

**ANALISIS KELAYAKAN EKSPANSI
USAHA JASA**
(STUDI KASUS PADA PERSEWAAN ALAT-ALAT PESTA
DAN DEKORASI CV. LESTARI MALANG)

SKRIPSI

Diajukan untuk menempuh ujian sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

ANITA LESTARI MILA IVANA
NIM. 0310320011



UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI MANAJEMEN KEUANGAN

2007

CURRICULUM VITAE

Nama : ANITA LESTARI MILA IVANA

NIM : 0310320011

Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 16 Mei 1984

Alamat : Jl. Sulfat Agung VII / 16, Malang, Jawa timur

Telp : (0341) 7774405

E-mail : Niiy_Ta@yahoo.com

Pendidikan :

1. TK CITA-CITA BUNDA MALANG
2. MIN MALANG 1
3. SLTP NEGERI 3 MALANG
4. SMU NEGERI 1 MALANG
5. UNIVERSITAS BRAWIJAYA, FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI, JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang selalu melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Analisis Kelayakan Ekspansi Usaha Jasa “. Tak lupa penulis sampaikan salam dan shalawat kepada Nabi besar Muhammad SAW.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

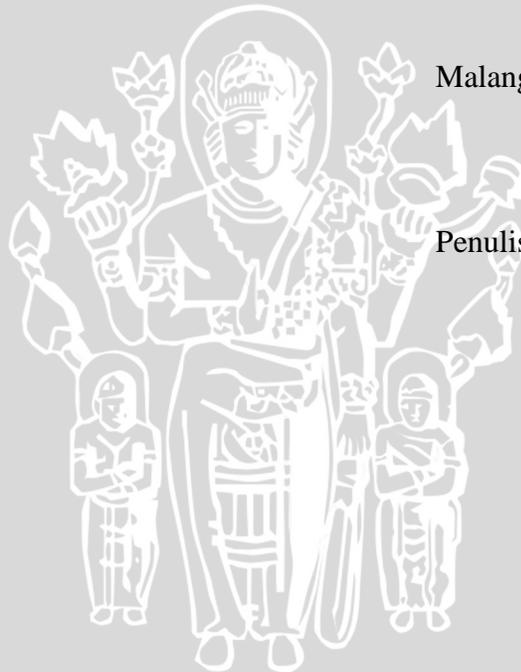
1. Bapak Prof. Dr. Suhadak, M.Ec, selaku Dekan Fakultas Ilmu Adinistrasi.
2. Bapak Dr. Kusdi Rahardjo, D.E.A, selaku Kepala Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis.
3. Bapak Drs. Muhammad Saifi, M.Si, selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, dorongan, pengarahan, serta tambahan pengetahuan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Devi Farah Azizah, S. Sos., M.AB, selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, dorongan, pengarahan, serta tambahan pengetahuan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap Dosen Pengajar FIA, khususnya jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan, keterampilan dan bimbingan kepribadian.
6. Papa, mama, adik-adik, dan seluruh keluarga besar atas doa, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan.
7. Segenap pegawai dan karyawan CV. LESTARI atas segala bantuan dan berbagai pelajaran yang penulis dapatkan yang tidak didapat di bangku kuliah.

8. Teman-teman angkatan 2003, khususnya kelas ganjil, terima kasih selalu menemani, memberi dukungan dan bantuannya.
9. Teman-teman kebersamaan 2002, terima kasih atas semangat yang selalu diberikan.
10. Semua pihak yang telah membantu serta memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, Juli 2007

Penulis



DAFTAR ISI

Hal

ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kontribusi Penelitian	5
E. Sistematika Pembahasan	6
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
A. Investasi	8
1. Pengertian dan Tujuan Investasi	8
2. Faktor-faktor yang Perlu Diperhitungkan dalam Pengambilan Keputusan Investasi	10
B. Analisis Kelayakan Investasi	10
1. Pengertian Studi Kelayakan Investasi (proyek)	10
2. Tujuan Studi Kelayakan Proyek	12
3. Aspek-aspek Studi Kelayakan Proyek	13

C. Perluasan Usaha (Ekspansi)	17
1. Pengertian Perluasan Usaha	17
2. Pengertian Jaringan	18
3. Dorongan untuk Melakukan Perluasan Usaha	18
4. Macam-macam Perluasan Usaha	19
D. Aktiva Tetap	20
1. Pengertian dan Macam-macam Aktiva Tetap	20
2. Metode-metode Depresiasi	21
E. Sumber Dana dan Biaya Modal	24
1. Sumber Pendanaan Jangka Panjang	24
2. Sumber-sumber Dana dan Biaya Modal	25
3. Teknik Penghitungan Biaya Modal	25
F. Perencanaan Cash Flow	29
1. Klasifikasi Cash Flow	30
2. Pola-pola Cash Flow	31
3. Komponen Cash Flow	32
G. Capital Budgeting	32
1. Pengertian Capital Budgeting	32
2. Teknik-teknik Capital Budgeting dalam Penilaian Investasi	33

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	40
B. Variabel Penelitian	41
C. Lokasi Penelitian	42
D. Sumber Data	42
E. Teknik Pengumpulan Data	43

F. Instrumen Penelitian	44
-------------------------------	----

G. Analisa Data	45
-----------------------	----

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data.....	48
------------------------	----

1. Gambaran Umum Perusahaan.....	48
----------------------------------	----

2. Visi dan Misi Perusahaan.....	51
----------------------------------	----

3. Lokasi Perusahaan	51
----------------------------	----

4. Struktur Organisasi Perusahaan.....	52
--	----

5. Informasi Personalia Perusahaan	65
--	----

6. Informasi Keuangan Perusahaan.....	68
---------------------------------------	----

7. Rencana Investasi Perusahaan.....	68
--------------------------------------	----

B. Analisis Data dan Interpretasi.....	70
--	----

1. Aspek-aspek Kelayakan Investasi.....	70
---	----

a. Aspek Pasar dan Pemasaran.....	70
-----------------------------------	----

b. Aspek Teknis.....	74
----------------------	----

c. Aspek Ekonomi dan Sosial.....	74
----------------------------------	----

d. Aspek Manajemen.....	75
-------------------------	----

e. Aspek Hukum.....	75
---------------------	----

f. Aspek Keuangan.....	75
------------------------	----

2. Memproyeksikan pendapatan, biaya operasional, dan laba rugi perusahaan.....	78
--	----

a. Proyeksi Pendapatan.....	78
-----------------------------	----

b. Proyeksi Biaya.....	79
------------------------	----

c. Proyeksi Rugi Laba.....	81
----------------------------	----

d. Proyeksi Cash Inflow.....	82
------------------------------	----

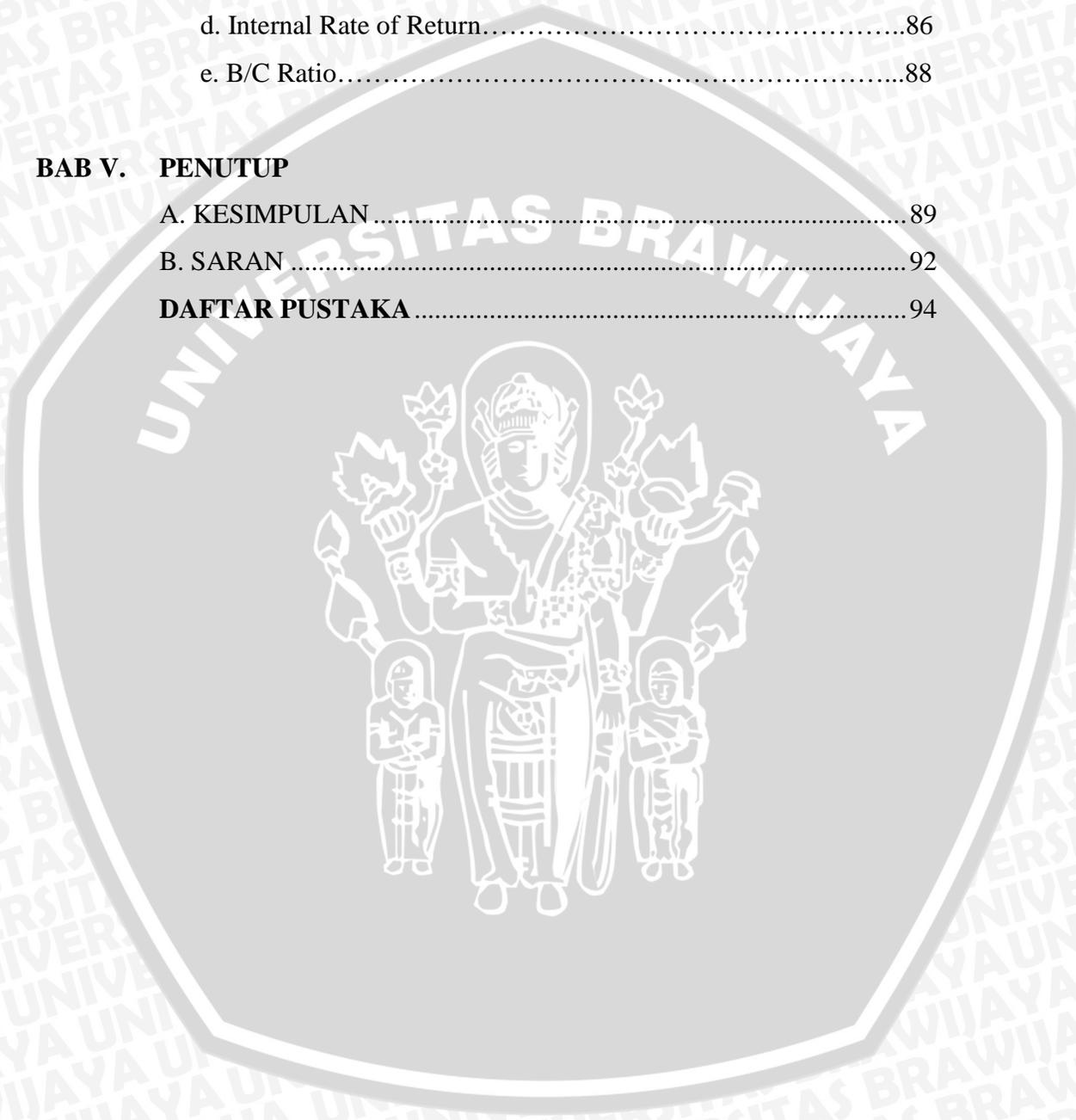
3. Penilaian Kelayakan Investasi.....	82
---------------------------------------	----

a. Average Rate of Return.....	82
--------------------------------	----

b. Payback Period.....83
c. Net Present Value.....85
d. Internal Rate of Return.....86
e. B/C Ratio.....88

BAB V. PENUTUP

A. KESIMPULAN 89
B. SARAN 92
DAFTAR PUSTAKA 94



DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal.
1	Laporan Laba Rugi per 31 Desember 2004	49
2	Laporan Laba Rugi per 31 Desember 2005	50
3	Laporan Laba Rugi per 31 Desember 2006	51
4	Neraca per 31 Desember 2004	52
5	Neraca per 31 Desember 2005	53
6	Neraca per 31 Desember 2006	54
7	Data Permintaan CV. LESTARI	55
8	Perhitungan Biaya Modal Tertimbang Rata-Rata	60
9	Perhitungan Pembayaran Bunga dan Cicilan Pokok Pinjaman	61
10	Perhitungan Estimasi Permintaan Tenda uk. 3m x 6m	61
11	Estimasi Permintaan Tenda uk. 3m x 6m	62
12	Perhitungan Estimasi Permintaan Tenda uk. 6m x 6m	62
13	Estimasi Permintaan Tenda uk. 6m x 6m	63
14	Perhitungan Estimasi Permintaan Tenda uk. 3m x 9m	63
15	Estimasi Permintaan Tenda uk. 3m x 9m	64
16	Perhitungan Estimasi Permintaan Tenda Kerucut	64
17	Estimasi Permintaan Tenda Kerucut	65
18	Perhitungan Estimasi Permintaan Kursi	65
19	Estimasi Permintaan Kursi	66
20	Perhitungan Estimasi Permintaan Kursi & Bungkus	66
21	Estimasi Permintaan Kursi & Bungkus	67
22	Perhitungan Estimasi Permintaan Kursi Lipat	67
23	Estimasi Permintaan Kursi Lipat	68
24	Perhitungan Estimasi Permintaan Meja	68
25	Estimasi Permintaan Meja	69
26	Perhitungan Estimasi Permintaan Meja Makan	69
27	Estimasi Permintaan Meja Makan	70
28	Perhitungan Estimasi Permintaan Piring	70

29	Estimasi Permintaan Piring	71
30	Perhitungan Estimasi Permintaan Mangkok	71
31	Estimasi Permintaan Mangkok	72
32	Perhitungan Estimasi Permintaan Gelas	72
33	Estimasi Permintaan Gelas	73
34	Perhitungan Estimasi Permintaan Lampu Mercury	73
35	Estimasi Permintaan Lampu Mercury	74
36	Perhitungan Estimasi Permintaan Lampu Spot	74
37	Estimasi Permintaan Lampu Spot	75
38	Perhitungan Estimasi Permintaan Kain Dekor	75
39	Estimasi Permintaan Kain Dekor	76
40	Estimasi Pendapatan Sewa Tenda 3m x 6m	77
41		
42		
43		
44		
45		
46		
47		
48		
49		
50		
51		
52		
53		
54		
55		
56		
57		
58		



59		
60		
61		
62		
63		
64		
65		
66		
67		



ABSTRAKSI

Anita Lestari Mila Ivana, 2007, **Analisis Kelayakan Ekspansi Usaha Jasa** (Studi Kasus Pada Persewaan Alat-Alat Pesta dan Dekorasi CV. LESTARI Malang), Drs. Muhammad Saifi, M.Si, Devi Farah Azizah, S.Sos., M.AB, 99 Hal.

