, dan lain sebagainya (Lestari & Wahyudin, 2022).

Berdasarkan latar belakang yang sudah dituliskan penulis, penulis hendak memaparkan bagaimana sebuah bisnis layak atau tidak untuk dijalankan. Kelayakan sebuah bisnis atau usaha ini ditinjau dari beberapa indikator. Kelayakan bisnis atau usaha juga hendaknya didukung dengan sebuah rencana ekspansi bisnis yang pada akhirnya bermuara pada kelayakan keseluruhan bisnis atau usaha yang dibangun. Adapun tulisan ini akan memuat aspek-aspek yang dapat meningkatkan kinerja produksi dengan memunculkan indikator-

indikator analisis kelayakan bisnis.

Metode Penelitian

Dalam tulisan ini digunakan pendekatan kualitatif, deskriptif analisis sebagai metodenya. (Arikunto, 2021) menjelaskan penelitian kualitatif di dalamnya merupakan mendeskripsikan suatu hal, memberikan gambaran berkaitan dengan data yang didapatkan dengan kata/kalimat hingga akhirnya data tersebut dapat dikerucutkan menjadi kesimpulan. Teknik pengumpulan datanya adalah dengan menggunakan studi pustaka.

Hasil dan Pembahasan

Bisnis dan Perencanaan Bisnis

(Griffin & Ebert, 2008) menjelaskan bahwa bisnis dapat dikatakan sebagai aktivitas penyediaan barang dan jasa yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Pada sebuah bisnis terdapat perencanaan sebagai skema atau langkah-langkah yang disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Perencanaan bisnis ini berkaitan dengan dokumen tertulis yang diurus atau diadakan oleh seorang pebisnis atau pelaku usaha sebagai gambaran seluruh unsur-unsur yang berkaitan secara eksternal dan internal dengan bisnis yang dibangunnya. Adapun manfaat perencanaan bisnis adalah (1) sebagai asumsi yang didasarkan pada kebenaran, (2) komparasi hasil dan rencana yang dibuat, (3) alat komunikasi dalam memberikan keyakinan kepada pihak lain, (4) membantu pebisnis atau pelaku usaha untuk berpikir kritis atau objektif. Adapun dalam perencanaan bisnis, seorang pelaku usaha atau pebisnis harus memperhatikan beberapa aspek yang bisa memberikan dampak peningkatan kinerja produksi seperti aspek industri (kekuatan supplier dan persaingan usaha), (2) aspek pemasaran, (3) aspek manajemen, (4) aspek sumber daya manusia, (5) aspek operasional dan *layout* (terdiri dari lokasi usaha dan fasilitas yang tersedia di tempat usaha: perencanaan ruang, tata cahaya, perabotan, lahan parkir, dan lain sebagainya), (6) aspek finansial atau keuangan, dan (7) aspek hukum.

Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis dapat diartikan sebagai penilaian secara menyeluruh dalam menilai berhasil tidaknya sebuah proyek. Studi kelayakan ini bertujuan untuk menghindari keberlanjutan penanaman modal besar yang pada akhirnya modal tersebut tidak berputar dengan hasil yang menguntungkan. Studi kelayakan bisnis dapat diartikan pula sebagai serangkaian kegiatan evaluasi, analisis atau penilaian layak atau tidak layak sebuah bisnis yang dijalankan.

Aspek-aspek yang Dapat Meningkatkan Produksi

1. Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran pada analisis kelayakan bisnis salah satunya adalah promo yang menarik dan bagus. Pihak yang berbisnis diharapkan mampu memberikan fasilitas yang terbaik yang tidak hanya berdasarkan pada produk yang baik berupa kemasan yang bagus, merk yang dapat mendongkrak penjualan dengan didukung nama penjualan yang bagus.

Harga terjangkau, lokasi usaha yang strategis, kemudahan distribusi juga dapat mendukung pemasaran suatu produk. Ketika sebuah usaha semakin ketat dalam persaingan, namun hendaknya pemilik usaha harus selalu mencari celah kenaikan penjualan untuk menarik minat pembeli dengan berbagai cara.

Pada dasarnya aspek pemasaran memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen bahkan lebih dari ekspektasi konsumen (Aliefah & Nandasari, 2022). Aspek ini berkaitan dengan kegiatan untuk menemukan kebutuhan yang diinginkan konsumen, menghasilkan barang serta jasa yang disesuaikan dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen (berkaitan dengan produk), menentukan tingkatan harga, melaksanakan promosi sebagai tujuan produk yang dihasilkan dapat dikenal oleh konsumen, serta mendistribusikan produk ke para konsumen. Tujuan dari aspek ini adalah untuk menjadikan barang dan jasa sebagai output bisnis dapat disukai, dibutuhkan konsumen hingga pada akhirnya akan menaikkan penjualan dengan daya beli konsumen yang dibangun dengan pemasaran tersebut. Adapun keputusan pembelian yang dilaksanakan oleh konsumen dipengaruhi oleh persepsi, motivasi, sikap serta keyakinan, hal ini berdampak pada bagaimana seorang konsumen memilih produk, mengatur serta menginterpretasikan apa yang didapatkan dari sebuah produk untuk membangun pengetahuan (Sonata, 2018).