Ekspansi dapat dilakukan dengan atau tanpa penambahan aktiva tetap perusahaan, disesuaikan dengan peramalan permintaan dan penjualan masa mendatang, berdasarkan kondisi masa lalu perusahaan. Sebelum ekspansi tersebut dijalankan, perlu dianalisis terlebih dahulu kelayakan rencana perluasan usaha yang dilakukan. Dari hasil analisis melalui studi kelayakan maka dapat diketahui apakah ekspansi yang dilakukan layak atau bermanfaat sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai perusahaan.

Tujuan penelitian sehubungan dengan masalah yang telah dirumuskan adalah untuk mengetahui bagaimana rencana ekspansi usaha jasa CV. LESTARI, ditinjau dari aspek pasar dan aspek keuangan, dan untuk mengetahui apakah rencana ekspansi usaha jasa CV. LESTARI layak atau tidak untuk dilaksanakan.

Jenis penelitian merupakan penelitian deskriptif dengan melakukan studi kasus pada CV. LESTARI yang merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa menyewakan alat pesta dan dekorasi. Metode analisis data digunakan dengan pendekatan kualitatif. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap yaitu melakukan analisis terhadap aspek pasar dan aspek keuangan.

Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa ditinjau dari aspek pasar, jumlah proyeksi permintaan melalui perhitungan dengan metode *trend linear* mengalami kenaikan untuk tahun 2007-2011. Rencana ekspansi CV. LESTARI ditinjau dari aspek pasar dapat dikatakan layak untuk dilaksanakan, karena dengan jumlah permintaan yang selalu meningkat setiap tahunnya, maka melalui rencana ekspansi yang akan dilakukan CV. LESTARI dapat memenuhi permintaan tersebut dan dapat semakin luas dalam menjangkau *market share*-nya di wilayah kota Malang dan sekitarnya. Rencana ekspansi ditinjau dari aspek keuangan dengan kriteria penilaian investasi menggunakan metode *net present value* (NPV) layak dilaksanakan, dengan nilai *net present value* (NPV) sebesar Rp 1.666.036.538 ($NPV > 1$), menggunakan metode *payback period* layak dilaksanakan; dengan masa pengembalian lebih cepat, yaitu selama 1 tahun 3 bulan 21 hari dibandingkan dengan masa pengembalian yang diharapkan perusahaan yaitu selama 4 tahun., menggunakan metode *Average Rate of Return* (ARR) layak dilaksanakan; dengan hasil perhitungan angka ARR lebih besar daripada biaya modal rata-rata tertimbang perusahaan (WACC) yang digunakan sebagai *discount factor* (DF) perusahaan ($302,58\% > 36,39\%$), menggunakan metode *Internal Rate of Return* (IRR) layak dilaksanakan, dengan hasil perhitungan tingkat IRR lebih besar daripada biaya modal rata-rata tertimbang perusahaan (WACC) yang digunakan sebagai *discount factor* ($90,25\% > 36,39\%$), menggunakan metode *profitability index* (PI) layak dilaksanakan dengan angka PI sebesar 2,68 ($PI > 1$).

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia bisnis di Indonesia sudah merambah ke berbagai bidang. Bidang agribisnis dan manufaktur yang menjadi industri utama di Indonesia sudah mulai berkembang memasuki bidang jasa dan informasi. Seiring perkembangan jaman, dinamika kebutuhan konsumen semakin bertambah, dengan selera yang semakin mengedepankan mutu, kualitas, dan servis atau pelayanan, perusahaan harus selalu *up date* (terkini, mutakhir) dalam melayani konsumen.

Semakin beragam produk yang beredar di pasaran dan semakin selektif konsumen dalam memutuskan produk yang dikonsumsinya, baik untuk produk barang maupun jasa, akan semakin memotivasi perusahaan untuk dapat menciptakan produk-produk yang inovatif, unik, dan berkualitas sesuai permintaan konsumennya. Dalam hal ini, perusahaan bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis, tentulah juga melakukan hal yang sama untuk mencapai kepuasan konsumennya. Dengan kepuasan yang dicapai konsumennya, maka konsumen akan *loyal* pada perusahaan kemudian akan menjadi pelanggan, dan bahkan bisa jadi akan “membawa” calon-calon konsumen menjadi konsumen dan pelanggan perusahaan, sehingga secara otomatis tingkat penjualan perusahaan akan bertambah, berbanding lurus dengan keuntungan perusahaan yang juga meningkat.

Meningkatnya keuntungan (*profit*) yang dicapai perusahaan merupakan tujuan mendasar yang diharapkan oleh setiap perusahaan. Salah satu usaha yang dapat dilakukan oleh perusahaan seiring dengan permintaan yang bertambah di tengah persaingan yang semakin ketat sejalan dengan kondisi informasi teknologi yang sudah memasuki era *global* sekarang ini adalah dengan melakukan ekspansi (perluasan usaha). Ekspansi dapat dilakukan dengan atau tanpa penambahan aktiva tetap perusahaan, disesuaikan dengan peramalan permintaan dan penjualan masa mendatang, berdasarkan kondisi masa lalu perusahaan.

Dengan mengingat dan menyadari bahwa ketidakpastian di masa yang akan datang dapat terjadi di berbagai bidang kehidupan, baik dalam bidang ekonomi, politik, budaya, hukum, perilaku dan perubahan lingkungan masyarakat, maka perusahaan dalam memulai ataupun mengembangkan usaha atau proyek atau bisnis yang akan dilaksanakannya perlu melakukan analisis terhadap kelayakan usaha tersebut. Dari hasil analisis melalui studi kelayakan maka dapat diketahui apakah ekspansi yang dilakukan layak atau bermanfaat sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai perusahaan. Sehingga nantinya dapat menjadi pedoman atau arahan terhadap ekspansi yang akan dijalankan perusahaan dengan memperhitungkan resiko-resiko yang mungkin terjadi dan peluang-peluang; khususnya peluang dari investasi yang dijalankan.

Persewaan alat-alat pesta dan dekorasi CV. LESTARI yang menyediakan jasa berkaitan dengan segala perlengkapan dan dekorasi pesta merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa pioner dalam hal tersebut di kota Malang. Adanya perkembangan selera dan kebutuhan masyarakat, menuntut persewaan CV. LESTARI untuk dapat selalu melakukan inovasi dan menyesuaikan produknya dengan permintaan konsumen di tengah persaingan bisnis sejenis yang semakin menjamur. Berikut data permintaan CV. LESTARI tahun 2004 s/d 2006 :

Data Permintaan CV. LESTARI

	2004	2005	2006
Tenda 3x6	1480 unit	1520 unit	1546 unit
Tenda 6x6	1840 unit	1910 unit	2390 unit
Tenda 3x9	410 unit	664 unit	632 unit
Tenda Krucut	38 unit	52 unit	96 unit
Kursi	8570 buah	9928 buah	13416 buah
Kursi & Bungkus	3020 buah	3612 buah	4372 buah
Kursi Lipat	123280 buah	125128 buah	132200 buah
Meja	4905 buah	4992 buah	5280 buah
Meja Makan	1814 set	2124 set	1958 set
Piring	37110 set	42080 set	37340 set
Mangkok	17430 set	19500 set	14308 set
Gelas	1520 buah	1120 buah	1680 buah
Lampu Mercury	4095 buah	4410 buah	4800 buah
Lampu Spot	75 buah	98 buah	114 buah
Kain Dekor	26400 meter	38600 meter	57800 meter

sumber : CV. LESTARI, data diolah

Data yang tersaji di atas merupakan akumulasi permintaan per tahunnya, tetapi tidak dapat dinyatakan bahwa rata-rata permintaan dihitung dari jumlah tersebut dibagi 12 untuk setiap bulannya. Hal ini dikarenakan pada bulan-bulan tertentu terjadi permintaan yang melonjak dibandingkan bulan-bulan lain. Pada bulan-bulan tersebut permintaan konsumen melebihi inventaris atau persediaan barang yang dimiliki, sehingga terkadang CV. LESTARI terpaksa harus menolak *order* atau pesanan konsumen. Permintaan yang semakin bertambah dan permintaan yang melebihi inventaris pada bulan-bulan tertentu tersebut menyebabkan CV. LESTARI harus melakukan beberapa langkah untuk dapat selalu melayani konsumennya. Salah satu langkah yang akan dilakukan oleh persewaan CV. LESTARI demi mempertahankan posisi di “hati” konsumennya dan dapat melayani pelanggan yang semakin bertambah adalah dengan melakukan ekspansi (perluasan usaha). Sebelum ekspansi tersebut dijalankan, perlu dianalisis terlebih dahulu kelayakan rencana perluasan usaha yang dilakukan.

Mengacu pada konsep bisnis, dalam setiap teori panduan penyusunan studi kelayakan mengungkapkan terdapat aspek-aspek yang perlu untuk diteliti dengan hubungan yang saling berkaitan. Umumnya aspek-aspek mendasar yang perlu diteliti meliputi aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik atau operasi, aspek manajemen, aspek keuangan, aspek ekonomi dan sosial, aspek hukum atau yuridis (*legal*), dan aspek lingkungan. Dengan alasan suatu usaha atau proyek atau bisnis, baru ataupun perluasan dari yang sudah ada, yang akan dilaksanakan oleh perusahaan menyangkut investasi yang ditanamkan, tentulah hal yang utama dipertimbangkan oleh perusahaan adalah keuntungan finansial yang dapat dicapai sesuai tujuan perusahaan. Sebelumnya, dalam setiap rencana ekspansi diperlukan perhitungan tentang peramalan atas peramalan produk perusahaan sesuai dengan pasar potensialnya.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis mengambil judul penelitian “Analisis Kelayakan Ekspansi Usaha Jasa”, dengan batasan aspek pasar dan aspek keuangan.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka perumusan masalah atas penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana rencana ekspansi usaha jasa CV. LESTARI, ditinjau dari aspek pasar dan aspek keuangan ?
2. Apakah ekspansi usaha jasa yang direncanakan CV. LESTARI layak untuk dilaksanakan, ditinjau dari aspek pasar dan aspek keuangan ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian sehubungan dengan masalah yang telah dirumuskan di atas yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana rencana ekspansi usaha jasa CV. LESTARI, ditinjau dari aspek pasar dan aspek keuangan.
2. Untuk mengetahui apakah rencana ekspansi usaha jasa CV. LESTARI layak atau tidak untuk dilaksanakan.

D. Kontribusi Penelitian

1. Bagi perusahaan
Hasil atas analisis penelitian ini diharapkan dapat memberi suatu bahan pertimbangan untuk menentukan kebijakan atau pengambilan keputusan bagi manajemen atas ekspansi yang dilakukan perusahaan.
2. Bagi penulis
Menambah wawasan penulis sekaligus penulis dapat mempraktikkan teori-teori yang didapat untuk diterapkan pada suatu perusahaan.
3. Pihak ketiga (pihak lain)
Penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberi tambahan wawasan dan bahan pertimbangan maupun bahan perbandingan bagi yang membutuhkan.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang metode penelitian yang mencakup jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian.

BAB IV : PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang hasil-hasil penelitian yang berupa penyajian data, analisis data, dan interpretasi data. Penyajian data meliputi gambaran umum perusahaan dan data-data yang berhubungan dengan permasalahan penelitian, sedangkan analisis data dan interpretasi data dilakukan untuk mengetahui kelayakan ekspansi melalui perhitungan peramalan permintaan dengan menggunakan metode peramalan *time series*, dan perhitungan *capital budgeting* dengan menggunakan metode *Payback Period* (PP), metode *Net Present Value* (NPV), metode *Internal Rate of Return* (IRR), metode *Average Rate of Return* (ARR), dan metode *Profitability Index* (PI).

BAB V : PENUTUP

Bab ini menyajikan kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Studi Kelayakan

1. Pengertian Studi Kelayakan

Nitisemito dan Burhan (2004:1) menyatakan bahwa studi kelayakan pada hakikatnya adalah suatu metode penjajakan dari suatu gagasan usaha tentang kemungkinan layak atau tidaknya gagasan usaha tersebut dilaksanakan. Menurut Husnan dan Muhammad (2000:4) studi kelayakan proyek adalah penelitian tentang dapat tidaknya suatu proyek (biasanya merupakan proyek investasi) dilaksanakan dengan berhasil. Sedangkan studi kelayakan proyek menurut Soeharto (1999:76) merupakan suatu pengkajian yang bersifat menyeluruh dan mencoba menyoroti segala aspek kelayakan proyek atau investasi. Sofyan (2003:3) mendefinisikan studi kelayakan bisnis sebagai suatu konsep yang dikembangkan dari konsep manajemen keuangan, terutama ditujukan dalam rangka mencari atau menemukan inovasi baru dalam perusahaan. Studi kelayakan bisnis menurut Kasmir dan Jakfar (2006:10) adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan atau usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. Ukuran kelayakan masing-masing jenis usaha sangat berbeda, misal antara usaha jasa dan usaha non-jasa. Akan tetapi aspek-aspek yang digunakan untuk menyatakan layak atau tidaknya adalah sama, sekalipun bidang usahanya berbeda.

Dari beberapa definisi yang diungkapkan para ahli di atas maka penulis menyimpulkan bahwa studi kelayakan adalah suatu kegiatan penelitian yang mengkaji aspek-aspek usaha atau proyek guna menentukan layak atau tidak usaha atau proyek tersebut dilaksanakan.

2. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis Jasa

Studi kelayakan bisnis diperlukan untuk dapat diambil keputusan layak atau tidaknya suatu proyek dilaksanakan. Menurut Umar (2003:6-7)

pihak-pihak yang membutuhkan laporan studi kelayakan bisnis jasa antara lain :

a. Pihak Investor

Dari hasil studi kelayakan dapat diketahui apakah usaha tersebut layak atau tidak untuk direalisasikan. Pihak investor memanfaatkan hasil studi kelayakan tersebut sehubungan dengan penanaman modal yang akan dilakukan pada proyek bisnis tersebut menyangkut keuntungan yang akan diperoleh dan jaminan keselamatan modalnya.

b. Pihak Kreditor

Pihak bank berkepentingan mengkaji ulang studi kelayakan bisnis jasa yang telah dibuat, termasuk mempertimbangkan sisi lain, misalnya bonafiditas dan ketersediaan agunan pihak perusahaan sebelum memutuskan untuk memberikan kredit atau tidak.

c. Pihak Manajemen Perusahaan

Sebagai pihak yang menjadi *project leader*, pihak manajemen perlu mempelajari studi kelayakan, misalnya tentang pendanaan: berapa yang dialokasikan dari modal sendiri, rencana pendanaan dari investor, dan dari kreditor.

d. Pihak Pemerintah dan Masyarakat

Kebijakan-kebijakan yang ditetapkan pemerintah , secara langsung maupun tidak langsung, dapat mempengaruhi kebijakan perusahaan. Apabila hasil studi kelayakan suatu proyek bisnis atau usaha dapat membantu kebijakan pemerintah maka proyek ini akan lebih diprioritaskan untuk dikembangkan.

e. Untuk tujuan Pembangunan Ekonomi

Studi kelayakan bisnis perlu menganalisis manfaat yang akan didapat atau biaya yang akan ditimbulkan oleh proyek terhadap perekonomian nasional demi tujuan-tujuan pembangunan ekonomi nasional. Aspek-aspek yang perlu dianalisis untuk mengetahui biaya dan manfaat tersebut antara lain aspek-aspek : Rencana Pembangunan Nasional, distribusi nilai tambah pada seluruh masyarakat, nilai investasi per

tenaga kerja, pengaruh sosial, serta analisis kemanfaatan dan beban sosial.

3. Aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis Jasa

Belum terdapat keseragaman mengenai aspek-aspek bisnis yang harus dikaji untuk studi kelayakan bisnis jasa. Namun, dengan mengacu pada konsep bisnis, menurut Umar (2003:10) aspek-aspek yang perlu diteliti dalam studi kelayakan bisnis jasa meliputi :

a. Pasar

Merupakan analisis pasar potensial yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pasar untuk jasa yang akan ditawarkan, atautkah perusahaan ingin mencoba menciptakan potensi pasarnya sendiri.

b. Pemasaran

Peninjauan aspek pemasaran meliputi tiga hal yang saling terkait, yaitu :

1. Segmen, target, dan posisi produk jasa pada pasarnya.
2. Sikap, perilaku, serta kepuasan mereka atas produk jasa sejenis.
3. Strategi, kebijakan, dan program pemasaran yang akan dilaksanakan.

c. Teknik dan Teknologi

Maksudnya adalah ditinjau dari segi pembangunan proyek jasa dan segi implementasi rutin bisnis apakah secara teknis dan teknologis rencana bisnis tersebut dapat dilaksanakan.

d. Manajemen

Bagian-bagian pokok suatu manajemen meliputi perencanaan, pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*), pengendalian (*controlling*), dan mengakhiri pembangunan proyek bisnis.

e. Sumber Daya Manusia

Membahas tentang perencanaan sumber daya manusia, analisis pekerjaan, rekrutmen, seleksi, orientasi, sampai dengan pemutusan hubungan kerja.

f. Keuangan

Menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan, dengan membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan, seperti halnya ketersediaan dana, biaya modal, kemampuan proyek untuk membayar kembali dana tersebut dalam waktu yang telah ditentukan, dan menilai apakah proyek akan dapat berkembang terus.

g. Politik, Ekonomi, dan Sosial

Memaparkan hubungan timbal balik antara lingkungan luar bisnis dan bisnis itu sendiri, untuk mengetahui seberapa jauh lingkungan luar memberikan peluang sekaligus ancaman atas rencana bisnis, dan untuk mengetahui apa saja yang dapat disumbangkan proyek bisnis bagi lingkungan luar jika bisnis telah direalisasikan.

h. Lingkungan Industri

Aspek lingkungan industri lebih mengarah pada aspek persaingan di mana bisnis berada. Hal-hal yang perlu diamati dalam aspek lingkungan industri antara lain :

1. Persaingan sesama perusahaan dalam industrinya
2. Ancaman masuk pendatang baru
3. Ancaman dari produk pengganti
4. Kekuatan tawar-menawar pembeli (*buyers*)
5. Kekuatan tawar-menawar pemasok (*suppliers*)
6. Pengaruh kekuatan *stakeholder* lainnya

i. Yuridis (Legal)

Aspek yuridis mengkaji mengenai bentuk jenis perusahaan, identitas pelaksana bisnis, bisnis apa yang akan dikerjakan, waktu pelaksanaan, dan tempat di mana proyek bisnis berlokasi.

j. Lingkungan Hidup

Analisis lingkungan hidup mengacu pada analisis AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan). Jika rencana bisnis harus dilengkapi dengan laporan wajib AMDAL, dan ternyata perusahaan tidak mampu

memenuhinya, maka rencana bisnis dikatakan tidak layak, demikian pula sebaliknya.

B. Perluasan Usaha (Ekspansi)

1. Pengertian Ekspansi

Pengertian ekspansi menurut Riyanto (1995:301) adalah sebagai perluasan modal, baik perluasan modal kerja saja, atau modal kerja dan modal tetap, yang digunakan secara tetap dan terus menerus dalam perusahaan.

2. Alasan Melakukan Ekspansi

Perusahaan memiliki suatu alasan atau motif dalam melakukan ekspansi guna perkembangan usahanya. Menurut Riyanto (1995:302) macam-macam motif perusahaan melakukan ekspansi antara lain :

- a. Motif ekonomi
yaitu apabila ekspansi suatu perusahaan didasarkan pada pertimbangan untuk memperbesar atau menstabilisir laba yang diperoleh. Hal ini terjadi karena semakin besarnya permintaan terhadap produk atau jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan.
- b. Motif psikologis
yaitu ekspansi yang didasarkan pada *personal ambition* dari pemilik atau pimpinan perusahaan untuk memperoleh *prestige* dan kekuasaan yang lebih besar.

3. Aspek-Aspek Ekonomi dari Ekspansi

Ekspansi yang dilakukan oleh perusahaan akan dapat memberikan keuntungan-keuntungan secara ekonomis. Menurut Riyanto (1995:302-304) dengan dijalankannya ekspansi oleh suatu perusahaan dapat memperbesar kemungkinan untuk dapat memperoleh keuntungan-keuntungan sebagai berikut :

1. Adanya produksi yang ekonomis
2. Pembelian dan penjualan yang ekonomis
3. Manajemen yang ekonomis
4. Pembelanjaan yang ekonomis

Di samping keuntungan-keuntungan tersebut di atas dengan makin besarnya perusahaan, maka makin kuat pula kedudukannya dalam pasar uang atau pasar modal sehingga pasar bagi *securities*-nya adalah lebih baik, dan kemungkinan untuk mendapat modal dengan biaya yang lebih rendah adalah lebih besar.

4. Bentuk-Bentuk Ekspansi

Menurut Riyanto (1995:304) bentuk-bentuk ekspansi dibedakan menjadi dua yaitu :

a. *Business Expansion* atau ekspansi yang berangsur-angsur

Ekspansi ini dilakukan tanpa mengakibatkan perubahan struktur modal, karena perusahaan tidak perlu menambah modal jangka panjang. Perusahaan hanya menambah modal kerja dengan menggunakan kapasitas produksi yang tersedia tanpa menambah alat produksi tahan lama. Pada bentuk ekspansi ini yang bertambah hanyalah biaya variabelnya, sedangkan biaya tetapnya adalah relatif tetap tidak berubah. Disebut ekspansi yang berangsur-angsur karena kebutuhan modal pada ekspansi ini semakin bertambah.

b. *Financial Expansion* atau ekspansi yang melonjak.

Ekspansi ini mengakibatkan perubahan struktur modal, karena ekspansi dilakukan dengan membeli alat produksi tahan lama, memodernisasi alat-alat produksi tahan lama, mendirikan pabrik baru, mengambil alih perusahaan lain, penggabungan dengan perusahaan lain dan lain-lain. Pada bentuk ekspansi ini biaya variabel maupun biaya tetapnya bertambah besar. Disebut ekspansi yang melonjak karena kebutuhan modalnya melonjak.

5. Sumber-Sumber Pembelanjaan Ekspansi

Sumber-sumber pembelanjaan ekspansi menurut Riyanto (1995:306-311) :

1. Ekspansi yang berangsur-angsur (*Business Expansion*)

a. Sumber intern

Sumber pembelanjaan ekspansi intern berasal dari dalam perusahaan atau *internal financing*, yang meliputi :

- 1) Cadangan untuk ekspansi
- 2) Laba
- 3) Akumulasi penyusutan
- b. Sumber ekstern,
Sumber pembelanjaan ekspansi ekstern merupakan dana yang berasal dari luar perusahaan, yaitu :
 - 1) Kredit dari penjual (*leveranciers credit*)
 - 2) Kredit dari Bank
2. Ekspansi yang melonjak (*Financial Expansion*)
 - a. Sumber intern
 - 1) Cadangan ekspansi
 - 2) Laba
 - 3) Akumulasi penyusutan aktiva tetap
 - b. Sumber ekstern
 - 1) Kredit dari penjual
 - 2) Kredit jangka menengah dari *supplier* atau *manufacturer*
 - 3) *Leasing*
 - 4) Kredit dari Bank
 - 5) Mendapatkan modal dari pasar modal

C. Konsep-Konsep Jasa

1. Pengertian Jasa

Produk memiliki beberapa klasifikasi. Salah satu klasifikasi yang dapat digunakan yaitu produk dapat diklasifikasikan sebagai barang yang tahan lama (*durable goods*), barang tidak tahan lama (*non-durable goods*), dan jasa (*service*). Pembelian suatu barang seringkali melibatkan adanya jasa, demikian sebaliknya pembelian jasa umumnya dilengkapi dengan adanya suatu barang. Oleh sebab itu, sering kali terjadi kesulitan untuk membedakan antara barang dan jasa.