(Afiyah et al., 2015) menjelaskan bahwa aspek pasar atau pemasaran memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar sebuah pasar yang akan dimasuki, struktur serta peluang yang ada, hingga menerka prospek pasar di masa yang akan datang hingga bagaimana strategi untuk mencapai tujuan yang sudah direncanakan oleh pebisnis atau pelaku usaha. Termasuk kendala yang akan dihadapi terutama dalam menghadapi pesaing bisnis atau usaha. Aspek ini selain berkaitan dengan kondisi persaingan dan peluang pasar juga akan berhubungan dengan trend bisnis (Gunawan, 2019).

2. Aspek Teknis dan Produksi

Aspek ini berkaitan dengan proses membangun fisik bisnis atau usaha. Hal ini berkaitan dengan lokasi, perolehan bahan baku produksi, serta pemilihan mesin serta jenis teknologi tertentu untuk menunjang produksi bisnis atau usaha.

3. Aspek Organisasi dan Manajemen

Manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, serta pengawasan usaha dari mulai pengelolaan anggota organisasi sampai penggunaan sumber daya dengan mengacu pada tujuan organisasi yang sudah ditetapkan. Aspek ini merupakan sebuah kajian terhadap sebuah pengorganisasian atau pembangunan proyek secara fisik, sedangkan manajemen dapat mencakup sumber daya manusia, jumlah tenaga kerja serta kualifikasi tertentu yang diperlukan untuk pengoprasian sebuah proyek. Aspek ini berkaitan dengan kesiapan sumber daya manusia yang akan menjalankan sebuah usaha atau bisnis. Setelah pengadaan sumber daya manusia, maka dapat dibentuk struktur organisasi yang sesuai dengan usaha yang dibuat pebisnis atau pelaku usaha.

4. Aspek Finansial atau Keuangan

Untuk pengembangan bisnis atau usaha, diperlukan modal baik itu dari sumber internal

ataupun dari sumber eksternal. Aspek ini berkaitan dengan penilaian serta penentuan satuan rupiah untuk hal-hal yang dianggap layak berdasarkan rancangan bisnis atau usaha sebagai tahapan dari analisis usaha. Aspek ini meliputi sumber dana, modal, pendapatan, biaya bisnis atau usaha serta *cashflow*. Aspek ini akan memberikan penentuan sebuah usaha atau bisnis layak atau tidak untuk dijalankan, didasarkan pada semua faktor dalam produksi yang dilaksanakan oleh pebisnis.

5. Aspek Industri

Aspek ini terdiri dari kekuatan supplier dan persaingan usaha. Kekuatan supplier berkaitan dengan pemasok atau supplier yang merupakan perusahaan penyedia bahan baku untuk kebutuhan produksi perusahaan lain. Supplier atau pemasok ini berperan penting dalam kelancaran bisnis. Sedangkan persaingan usaha berkaitan dengan bentuk usaha yang dilaksanakan supaya menang atau mendapat posisi lebih baik dari perusahaan lain dengan pertimbangan tidak memunculkan benturan fisik atau konflik. Persaingan memiliki kekuatan sangat besar hingga berpengaruh pada pasar. Dengan demikian, perusahaan perlu mengetahui bagaimana keadaan atau situasi sang pesaing.

6. Aspek Sumber Daya Manusia

Aspek ini mencakup ide yang nantinya akan muncul dari para sumber daya manusia. Kualitas sumberdaya manusia dalam sebuah bisnis atau usaha sangat berpengaruh pada perkembangan perusahaan. Maka dari itu (Ambarriani, 2014) menjelaskan bahwa terdapat beberapa poin untuk pengadaan sumber daya manusia, pengembangan sumber daya manusia, hingga pengelolaan sumberdaya manusia dalam menjalankan bisnis (1) mendapatkan sumber daya manusia, (2) pengembangan sumber daya manusia, (3) mempertahankan sumberdaya manusia.

7. Aspek Operasional dan *Layout*

Aspek ini terdiri dari dua hal utama yaitu (1) lokasi usaha, dan (2) *layout*. Lokasi usaha sangat penting dalam berbisnis. Hal ini berpengaruh pada keuntungan perusahaan. Adapun beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha adalah (1) sumber bahan baku, (2) mudah terlihat, (3) lingkungan sekitar. Sedangkan berkaitan dengan *layout* atau tata letak, adalah fasilitas yang disediakan penisnis yang memiliki pengaruh terhadap pelanggan berkaitan dengan kualitas suatu tempat. Adapun dalam *layout* ini terdiri dari berbagai hal seperti (1) perencanaan ruang, (2) perabotan, (3) tata cahaya, (4) tempat parkir, dan lain-lain.