Pengertian jasa menurut Kotler dalam pernyataan Umar (2003:2) adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak

berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

2. Komponen Utama Manajemen Jasa

Menurut Lovelock dalam pernyataan Umar (2003:4) komponen-komponen yang berhubungan dengan manajemen jasa agar dapat berfungsi secara terintegrasi yaitu :

- a. Elemen-elemen produk
Dalam hal ini adalah semua komponen kinerja jasa yang menciptakan nilai bagi konsumen.
- b. Tempat, *cyberspace*, dan waktu
Keputusan-keputusan manajemen perihal kapan, di mana, dan bagaimana menjual jasa-jasa pada konsumennya.
- c. Proses
Berupa metode dalam pengoperasian jasa atau tahapan kinerja, yang secara tipikal merupakan langkah-langkah yang berperan dan dibutuhkan.
- d. Produktivitas
Bagaimana masukan jasa secara efisien ditransformasikan menjadi *output* yang menambah nilai bagi konsumen .
- e. Kualitas
Merupakan suatu tingkat di mana jasa telah dapat memuaskan konsumen atas dasar kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan harapan-harapannya (*expectations*).
- f. Orang
Yaitu para konsumen dan penyedia jasa yang berperan dalam proses produksi jasa.
- g. Promosi dan edukasi
Semua aktivitas komunikasi dan insentif yang didesain untuk membangun preferensi konsumen atas jasa yang spesifik.
- h. Bukti fisik
Sesuatu yang dapat divisualisasikan atau hal-hal lain yang tampak (*tangible*) yang dapat dijadikan sebagai bukti atas kualitas jasa.
- i. Harga dan pengeluaran (*outlays*) lainnya.
Pengeluaran seperti dalam bentuk uang, waktu, dan tenaga yang mendatangkan suatu transaksi pembelian jasa.

D. Aspek Pasar

Adanya pergeseran konsep pemasaran dari *selling concept*, yang lebih memfokuskan pada persaingan untuk memperebutkan konsumen dari perusahaan produk sejenis berdasar jumlah penjualan, menjadi *integrated marketing concept* yang memberi kebebasan pembeli potensial untuk

melakukan pilihan terhadap produk yang diperlukan sehingga pembeli mencapai kepuasan dan loyal pada produk perusahaan, menyebabkan persaingan antar perusahaan yang semakin banyak bermunculan menjadi semakin tajam. Keadaan yang demikian ini menyebabkan aspek pasar menempati kedudukan utama dalam pertimbangan investor.

Husnan dan Muhammad (2000:30) menyatakan bahwa peranan analisa aspek pasar dalam pendirian maupun perluasan usaha pada studi kelayakan proyek merupakan variabel pertama dan utama untuk mendapat perhatian, sehingga dapat disimpulkan bahwa aspek pasar merupakan aspek yang utama dalam proses studi kelayakan.

1. Pengertian Pasar

Kasmir dan Jakfar (2006:70) menyatakan pasar sebagai kumpulan atau himpunan dari para pembeli, baik pembeli nyata maupun pembeli potensial atas suatu produk atau jasa tertentu. Pada halaman yang sama pula dinyatakan bahwa pasar juga mengandung arti adanya kekuatan permintaan dan penawaran terhadap suatu produk.

Pasar nyata adalah himpunan konsumen yang mempunyai minat atau keinginan yang didukung oleh pendapatan dan akses pada suatu produk atau jasa tertentu, sehingga biasanya konsumen pasti melakukan transaksi. Sedangkan pasar potensial merupakan himpunan konsumen yang memiliki minat atau keinginan tanpa didukung oleh kemampuan maupun akses untuk membeli, namun memiliki peluang untuk membeli di masa akan datang, apabila memiliki pendapatan dan akses.

2. Permintaan dan Penawaran

Kasmir dan Jakfar (2006:71) mendefinisikan bahwa permintaan adalah keinginan yang didukung oleh daya beli dan akses untuk membeli, dimana permintaan juga dapat diartikan jumlah barang dan jasa yang diminta konsumen pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu.

Menurut Umar (2003:13) permintaan yang didukung oleh kekuatan tenaga beli disebut permintaan efektif, sedangkan permintaan yang didasarkan pada kebutuhan saja disebut permintaan potensial.

Konsep permintaan dalam pasar dibagi ke dalam dua bagian, yaitu :

a) Permintaan Konsumen

Permintaan konsumen (secara perseorangan) terhadap jasa akan menentukan macam serta jumlah jasa yang harus dihasilkan berapa biaya yang diperlukan serta berapa harga jasa tersebut. Permintaan konsumen perseorangan tidak mampu mempengaruhi harga.

b) Permintaan Pasar

Permintaan pasar terbentuk berdasar permintaan konsumen perseorangan yang bergabung bersama-sama.

Secara umum Kasmir dan Jakfar (2006:71) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang atau jasa adalah :

- 1) Harga barang itu sendiri
- 2) Harga barang lain yang memiliki hubungan (barang pengganti atau barang pelengkap)
- 3) Pendapatan
- 4) Selera
- 5) Jumlah penduduk
- 6) dan faktor khusus (akses)

Kasmir dan Jakfar (2006:71-72) menyatakan bahwa penawaran adalah jumlah barang atau jasa yang ditawarkan produsen pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu. Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran suatu barang atau jasa adalah :

- 1) Harga barang itu sendiri
- 2) Harga barang lain yang memiliki hubungan (barang pengganti atau barang pelengkap)
- 3) Teknologi
- 4) Harga input (ongkos produksi)
- 5) Tujuan perusahaan
- 6) Faktor khusus (akses)

Berdasarkan asumsi *ceteris paribus* hukum permintaan mengatakan bahwa bila harga suatu satuan barang atau jasa meningkat, maka kuantitas jasa yang diminta akan berkurang, demikian sebaliknya. Sedangkan pada fungsi penawaran dinyatakan bahwa bila harga suatu barang atau jasa meningkat, maka produsen akan berusaha meningkatkan jumlah satuan jasa yang dijualnya.

3. Pengukuran dan Peramalan Permintaan

Setelah perusahaan menemukan pasar, maka perusahaan perlu melakukan estimasi seberapa besar pangsa pasarnya, baik untuk masa sekarang maupun masa yang akan datang. Pengukuran dan peramalan permintaan merupakan pokok bahasan pertama yang dilakukan dari keseluruhan analisa aspek pasar. Hal ini dilakukan untuk keperluan melihat peluang pemasaran yang tersedia dan menentukan sebagian daripadanya yang akan menjadi peluang pemasaran untuk proyek yang diusulkan.

Menurut Husnan dan Muhammad (2000:40) pengukuran permintaan adalah usaha untuk mengetahui permintaan atas suatu produk atau sekelompok produk di masa lalu dan masa sekarang dalam kendala satu set kondisi tertentu. Sedangkan peramalan permintaan merupakan usaha untuk mengetahui jumlah produk atau sekelompok produk di masa yang akan datang dalam kendala satu set kondisi tertentu. Hal yang perlu diingat adalah bahwa kegiatan melakukan peramalan permintaan tidaklah dapat diartikan sebagai kegiatan yang bertujuan untuk mengukur permintaan di masa akan datang secara pasti, melainkan sekedar usaha untuk mengurangi kemungkinan terjadinya hal yang berlawanan antara keadaan yang sungguh-sungguh terjadi di hari kemudian dengan apa yang menjadi hasil peramalan.

4. Jenis-Jenis Metode Peramalan

a. Metode *Time Series*

Metode ini merupakan hubungan antara variabel yang dicari (*dependent*) dengan variabel yang mempengaruhi (*independent*), yang dikaitkan dengan waktu. Jika keadaan di masa yang akan datang cukup stabil, penggunaan metode ini dapat memberikan hasil peramalan yang cukup akurat. Metode ini semata-mata mendasarkan diri pada data dan keadaan masa lampau, tanpa melihat hubungan sebab akibat.

Metode peramalan *Time Series* terdiri atas :

1) Metode Trend Linear

Metode ini digunakan jika scatter diagram dari data masa lalu yang tersedia cenderung merupakan garis lurus. Fungsi persamaan dari metode ini adalah :

$$Y = a + bX$$

Koefisien **a** dan **b** dapat diperoleh dengan :

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$\text{jika } \sum X = 0$$

(Husnan dan Muhammad, 2000:49)

2) Metode Trend Kuadratik

Metode ini digunakan jika scatter diagram dari data masa lalu yang tersedia cenderung berbentuk parabola.

Fungsi persamaan dari metode ini adalah :

$$Y = a + bX + cX^2$$

Koefisien a, b, dan c diperoleh dengan :

$$a = \frac{(\sum Y - c \sum X^2)}{n}$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$c = \frac{\{n \sum X^2 Y - (\sum X^2)(\sum Y)\}}{\{n \sum X^4 - (\sum X^2)^2\}}$$

$$\text{jika } \sum X = 0$$

(Husnan dan Muhammad, 2000:50)

3) Metode Trend Simple Exponential

Metode ini digunakan jika data yang tersedia cenderung naik turun dengan perbedaan yang tidak terlalu banyak, tetapi secara keseluruhan cenderung naik.

Fungsi persamaan dari metode ini adalah :

$$Y^1 = ab^x$$

Yang dapat diubah dalam fungsi logaritma :

$$\log Y^1 = \log a + (\log b)X$$

Jika $\sum X = 0$, maka koefisien a dan b dapat dicari dengan :

$$\log a = \frac{(\sum \log Y)}{n}$$

$$\log b = \frac{(\sum X(\log Y))}{\sum X^2}$$

(Husnan dan Muhammad, 2000:52-53)

Keterangan :

Y = Variabel permintaan

n = Jumlah data

X = Variabel tahun

b. Metode Regresi Korelasi

Metode peramalan ini didasarkan pada hubungan sebab akibat, hubungan antara variabel yang diperkirakan dengan variabel lain yang mempengaruhinya tetapi bukan waktu. Hubungan sebab akibat tersebut nampak dalam fungsi persamaan regresi. Sedangkan korelasi merupakan alat pembantu yang berguna untuk mengetahui sejauh mana intensitas hubungan yang terjadi antara variabel-variabel tersebut. Metode ini digunakan untuk peramalan jangka panjang maupun jangka pendek, yang biasanya digunakan untuk peramalan permintaan atau penjualan. (Husnan dan Muhammad, 2000:55; Kasmir dan Jakfar, 2006:86-87)

Metode regresi korelasi terdiri atas :

1) Regresi Linear Sederhana

Pada hubungan ini hanya satu variabel yang dianggap berpengaruh atas terjadinya variabel yang lain dan fungsi persamaan linearnya adalah :

$$Y = a + b X$$

dimana :

X = variabel bebas (*independent*)

Y = variabel terikat (*dependent*)

a, b = koefisien regresi

Dengan menggunakan metode *least squared* nilai koefisien a dan b dapat diperoleh dengan :

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b \frac{\sum X}{n}$$

(Husnan dan Muhammad, 2000:55)

2) Regresi Linear Berganda

Pada analisa regresi linear berganda variasi pada variabel terikat dijelaskan oleh lebih dari satu variabel bebas, mungkin dua, tiga dan mungkin lebih, namun masih menunjukkan diagram hubungan linear. Penambahan variasi variabel bebas ini diharapkan dapat lebih menjelaskan karakteristik hubungan yang ada, walaupun masih saja ada variabel bebas yang terabaikan.

Persamaan dari analisa regresi berganda ini adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

Dan nilai koefisien a, b_1, b_2 , dan seterusnya dapat dicari dengan metode *least squared* adalah :

$$na + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2 + \dots + b_k \sum X_k = \sum Y$$

$$a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1X_2 + \dots + b_k \sum X_1X_k = \sum X_1Y$$

$$a \sum X_2 + b_1 \sum X_2X_1 + b_2 \sum X_2^2 + \dots + b_k \sum X_2X_k = \sum X_2Y$$

$$\dots \dots \dots$$

$$a \sum X_k + b_1 \sum X_kX_1 + b_2 \sum X_kX_2 + \dots + b_k^2 = \sum X_kY$$

(Husnan dan Muhammad, 2000:60-61)

3) Transformasi Logaritma

Bentuk transformasi logaritma digunakan pada hubungan tidak linear yang tidak dapat diselesaikan dan tidak dapat ditransformasi menggunakan analisa regresi linear, yang dapat ditransformasikan ke

Fungsi persamaan-nya adalah :

$$Z = AB^x$$

Persamaan tersebut ditransformasikan ke dalam persamaan linear dengan cara :

$$Z = AB^x$$

$$\log Z = \log A + X \log B$$

Jika :

$$\log Z = y$$

$$\log A = a$$

$$\log B = b$$

maka persamaannya menjadi

$$Y = a + bX$$

5. Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Pengertian *Marketing Mix* mencakup sejumlah variabel pemasaran yang terkontrol oleh perusahaan dan digunakan perusahaan untuk mencapai target pasar yang telah ditetapkan dan memberikan kepuasan pada konsumen (Husnan dan Muhammad, 2000:89).

Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari empat elemen yang dikenal dengan 4P (*product, price, place, promotion*) yaitu :

a. Strategi Produk (*Product*)

Menurut Kasmir dan Jakfar (2006:107) strategi produk yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan suatu produk adalah sebagai berikut :

- 1) Penentuan Logo dan Motto
- 2) Menciptakan Merek
- 3) Menciptakan Kemasan
- 4) Keputusan Label

b. Strategi Harga (*Price*)

Kasmir dan Jakfar (2006:108) mengungkapkan harga sebagai salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*, sehingga penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku atau tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan, karena salah dalam menentukan harga akan dapat berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar.

c. Strategi Lokasi (*Place*)

Kegiatan pemasaran yang ketiga adalah penentuan lokasi dan distribusi baik untuk kantor cabang, kantor pusat, pabrik ataupun gudang. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi adalah dengan pertimbangan sebagai berikut :

- 1) Dekat dengan kawasan industri
 - 2) Dekat dengan lokasi perkantoran
 - 3) Dekat dengan lokasi pasar
 - 4) Dekat dengan pusat pemerintahan
 - 5) Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat
 - 6) Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi
 - 7) Sarana dan prasarana (jalan, pelabuhan, listrik, dll)
- (Kasmir dan Jakfar, 2006:112)

d. Strategi Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang digunakan untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Sarana-sarana promosi yang dapat digunakan antara lain :

1. Periklanan (*advertising*)
2. Promosi penjualan (*sales promotion*)
3. Publisitas (*publicity*)
4. Penjualan pribadi (*personal selling*)

(Kasmir dan Jakfar, 2006:116)

Bauran pemasaran untuk produk jasa adalah lebih luas daripada bauran produk barang. Bauran produk barang umumnya terdiri dari empat elemen yaitu elemen *price, promotion, place, dan product*. Namun untuk produk jasa, baurannya dapat diperluas lagi dengan menambah tiga elemen, yaitu :

a. Orang (*People*)

Yang dimaksud dengan orang di sini adalah semua partisipan yang memainkan sebagian jasa (staff perusahaan, konsumen dan konsumen lain dalam lingkungan jasa tersebut). Peran mereka selama proses dan konsumsi jasa berlangsung dalam waktu riil jasa mempengaruhi persepsi pembeli.

b. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik merupakan suatu lingkungan fisik, dimana jasa disampaikan dan di mana perusahaan dan konsumennya berinteraksi, dan setiap komponen *tangible* memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa tersebut.

c. Proses Jasa (*Process*)

Proses ini mencerminkan bagaimana semua elemen bauran pemasaran jasa dikoordinasikan untuk menjamin kualitas dan konsistensi jasa yang diberikan kepada konsumen.

(Umar, 2003:29)

E. Aspek Keuangan

1. Pengertian Aspek Keuangan

Aspek keuangan menurut Kasmir dan Jakfar (2006:12) adalah untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh pendapatan serta besarnya biaya yang dikeluarkan. Penelitian dalam aspek ini dilakukan untuk menilai biaya-biaya apa saja yang akan dihitung dan seberapa besar biaya-biaya yang akan dikeluarkan. Kemudian juga meneliti seberapa besar pendapatan yang akan diterima jika proyek jadi dijalankan. Penelitian ini meliputi seberapa lama investasi yang ditanamkan akan kembali. Kemudian dari mana saja sumber pembiayaan bisnis tersebut dan bagaimana tingkat suku bunga yang berlaku, sehingga jika dihitung dengan formula penilaian investasi akan sangat menguntungkan.

Kasmir dan Jakfar (2006:137) juga menyatakan bahwa aspek keuangan merupakan aspek yang digunakan untuk menilai keuangan perusahaan secara keseluruhan dan merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk diteliti kelayakannya. Khusus bagi perusahaan yang sudah ada sebelumnya dan hendak melakukan ekspansi atau perluasan usaha, penilaian dapat pula dilakukan dari laporan keuangan yang dimilikinya. Laporan keuangan yang dinilai adalah neraca dan laporan laba rugi untuk beberapa periode.

Analisis aspek keuangan dari suatu studi kelayakan bisnis jasa adalah untuk menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan, dengan membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan, seperti halnya ketersediaan dana, biaya modal, kemampuan proyek untuk membayar kembali dana tersebut dalam waktu yang telah ditentukan, dan menilai apakah proyeknakan dapat berkembang terus (Umar, 2003:75).

Analisis finansial adalah kegiatan melakukan penilaian dan penentuan satuan rupiah terhadap aspek-aspek yang dianggap layak dari keputusan yang dibuat dalam tahapan analisis usaha (Sofyan, 2003:105).

2. Kebutuhan Dana dan Sumbernya

Menurut Sutojo (2002:97) jumlah dana yang diperlukan untuk membangun dan mengoperasikan proyek, dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu :

- a. Dana yang dibutuhkan untuk membiayai pengadaan barang modal atau modal tetap (*fixed investment*)
- b. Dana yang dibutuhkan untuk membiayai kebutuhan modal kerja awal neto (*net initial working capital*)

(Sutojo, 2002:105-108)

Sedangkan pembangunan dan pengoperasian proyek dapat dibiayai dengan dua sumber pembiayaan utama, yaitu :

- a. Dana sendiri (*equity investment*)
Yaitu dana yang dikumpulkan dari para pemrakarsa proyek dan investor lain yang diundang untuk ikut membiayai proyek, dalam bentuk saham
- b. Pinjaman dari pihak ketiga (*project financing*)
Tidak hanya terbatas pada kredit jangka menengah atau panjang bank umum, melainkan juga dalam bentuk lain seperti *leasing* barang modal dan kredit ekspor barang modal (*capital goods credit export*). Di samping itu di pasar modal nasional dan internasional juga terdapat pinjaman jangka menengah dan panjang dalam bentuk obligasi (*bonds*)

(Sutojo, 2002:105-108)

3. Biaya Modal (*Cost of Capital*)

Suatu proyek dapat melakukan pembelanjaan dari beberapa sumber dana. Dengan menghitung biaya modal atas masing-masing sumber dana tersebut, maka akan didapat biaya modal keseluruhan yang digunakan sebagai tingkat keuntungan yang layak untuk proyek tersebut atau disebut sebagai *cut off rate* (Husnan dan Muhammad, 2000:240).

Sumber dari mana dana yang akan ditanamkan itu diperoleh akan menentukan besarnya biaya modal (*cost of capital*) dan biaya modal tersebut yang akan menentukan berapa kembalian atau *return* yang diharapkan atas rencana investasi. Apabila dalam sumber dana yang didapat untuk membiayai suatu rencana investasi berasal dari satu sumber,

maka biaya modalnya yaitu sesuai dengan sumber dana tersebut pada saat tertentu (*specific cost of capital*). Namun apabila dibiayai dari berbagai sumber maka biaya modalnya merupakan rata-rata tertimbang dari berbagai biaya modal khusus pada saat itu (*weighted average cost of capital*). Dalam menghitung WACC (*weighted average cost of capital*), semua biaya dihitung berdasarkan basis sesudah pajak (Munawir, 2002:524; Weston dan Copeland, 1997:67).

Biaya modal pinjaman atau biaya hutang (*cost of debt*) merupakan biaya yang ditanggung atas sumber dana yang berasal dari pinjaman. Karena perhitungan biaya modal ini digunakan sebagai *cut off rate* penilaian investasi, sedangkan aliran kas usulan investasi didasarkan atas perhitungan setelah pajak, maka biaya modal dihitung berdasarkan perhitungan setelah pajak.

$$K_i = K_d (1 - T)$$

dimana : K_i = Biaya modal pinjaman setelah pajak

K_d = Tingkat bunga / tingkat keuntungan yang diharapkan

T = tingkat pajak

Sedangkan untuk biaya modal sendiri dapat dihitung dengan menggunakan ROE (*Return on Equity*) atau rentabilitas modal sendiri yang merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri atau modal yang diinvestasikan pada perusahaan.

$$ROE = \frac{EAT}{\text{Stockholder's Equity}}$$

dimana : EAT = Laba bersih setelah pajak

Stockholder's Equity = modal

(Syamsuddin, 2000:65)

4. Konsep Nilai Sekarang (*Present Value*)

Present value menunjukkan berapa nilai uang pada saat ini untuk nilai tertentu di masa yang akan datang (Husnan dan Muhammad, 2000:200).

Sebagai peralatan manajemen keuangan yang digunakan untuk perhitungan kelayakan usaha, teori *capital budgeting* yang membahas produktivitas penggunaan dana perusahaan untuk meningkatkan kekayaan pemiliknya berhadapan dengan konsep nilai waktu dari uang (*time value of money*).

Secara sistematis hubungan antara nilai sekarang (*present value*) dan nilai masa yang akan datang (*future value*) dari uang sebesar V_0 dengan tingkat bunga sebesar $r\%$ per tahun, dinyatakan sebagai berikut :

Nilai uang pada akhir tahun n menjadi $V_n = V_0 (1+r)^n$;

Bila dihitung untuk sebaliknya, yaitu nilai sekarang dari uang yang akan diterima atau dikeluarkan pada masa mendatang, dinyatakan dalam :

Nilai sekarang uang pada akhir tahun ke n adalah $V_0 = V_n / (1+r)^n$;
(Zubir,2005:6-7).

5. Investasi

Investasi adalah pengaitan sumber-sumber dalam jangka panjang untuk menghasilkan laba di masa yang akan datang (Mulyadi,2001:284).

Jenis investasi menurut Mulyadi (2001:284-286) dibagi menjadi empat golongan berikut ini :

a) Investasi yang tidak menghasilkan laba (*non-profit investment*)

Non-profit investment atau investasi yang tidak menghasilkan laba ini timbul karena adanya peraturan pemerintah atau karena syarat-syarat kontrak yang telah disetujui, yang mewajibkan perusahaan untuk melakukannya tanpa mempertimbangkan laba atau rugi. Karena sifatnya merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan, maka investasi jenis ini tidak memerlukan pertimbangan ekonomis sebagai kriteria untuk mengukur perlu tidaknya pengeluaran tersebut

b) Investasi yang tidak dapat diukur labanya (*non-measurable profit investment*)

Non-measurable profit investment atau investasi yang tidak dapat diukur labanya ini dimaksudkan untuk menaikkan laba, namun laba

yang diharapkan akan diperoleh perusahaan dengan adanya investasi ini sulit untuk dihitung secara teliti. Biasanya yang dipakai sebagai pedoman dalam mempertimbangkan jenis investasi ini adalah persentase tertentu dari hasil penjualan (untuk biaya promosi produk), persentase tertentu dari laba bersih perusahaan (untuk biaya penelitian dan pengembangan), investasi yang sama yang dilakukan oleh perusahaan pesaing, dan jumlah uang kas yang tersedia. Dalam mempertimbangkan investasi jenis ini, pedoman persentase tertentu dari hasil penjualan seperti disebutkan di atas tidaklah merupakan kriteria yang memuaskan, dan biasanya manajemen puncak lebih banyak mendasarkan pada pertimbangannya (*judgment*) daripada atas dasar analisis data kuantitatif

c) Investasi dalam penggantian ekuipmen (*replacement investment*)

Replacement investment atau investasi dalam penggantian ekuipmen ini meliputi pengeluaran untuk penggantian mesin dan ekuipmen yang ada. Jika aktiva diferensial berupa investasi dalam penggantian aktiva tetap akan menghasilkan kembalian investasi (*Return on Investment*) yang dikehendaki, yang berupa perbandingan antara penghematan biaya dengan investasi yang akan dilakukan, maka penggantian mesin dan ekuipmen secara ekonomis menguntungkan. Meskipun penghematan biaya merupakan kriteria yang umum dipakai dalam jenis investasi ini, namun seringkali pendapatan diferensial juga perlu dipertimbangkan, yaitu jika kapasitas produksi ekuipmen yang baru melebihi kapasitas produksi mesin dan ekuipmen yang dimiliki sekarang dan pasar masih dapat menampung tambahan produk yang akan dijual.

d) Investasi dalam perluasan usaha (*expansion investment*)

Jenis investasi yang terkait dalam penelitian ini yaitu *expansion investment* atau investasi dalam perluasan usaha. Jenis investasi ini merupakan pengeluaran untuk menambah kapasitas produksi atau operasi menjadi lebih besar dari sebelumnya. Sedangkan kriteria yang perlu dipertimbangkan adalah taksiran laba masa yang akan datang (yang merupakan selisih pendapatan dengan biaya) dan kembalian

investasi (*Return on Investment*) yang akan diperoleh karena adanya investasi tersebut.

6. Aliran Kas (*Cash Flow*)

Menurut Soeharto (1999:119) laporan aliran kas memberikan gambaran mengenai jumlah dana yang tersedia setiap saat yang dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan operasional perusahaan, termasuk investasi, juga memuat jumlah pemasukan dan pengeluaran yang disusun dengan menelusuri dan mengkaji laporan rugi laba (*income statement*) dan lembaran neraca (*balance sheet*).

Cash flow merupakan arus kas atau aliran kas yang ada di perusahaan dalam suatu periode tertentu (Kasmir dan Jakfar, 2006:145).