8. Aspek Hukum

Aspek ini berkaitan dengan legalitas di mana setiap usaha wajib memiliki legalitas. Jika tidak akan dianggap usaha atau bisnis yang illegal. Menurut (Lazuardi et al., 2013) aspek hukum ini bisa terbentuk dari badan hukum perseorangan, Firma (Fa), CV atau Perseroan Comandirter, atau Pt atau Perseroan terbatas.

Kesimpulan

Untuk dapat menjalankan usaha yang menguntungkan, yang pertama harus diadakan pengadaan atau disiapkan adalah modal. Pengadaan modal dapat diperoleh dari dalam maupun luar pelaku bisnis. Pada implementasi bisnis, pemutaran modal ini harus dilaksanakan dengan baik, hal ini supaya pelaku usaha dapat menjalankan wirausaha atau bisnis dengan maksimal karena modal senantiasa harus kembali dengan optimal. Untuk mencapai pengembalian modal yang optimal ini terdapat trik khusus yaitu bagaimana pelaku usaha atau pebisnis dapat cermat dalam mengalokasikan dana serta mengadakan perhitungan yang matang dalam menilai kelayakan bisnis. Hal inilah yang menjadikan setiap usaha perlu diuji kelayakannya sebelum dilaksanakan investasi atau memulai bisnis. Dari beberapa hal yang dikaji dan dianalisis oleh penulis, data yang ditemukan berkaitan dengan aspek-aspek yang dapat meningkatkan kinerja produksi sebagai analisis kelayakan bisnis terdiri dari (1) aspek pemasaran, (2) aspek teknis dan produksi, (3) aspek organisasi dan manajemen, (4) aspek finansial atau keuangan, (5) aspek industri, (6) aspek sumber daya manusia, (7) aspek operasional dan *layout*, serta (8) aspek hukum.

BIBLIOGRAFI

- Afiyah, A., Saifi, M., & Dwiatmanto. (2015). Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian Home Industry (Studi Kasus pada Home Industry Cokelat “Cozyâ” Kademangan Blitar). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 23(1), 85949.
- Alfajri, I., Latief, F., Widiawati, A., & Khaer, A. U. (2023). Analisis Kelayakan Usaha Minuman Daeng Fruit di Makassar. *Jurnal Malomo: Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 42–56.
- Aliefah, A. N., & Nandasari, E. A. (2022). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pemasaran dan Keuangan pada Kedai Olan Food Kebumen. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 6(01), 40–56.
- Ambarriani, A. S. (2014). Analisis Kelayakan Bisnis Es Bang Joe diPurwokerto. *Volume*, 3, 1–9.
- Arikunto, S. (2021). *Penelitian tindakan kelas: Edisi revisi*. Bumi Aksara.
- Arnold, P. W., Nainggolan, P., & Damanik, D. (2020). Analisis Kelayakan Usaha dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe di Kelurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari. *Jurnal Ekuilnomi*, 2(1), 29–39.
- Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2008). *Bisnis, edisi 8, jilid 1*. Erlangga.
- Gunawan, K. (2019). Peran studi kelayakan bisnis dalam peningkatan umkm (studi kasus umkm di kabupaten kudus). *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 6(2), 101–115.
- Lazuardi, R. F., Fitria, L., & Bakar, A. (2013). Analisis kelayakan usaha mobile carwash di Kota Bandung. *Reka Integra*, 1(3).
- Lestari, L., & Wahyudin, W. (2022). Analisis Kelayakan Bisnis pada Perancangan dan Pengembangan Produk Kursi Multifungsi. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, 21(1), 86–95.
- Mahardika, A. (2021). Studi Kelayakan Bisnis Restaurant Dessert. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(2), 625–634. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i3.35800>
- Sonata, F. (2018). Analisis Studi Kelayakan Pelayanan E-Commerce Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (ahp). *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 7(2), 58–71.
- Yanuar, D. (2018). Analisis kelayakan bisnis ditinjau dari aspek pasar, aspek pemasaran dan aspek keuangan pada UMKM makanan khas Bangka di Kota Pangkalpinang. *Ekombis: Jurnal Fakultas Ekonomi*, 2(1).
- Yudaswara, R. A., Rizal, A., Pratama, R. I., & Suryana, A. A. H. (2018). Analisis kelayakan usaha produk olahan berbahan baku ikan nila (*Oreochromis niloticus*)(Studi Kasus di CV Sakana Indo Prima Kota Depok). *Jurnal Perikanan Kelautan*, 9(1).

Copyright holder:

Nurhadi (2023)

First publication right:

Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan

This article is licensed under:

Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)