Aliran kas (*cash flow*) terdiri atas aliran kas masuk (*cash inflow*) dan aliran kas keluar (*cash outflow*). *Cash inflow* menggambarkan jenis-jenis dan besarnya pemasukan perusahaan, yang berasal dari laba operasi setelah pajak ditambah biaya penyusutan, dan nilai sisa harta tetap, serta modal kerja bersih pada akhir periode proyeksi. Sedangkan *cash outflow* menggambarkan jenis-jenis dan besar pengeluaran yang dilakukan perusahaan atas suatu usaha atau proyek, yaitu untuk pembelian atau pembangunan barang modal (harta tetap) dan penambahan modal kerja (*incremental working capital*). Selisih antara *cash inflow* dan *cash outflow* disebut *net cash flow* atau aliran kas bersih.

(Zubir, 2006:7-10; Kasmir dan Jakfar, 2006:145)

Untuk mengurangi resiko kesalahan dalam mengestimasi suatu aliran kas (*cash flow*) maka perlu pemisahan aliran kas terhadap proyek baru dengan kegiatan perusahaan yang sudah ada. Jenis-jenis aliran kas (*cash flow*) yang berhubungan dengan suatu proyek dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu :

a. Aliran Kas Permulaan (*Initial Cash Flow*)

Berhubungan dengan pengeluaran-pengeluaran awal periode investasi yang bisa jadi untuk proyek-proyek besar terjadi beberapa awal periode selanjutnya (periode tahun ke-1, tahun ke-2, dan seterusnya). Yang termasuk dalam *initial cash flow* ini yaitu biaya pra-investasi yang mencakup pembelian tanah, gedung, mesin, peralatan, dan penyediaan modal kerja.

b. Aliran Kas Operasional (*Operational Cash Flow*)

Merupakan kas yang diterima atau dikeluarkan pada saat proyek sudah beroperasi. *Operational cash flow* diestimasi sesuai estimasi rugi laba yang disusun dalam suatu periode.

c. Aliran Kas Terminal (*Terminal Cash Flow*)

Merupakan uang kas, umumnya terdiri dari aliran kas nilai sisa (residu) investasi tersebut dan pengembalian modal kerja, yang diterima saat proyek atau usaha yang telah dijalankan berakhir.

Aliran-aliran kas tersebut harus dinyatakan dengan dasar setelah pajak.

(Husnan dan Muhammad, 2000:185-190; Kasmir dan Jakfar, 2003:146-147)

Rumus aliran kas masuk apabila investasi dilakukan dengan 100% modal sendiri (tanpa modal pinjaman) :

$$\text{Aliran kas masuk bersih} = \text{EAT} + \text{Penyusutan}$$

(Kasmir dan Jakfar, 2003:148)

Sedangkan rumus aliran kas masuk jika menggunakan modal pinjaman adalah :

Aliran kas masuk bersih = EAT + penyusutan + bunga (1-pajak)

(Kasmir dan Jakfar, 2003:149)

Pada perusahaan yang sudah berjalan ingin mengadakan proyek baru atau melakukan suatu perluasan usaha, maka perlu dikaji dengan teliti penggunaan sumber daya tambahan (*incremental*), manfaat yang akan diperoleh maupun akibat dari penggunaan sumber daya tersebut terhadap perusahaan secara keseluruhan.

Aliran kas *incremental* menurut Soeharto (1999:121) adalah aliran kas yang tidak akan terwujud bila proyek tidak ada.

Rumus :

$$\text{inkr. CFAT} = (\text{inkr. R} - \text{inkr. C} - \text{inkr. D}) (1-T) + \text{inkr. D}$$

dimana :

inkr. CFAT : aliran kas inkremental setelah pajak

inkr. R : Revenue / pendapatan kotor

inkr. C : Biaya barang terjual (CGS)

inkr. D : depresiasi

T : tax

Aliran kas yang dimasukkan sebagai *incremental cash flow*, yaitu pelaku kajian harus memperhitungkan adanya tambahan aliran kas sebagai akibat adanya usaha, dan perlu dicatat bahwa dalam perhitungan *incremental cash flow* biaya-biaya tetap tidak dimasukkan ke dalam perhitungan (Sofyan, 2003:151).

Penentuan jumlah peningkatan (*incremental*) *cash inflow* sangat penting dalam menilai atau menganalisa rencana proyek khususnya untuk proyek perluasan usaha atau ekspansi untuk mengetahui berapa kelebihan atau kekurangan kas yang akan dihasilkan apabila proyek yang direncanakan tersebut benar-benar dilaksanakan.

7. Depresiasi

a. Pengertian Depresiasi

Depresiasi adalah sebagian dari harga perolehan aktiva tetap yang secara sistematis dialokasikan menjadi biaya setiap periode akuntansi (Baridwan, 2000:307).

Depresiasi atau dengan kata lain dikenal juga sebagai penghapusan adalah salah satu komponen biaya tetap yang timbul karena digunakannya aktiva tetap, di mana biaya ini dapat dikurangkan dari *revenue* atau penghasilan (Syamsuddin, 2000:24).

Berdasarkan pernyataan para ahli di atas penulis mendefinisikan bahwa depresiasi merupakan pengurangan nilai atau harga yang menjadi biaya tetap akibat penggunaan aktiva tetap setiap periodenya.

b. Sebab-Sebab Depresiasi

Faktor-faktor yang menyebabkan depresiasi dikelompokkan menjadi dua, yakni :

1. Faktor-faktor fisik

Faktor-faktor fisik yang mengurangi fungsi aktiva tetap adalah aus karena dipakai (*wear and tear*), aus karena umur (*deterioration and decay*) dan kerusakan-kerusakan.

2. Faktor-faktor fungsional

Faktor-faktor fungsional yang membatasi umur aktiva tetap antara lain, ketidakmampuan aktiva untuk memenuhi kebutuhan produksi sehingga perlu diganti dan karena adanya perubahan permintaan terhadap barang atau jasa yang dihasilkan, atau karena adanya kemajuan teknologi sehingga aktiva tersebut tidak ekonomis lagi jika dipakai.

(Baridwan, 2000:308)

3. Faktor-faktor Penentuan Biaya Depresiasi

Ada tiga faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan beban depresiasi setiap periode. Faktor-faktor itu ialah :

1. Harga perolehan (*cost*)

Yaitu uang yang dikeluarkan atau utang yang timbul dan biaya-biaya lain yang terjadi dalam memperoleh suatu aktiva dan menempatkannya agar dapat digunakan.

2. Nilai sisa (*residu*)

Nilai sisa suatu aktiva yang didepresiasi adalah jumlah yang diterima bila aktiva itu dijual, ditukarkan atau cara-cara lain ketika aktiva tersebut sudah tidak dapat digunakan lagi, dikurangi dengan biaya-biaya yang terjadi pada saat menjual atau menukarkannya.

3. Taksiran umur kegunaan

Taksiran umur kegunaan suatu aktiva dipengaruhi oleh cara-cara pemeliharaan dan kebijaksanaan-kebijaksanaan yang dianut dalam reparasi. Taksiran umur ini bisa dinyatakan dalam satuan periode waktu, satuan hasil produksi atau satuan jam kerjanya. Dalam menaksir umur aktiva, harus dipertimbangkan sebab-sebab keausan fisik dan fungsional.

(Baridwan, 2000:309)

4. Metode Perhitungan Depresiasi

Ada beberapa metode depresiasi yang dapat dijadikan dasar perhitungan besarnya depresiasi menurut Syamsuddin (2000:26-27), yaitu :

1. *The Stright Line Method* (Metode Garis Lurus)

Jumlah depresiasi dengan menggunakan *The Stright line method* ini dapat dihitung dengan jalan membagi *depreciable value* (jumlah investasi dikurangi nilai residu) dari suatu aktiva dengan umur ekonomisnya, sehingga dengan menggunakan metode ini jumlah depresiasi setiap tahunnya adalah sama.

2. *The Double Declining Balamce Method*

Tingkat depresiasi yang digunakan dalam metode ini adalah sama dengan tingkat yang digunakan dalam *The Stright line method* dikalikan dengan dua. Di samping itu dengan menggunakan metode ini maka jumlah yang digunakan sebagai dasar perhitungan depresiasi adalah keseluruhan nilai investasi, jadi bukan nilai investasi dikurangi dengan nilai residu seperti halnya dalam metode stright line, dan biasanya jumlah depresiasi pada tahun terakhir akan sama dengan nilai buku pada awal tahun terakhir dikurangi dengan jumlah nilai residu.

3. *The Sum Of The Years Digits Method*

Dengan menggunakan metode ini maka keseluruhan bilangan umur dari suatu aktiva harus dijumlah. Jika “n” adalah umur ekonomis dari suatu aktiva, dan “S” adalah jumlah keseluruhan bilangan umur teknis dari aktiva tersebut maka jumlah depresiasi pada tahun pertama adalah n/S , pada tahun kedua $(n-1)/S$ dan seterusnya, dikalikan dengan *depreciable value*, yang dalam hal ini sama dengan metode *straight line*, yaitu jumlah investasi dikurangi jumlah nilai residu. Dapat dinyatakan dalam rumus :

$$S = \frac{n(n+1)}{2}$$

8. Kriteria Penilaian Investasi

Penilaian kelayakan suatu usaha atau proyek ditinjau dari aspek keuangan diukur berdasarkan atas beberapa kriteria. Kriteria yang

digunakan perusahaan tergantung kebutuhan dan metode-metode yang digunakan. Ada beberapa metode yang dinyatakan oleh beberapa ahli dengan kelebihan dan kelemahan masing-masing. Perusahaan dapat menggunakan beberapa metode sekaligus dalam penilaian suatu usaha atau proyek. Hal ini dapat membantu perusahaan untuk memperoleh gambaran atau hasil yang lebih lengkap. Dengan semakin banyak metode yang digunakan, maka akan didapat hasil yang semakin sempurna.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli didapat beberapa metode dalam penilaian investasi atau kelayakan usaha atau proyek ditinjau dari aspek keuangan. Metode-metode yang dapat digunakan antara lain :

a. Metode *Net Present Value (NPV)*

Net present value yaitu selisih antara *present value* dari investasi dan nilai sekarang dari penerimaan-penerimaan bersih (arus kas operasional maupun arus kas terminal) dimasa yang akan datang. Untuk menghitung nilai sekarang perlu ditentukan tingkat bunga yang relevan (Umar, 2003:85).

Net present value merupakan selisih antara *cash inflow* yang didiskonto pada tingkat bunga minimum atau *cost of capital* perusahaan, dikurangi dengan nilai investasi (Syamsuddin, 2000:448). Pengukuran *present value cash inflow (PVIF)* atau aliran kas yang didasarkan pada nilai sekarang dapat menjadi perbandingan yang lebih tepat atas proyek atau usaha yang diteliti. Jika pola aliran kas (*cash flow*) yang dipakai pada suatu proyek atau usaha menggunakan pola kas konvensional (*cash outflow* diikuti serangkaian *cash inflow*), maka nilai sekarang dari investasi (*present value initial investment*) adalah sebesar modal yang ditanamkan karena jumlah investasi tersebut sudah menggambarkan nilai sekarang dari modal yang diinvestasikan. Sebaliknya, jika pola aliran kas yang dipakai menggunakan pola *non-konvensional*, maka terlebih dahulu harus dihitung *present value* dari keseluruhan modal yang telah diinvestasikan, kemudian baru dikurangkan dari nilai sekarang (*present value*) atas keseluruhan aliran kas masuk (*cash inflow*).

Perhitungan *net present value* (NPV) dapat dihitung berdasarkan perbandingan biaya (biaya tunai) yang dikeluarkan dengan menggunakan dua pendekatan. Menurut Syamsuddin (2000:450) pendekatan yang bisa dilakukan sehubungan penentuan penggantian aktiva tetap, yaitu :

- a) *Total project approach*
- b) *Incremental project approach*

Metode mana pun yang digunakan untuk mengevaluasi proyek tersebut akan memberikan hasil yang sama.

Apabila nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih di masa yang akan datang lebih besar daripada nilai sekarang investasi, maka proyek dikatakan menguntungkan sehingga diterima. Sedangkan apabila lebih kecil (NPV negatif), proyek ditolak karena dinilai tidak menguntungkan (Husnan dan Muhammad, 2000:210).

b. Metode *Payback Period* (PP)

Dalam *payback method*, faktor yang menentukan penerimaan atau penolakan suatu usulan investasi adalah jangka waktu yang diperlukan untuk menutup kembali investasi. *Payback period* bukan merupakan pengukur kemampuan menghasilkan laba (*profitability*), suatu investasi, tetapi mengukur jangka waktu pengembalian investasi. (Mulyadi, 2001:293)

Untuk menghitung jangka waktu pengembalian investasi, rumus perhitungan *payback* (dalam tahun) yang dapat digunakan, dibagi menjadi dua kelompok :

- 1) Rumus perhitungan *payback period* yang belum memperhitungkan unsur pajak penghasilan

Apabila pajak penghasilan belum diperhitungkan dalam penentuan *payback period*, dalam investasi untuk perluasan usaha, *payback period* dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Payback Period (dalam tahun)} = \frac{\text{Investasi}}{\text{Laba tunai rata-rata per tahun}}$$

Apabila diterapkan dalam investasi pada penggantian aktiva tetap, maka rumus *payback period* adalah :

$$\text{Payback Period (dalam tahun)} = \frac{\text{Investasi}}{\text{Penghematan tunai per tahun}}$$

- 2) Rumus perhitungan *payback* yang memperhitungkan unsur pajak penghasilan

Apabila kas masuk bersih setiap tahun adalah sama

$$\text{Payback Period (dalam tahun)} = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas masuk bersih per tahun}}$$

Apabila kas masuk bersih setiap tahun berbeda maka dihitung berdasarkan akumulasi nilai sekarang dari kas masuk bersih hingga dapat menutupi investasi yang dilakukan.

(Mulyadi, 2000:293; Kasmir dan Jakfar, 2006:155, Zubir, 2006:32)

Untuk menilai apakah usaha layak diterima atau tidak dari segi *payback period*, maka hasil perhitungan tersebut harus sebagai berikut :

- a) *Payback period* sekarang lebih kecil dari umur investasi
- b) Dengan membandingkan rata-rata industri unit usaha sejenis
- c) Sesuai dengan target perusahaan
(Kasmir dan Jakfar, 2006:155-156)

Kelemahan metode ini sebagai berikut :

- 2) Mengabaikan *time value of money*
- 3) Tidak mempertimbangkan arus kas yang terjadi setelah masa pengembalian
(Kasmir dan Jakfar, 2006:156)

c. Metode *Average Rate of Return (ARR)*

Metode ini mengukur berapa tingkat keuntungan rata-rata yang diperoleh dari suatu investasi. Angka yang dipergunakan adalah laba setelah pajak dibandingkan dengan total atau *average investment*. Hasil yang diperoleh dinyatakan dalam persentase (Husnan dan Muhammad, 2000:207).

Rumus untuk menghitung *average rate of return (ARR)* adalah sebagai berikut :

$$ARR (\%) = \frac{\text{rata-rata EAT (Average earning after tax)}}{\text{Rata-rata investasi (average investment)}}$$

$$\text{Rata-rata EAT} = \frac{\text{Total EAT}}{\text{Umur ekonomis (n)}}$$

$$\text{Rata-rata investasi} = \frac{\text{investasi}}{2}$$

(Kasmir dan Jakfar, 2006:156)

Hasil angka yang didapat dari perhitungan ARR ini kemudian dibandingkan dengan tingkat keuntungan yang disyaratkan perusahaan. Jika hasilnya lebih besar daripada tingkat keuntungan yang disyaratkan, maka proyek dikatakan menguntungkan sehingga proyek diterima, demikian sebaliknya apabila lebih kecil maka proyek ditolak.

d. Metode *Internal Rate of Return (IRR)*

Internal rate of return (IRR) didefinisikan sebagai tingkat discount atau bunga yang akan menyamakan *present value cash inflow* dengan jumlah *initial investment* dari proyek yang sedang dinilai (Syamsuddin, 2000:460).

Metode ini menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih di masa-masa mendatang. Apabila tingkat bunga ini lebih besar daripada tingkat bunga relevan (tingkat keuntungan yang diisyaratkan), maka investasi dikatakan menguntungkan, kalau lebih kecil dikatakan merugikan (Husnan dan Muhammad, 2000:210).

Perhitungan IRR dapat secara “*trial and error*” atau coba-coba (terutama kalau aliran kasnya tidak sama dari tahun ke tahun) sampai akhirnya diperoleh tingkat discount yang akan menyebabkan NPV sama dengan nol.

Penggunaan IRR dalam proses pengambilan keputusan diterima atau tidaknya suatu proyek tergantung pada besar *rate of return* yang diperoleh dibandingkan *cost of capital* yang digunakan sebagai *discount factor* dalam menentukan *present value* atas *cash inflow* yang diterima.

e. **Metode Profitability Index (PI)**

Profitability Index (PI) atau *benefit and cash ratio (B/C Ratio)* merupakan rasio aktifitas atas nilai sekarang (*present value* atau PV) penerimaan kas bersih terhadap nilai sekarang (PV) pengeluaran investasi selama umur investasi (Husnan dan Muhammad, 2000:211; Kasmir dan Jakfar, 2006:163).

Rumus yang digunakan dalam mengukur besarnya *profitability index* yaitu :

$$PI = \frac{\sum PV_{kas\ Bersih}}{\sum PV_{investasi}}$$

(Kasmir dan Jakfar, 2006:163)

Dari hasil perhitungan PI, maka proyek dikatakan menguntungkan dan dapat diterima bila nilainya lebih besar dari satu ($PI > 1$), sedangkan jika nilainya kurang dari satu ($PI < 1$) maka proyek tersebut ditolak. Adapun selain penilaian kriteria penilaian kelayakan suatu usaha atau investasi yang disebut di atas, dapat digunakan juga berbagai rasio keuangan seperti rasio likuiditas, solvabilitas, aktifitas dan profitabilitas, yang digunakan atas pemberian pinjaman kepada usaha yang sudah pernah berjalan atau sedang berjalan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan yang hendak dicapai oleh penulis, maka penelitian dilakukan berdasarkan analisis deskriptif terhadap situasi atau peristiwa yang terjadi, menggunakan jenis penelitian studi kasus.

Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, 2003:54). Sedangkan menurut Arikunto (1995:309) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai suatu gejala yang ada yaitu keadaan menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan.

Dari pendapat di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa penelitian deskriptif merupakan proses meneliti suatu permasalahan berdasarkan data untuk menggambarkan hasil yang didapat atas informasi yang sudah dianalisa.

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Pengertian studi kasus menurut Arikunto (1995:129) yaitu suatu penelitian yang secara intensif, terperinci, dan mendalam terhadap organisasi, lembaga atau gejala tertentu.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian mengungkapkan data yang akan dikumpulkan dan dianalisis dalam suatu penelitian. Dengan demikian, fokus penelitian sebagai faktor yang penting dalam penelitian, akan membantu peneliti ke arah mana penelitian akan dilakukan. Hal ini dikarenakan fokus penelitian menyangkut masalah dan data yang dikumpulkan, diolah, dan dianalisis. Fokus penelitian memberi batasan pada obyek yang diteliti agar tidak terlalu luas dan

terkonsentrasi pada elemen-elemen yang diteliti, dengan demikian gambaran yang dihasilkan sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan.

Sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan yang ingin dicapai, maka yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah :

1. Aspek Pasar
 - a. Data permintaan perusahaan tahun 2004 s/d 2006
2. Aspek Keuangan
 - a. Laporan keuangan perusahaan berupa :
 - 1) Neraca tahun 2004 s/d 2006
 - 2) Rugi Laba tahun 2004 s/d 2006

C. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Persewaan Alat-Alat Pesta dan Dekorasi CV. Lestari yang berlokasi di Jl. Sanan II / 21 Malang. Pemilihan lokasi didasarkan atas minat dari peneliti untuk memperdalam studi, khususnya mengenai kelayakan usaha, serta kesesuaian dengan kondisi perusahaan saat ini yang sedang merencanakan ekspansi usaha. Dengan alasan tersebut peneliti akan mendapat kemudahan dalam memperoleh data yang merupakan pertimbangan peneliti demi terlaksananya penelitian.

D. Jenis Data

Dalam melakukan penelitian, diperlukan data-data sebagai informasi yang diperoleh dari sumber data guna menunjang tercapainya tujuan penelitian. Data yang diperlukan dalam penelitian dapat dikelompokkan sebagai berikut :

- a. Data primer

Dalam hal ini adalah data yang diperoleh dari keterangan yang diberikan oleh pihak manajemen perusahaan diantaranya data mengenai gambaran umum perusahaan, jenis-jenis produk yang dihasilkan, rencana penambahan inventaris, dan aspek keuangan yaitu biaya-biaya yang diperlukan dan pendapatan yang diperoleh.

b. Data sekunder

Dalam hal ini data yang telah diolah dan dapat diperoleh dari laporan perusahaan, meliputi besar permintaan terhadap produk yang dihasilkan, data persediaan barang (inventaris) perusahaan, dan laporan keuangan perusahaan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan
 - a. Interview, yaitu pengumpulan data yang dilaksanakan secara lisan atau tanggung jawab langsung dengan pimpinan atau bagian yang bertanggung jawab dalam obyek penelitian.
 - b. Observasi, yaitu pengamatan secara langsung untuk memperoleh gambaran yang nyata dan jelas tentang suatu informasi dan data-data yang akurat sehubungan dengan masalah yang dirumuskan.
 - c. Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data yang mengumpulkan dokumen-dokumen yang ada hubungannya dengan penelitian.
2. Studi Kepustakaan, yaitu mengumpulkan dan mempelajari dengan seksama teori-teori yang berkaitan langsung dengan permasalahan yang dibahas untuk memberikan wawasan dan landasan teoritis, sekaligus sebagai alat pemecah masalah.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan untuk memperoleh data, berkaitan dengan teknik pengumpulan data. Sehingga instrumen penelitian yang digunakan adalah :

1. Pedoman wawancara

Pedoman wawancara berupa daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada pihak perusahaan yang bersangkutan dalam penelitian dan diharapkan adanya umpan balik dari pihak yang terkait atas pertanyaan yang diajukan.

2. Pedoman dokumentasi

Instrumen penelitian dengan pedoman dokumentasi menggunakan dokumentasi-dokumentasi berupa buku, dokumen maupun arsip yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

G. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif, yaitu prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan mendeskripsikan keadaan suatu subyek atau obyek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang nampak sebagaimana adanya kemudian dianalisis dengan cara non statistik. Peneliti melakukan perhitungan dan analisis data yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan, melalui pendekatan matematis dengan cara melihat data historis perusahaan. Hasil pengamatan dari data ini dijadikan sebagai dasar pelaksanaan studi kelayakan yang benar dengan menggabungkannya dengan teori dan konsep yang berkaitan.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap antara lain :

1. Melakukan analisis terhadap aspek pasar
 - a. Analisis potensi pasar
 - b. Analisis besar permintaan
 - c. Menghitung estimasi permintaan menggunakan metode *trend linear*
2. Melakukan analisis terhadap aspek keuangan
 - a. Menentukan jumlah *initial investment* yang dibutuhkan untuk ekspansi
 - b. Menghitung beban depresiasi dengan menggunakan metode garis lurus (*The Stright Line Method*)
 - c. Menentukan sumber dana
 - d. Proyeksi laba rugi
 - e. Proyeksi *Cash Inflow*
 - f. Proyeksi *Incremental Cash Inflow*

g. Kriteria Penilaian Investasi menggunakan teknik *capital budgeting* :

- 1) Metode *Net Present Value* (NPV)
 - 2) Metode *Payback Period* (PP)
 - 3) Metode *Average Rate of Return* (ARR)
 - 4) Metode *Internal Rate of Return* (IRR)
 - 5) Metode *Profitability Index* (PI)
3. Menentukan layak atau tidaknya rencana ekspansi ditinjau dari :
- a. Aspek pasar
 - b. Aspek keuangan

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Perusahaan

a) Sejarah Singkat Perusahaan

CV. Lestari merupakan perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang penyediaan peralatan pesta dan dekorasi. Perusahaan yang berdiri sejak tahun 24 Juli 1983 ini merupakan salah satu perusahaan pioner dalam bidangnya di kota Malang. Awal mula berdirinya perusahaan berbentuk perseorangan (Lestari), sampai kemudian sejak 20 Mei 2003 menjadi bentuk perseroan komanditer (CV. Lestari) berdasarkan akta notaris dan pejabat akta tanah No. 274 oleh DR. Benediktus Bosu, SH, SPN, MSc. Ijin yang dimiliki oleh CV. Lestari dalam pelaksanaan usaha antara lain :

1. SIUP dari Departemen Perdagangan dengan No. SIUP : 228/13 – 6/ PK /IV/1988
2. Tanda Daftar Perusahaan dari Departemen Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kota Malang dengan nomor TDP 130857102116
3. Surat Ijin Tempat Usaha dari Dinas Perijinan dengan nomor 530.08/199/35.73.314/2006 untuk kantor pusat Jl. Sanan II / 21 Malang
4. Surat Ijin Tempat Usaha dari Dinas Perijinan dengan nomor 530.08/200/35.73.314/2006 untuk gudang Jl. Sanan Bawah 69 Malang
5. Ijin dari RT / RW setempat
6. Ijin dari masyarakat sekitar

Pada awalnya CV. Lestari melayani kebutuhan konsumen dengan bentuk penyediaan tenda, kursi, meja, taplak, piring, sendok, gelas untuk disewakan, dan kebutuhan pesta lainnya seperti menyediakan layanan catering. Setelah melalui perkembangan dan menyesuaikan dengan kondisi pasar, CV. Lestari melakukan kebijakan dengan menambah

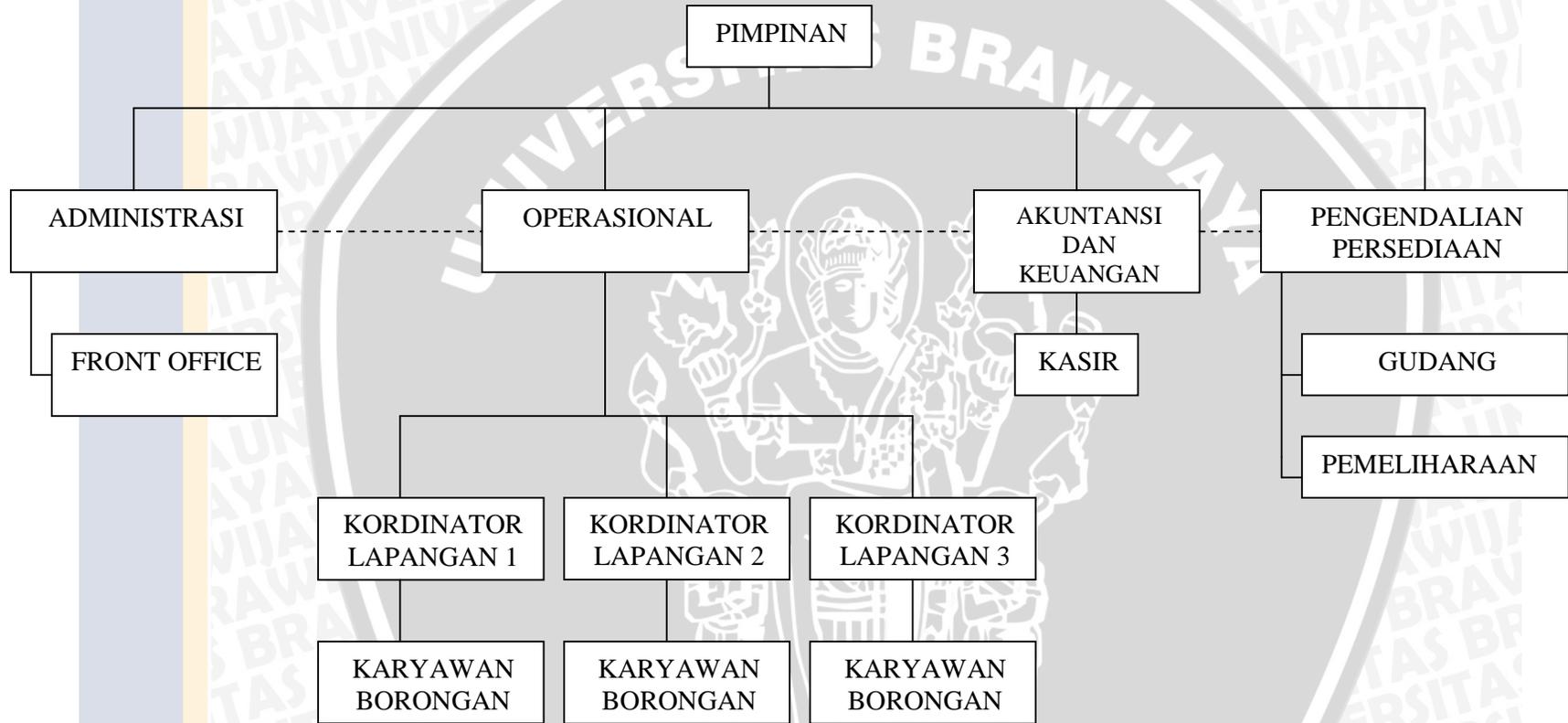
bidang dekorasi dan menghapus bidang catering agar lebih terfokus pada pelayanan jasa persewaan.

b) Lokasi Perusahaan

Kantor pusat CV. Lestari yang berlokasi di Jl. Sanan II / 21 Malang cukup strategis tidak jauh dengan daerah jalan utama menuju pusat kota Malang dan dapat terjangkau oleh berbagai sarana transportasi, baik transportasi umum maupun pribadi, sehingga memudahkan konsumen untuk melakukan pemesanan barang-barang yang dibutuhkan. Untuk penyimpanan tenda, kursi, meja, dan kain dekorasi dilakukan di gudang yang berlokasi terpisah dengan kantor, yaitu di Jl. Sanan Bawah 69 Malang, sedangkan untuk barang-barang lain di kantor pusat. Pemisahan tempat ini dilakukan karena kapasitas kantor sudah tidak dapat menampung barang-barang inventaris-nya yang semakin tahun semakin bertambah dan semakin beragam.

c) Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan gambaran bagian-bagian perusahaan yang menunjukkan pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab, serta hubungan antar bagian-bagian tersebut. Pimpinan memegang kuasa penuh pada perusahaan. Jenis struktur organisasi yang diterapkan pada CV. Lestari ini yaitu struktur organisasi garis lurus, dimana saluran kekuasaan dan tanggung jawab mengalir dari atas (pimpinan) ke bawah (bawahan).



Gambar 1
 STRUKTUR ORGANISASI CV. LESTARI
 Sumber : CV. Lestari

Berikut deskripsi pekerjaan dan wewenang masing-masing jabatan atas struktur organisasi CV. LESTARI :

1) Pimpinan

- Memimpin dan mengkoordinir seluruh aktivitas perusahaan.
- Menyusun dan menentukan kebijakan perusahaan, mencakup rencana kerja dan kegiatan perusahaan, baik yang bersifat umum maupun khusus, baik yang bersifat internal maupun eksternal.
- Bertanggung jawab dan bertindak atas nama perusahaan terhadap segala kegiatan menyangkut kepentingan perusahaan.
- Mendelegasikan tugas dan wewenang pada masing-masing bagian.

2) Administrasi

- Bertanggung jawab atas segala data pemesanan dan persediaan barang.
- Merekap jumlah atas masing-masing barang yang dipesan oleh penyewa.

3) Operasional

- Bertanggung jawab terhadap segala kegiatan di lokasi, tempat dimana konsumen memesan barang yang disewa.
- Melakukan pengecekan lokasi bila diperlukan.
- Mengawasi dan mengontrol kegiatan pengiriman, pemasangan, dan pengambilan atau pengembalian barang.

4) Akuntansi dan Keuangan

- Bertanggung jawab terhadap segala aktivitas keuangan perusahaan.
- Membuat laporan keuangan perusahaan.
- Mengeluarkan sejumlah uang untuk keperluan perusahaan sesuai kebutuhan dan otoritas dari pimpinan perusahaan.

- 5) Pengendalian Persediaan
 - Bertanggung jawab mengawasi dan mengontrol persediaan barang.
 - Bertanggung jawab terhadap keluar masuknya barang.
 - Bertanggung jawab menyediakan barang sesuai pesanan untuk dikirim dan mengembalikan ke tempat persediaan kembali.
 - Bertanggung jawab terhadap jumlah dan kondisi barang.
 - Mencatat jumlah persediaan barang.
- 6) Front Office
 - Melayani konsumen (penyewa) dalam proses pemesanan barang.
 - Memberikan informasi dan keterangan yang diperlukan konsumen (penyewa).
 - Mencatat jumlah barang pesanan.
- 7) Kordinator Lapangan
 - Bertanggung jawab mengawasi pemasangan barang-barang yang dipesan.
 - Bertanggung jawab mengawasi kinerja karyawan borongan.
- 8) Kasir
 - Menerima dan mencatat pembayaran atas pemesanan barang.
- 9) Gudang
 - Bertanggung jawab mengawasi dan mengontrol persediaan barang yang berada di gudang.
 - Melaporkan barang-barang yang rusak atau cacat dan sudah tidak dapat diperbaiki kepada bagian pengendalian persediaan.
- 10) Pemeliharaan
 - Bertanggung jawab memelihara barang-barang.
 - Merawat barang-barang agar selalu dalam kondisi baik sehingga siap dan layak disewakan.

- Bertanggung jawab memperbaiki barang-barang yang rusak ringan dan masih bisa diperbaiki.

11) Karyawan Borongan

- Mengirimkan barang pesanan sampai tempat tujuan.
- Memasang barang-barang yang dipesan sesuai permintaan konsumen (penyewa).
- Melakukan pembongkaran dan pengembalian barang.

d) Informasi Personalia Perusahaan

1. Jumlah Pegawai

Jumlah keseluruhan pegawai dan karyawan CV. LESTARI 48 orang.

2. Jam Kerja

Jam kerja yang diterapkan oleh CV. LESTARI yaitu :

- normal : pkl, 08.00 WIB s/d 16.30 WIB
- lembur : di luar jam normal
- hari kerja : minggu - senin

2. Data Pesaing

Pesaing merupakan salah satu faktor perusahaan mengadakan suatu inovasi. Data pesaing digunakan untuk pertimbangan dalam melakukan kebijakan perusahaan sehubungan dengan bagaimana perusahaan dapat menciptakan suatu kreasi dan inovasi agar tetap selalu dipilih oleh konsumennya.

Berdasarkan data yang didapat pesaing CV. LESTARI yang berada di kota Malang antara lain :

- Persewaan Alat Pesta “Sarangan 12”
- Persewaan Alat Pesta “Willys”
- Persewaan Alat Pesta “Perdhana”
- Persewaan Alat Pesta “Yan Murni”
- Persewaan Alat Pesta “Soekarno Hatta”

3. Data Keuangan

Data keuangan digunakan sebagai sumber informasi tentang gambaran keuangan suatu perusahaan. Berikut peneliti menyajikan beberapa data keuangan CV. LESTARI yang meliputi :

- a. Laporan Laba Rugi tahun 2004 s/d 2006
- b. Neraca tahun 2004 s/d 2006

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



Tabel 1
CV. LESTARI
Laporan Laba Rugi
per 31 Desember 2004

Pendapatan		
Pendapatan sewa (umum)	Rp 784.469.300	
Pendapatan sewa (instansi)	Rp 519.800.000	
Jumlah Pendapatan		Rp 1.304.269.300
Pengeluaran		
Biaya - Biaya		
Biaya Pemeliharaan		Rp 207.409.600
Biaya Ijin dan Rekomendasi		Rp 6.224.000
Biaya Pemasaran		Rp 4.500.000
Biaya Administrasi dan Umum		Rp 5.650.000
Biaya Operasional		
BBM	Rp 91.950.000	
Listrik	Rp 9.320.000	
Air	Rp 3.670.000	
Telepon	Rp 15.136.590	
Total Biaya Operasional		Rp 120.076.590
Biaya Gaji Dan Upah		
Biaya Upah	Rp 239.282.500	
Biaya Gaji	Rp 71.853.000	
THR	Rp 8.875.000	
Total Biaya Gaji dan Upah		Rp 320.010.500
Biaya Lain - Lain		Rp 9.000.000
Jumlah Pengeluaran		Rp 672.870.690
Laba Kotor		Rp 631.398.610
Depresiasi		
Depresiasi Gedung	Rp 15.500.000	
Depresiasi Inventaris Barang-Barang	Rp 124.093.860	
Depresiasi Kendaraan	Rp 51.600.000	
Depresiasi Inventaris Kantor	Rp 4.368.000	
		Rp 195.561.860
EBT		Rp 435.836.750
Pajak		Rp 70.470.000
EAT		Rp 365.366.750

Sumber : CV. Lestari, data diolah, tahun 2007

Tabel 2
CV. LESTARI
Laporan Laba Rugi
per 31 Desember 2005

Pendapatan		
Pendapatan sewa (umum)	Rp 790.125.100	
Pendapatan sewa (instansi)	Rp 498.207.000	
Jumlah Pendapatan		Rp 1.288.332.100
Pengeluaran		
Biaya - Biaya		
Biaya Pemeliharaan		Rp 222.607.500
Biaya Ijin dan Rekomendasi		Rp 6.475.000
Biaya Pemasaran		Rp 3.750.000
Biaya Administrasi dan Umum		Rp 5.250.000
Biaya Operasional		
BBM	Rp 86.375.000	
Listrik	Rp 9.136.070	
Air	Rp 2.858.750	
Telepon	Rp 15.786.230	
Total Biaya Operasional		Rp 114.156.050
Biaya Gaji Dan Upah		
Biaya Upah	Rp 248.383.050	
Biaya Gaji	Rp 77.400.000	
THR	Rp 9.060.000	
Total Biaya Gaji dan Upah		Rp 334.843.050
Biaya Lain - Lain		<u>Rp 9.043.000</u>
Jumlah Pengeluaran		Rp 696.124.600
Laba Kotor		Rp 592.207.500
Depresiasi		
Depresiasi Gedung	Rp 15.500.000	
Depresiasi Inventaris Barang-Barang	Rp 128.951.003	
Depresiasi Kendaraan	Rp 51.600.000	
Depresiasi Inventaris Kantor	Rp 4.368.000	Rp 200.419.003
EBT		Rp 391.788.497
Pajak		Rp 67.231.050
EAT		Rp 324.557.447

Sumber : CV. Lestari, data diolah, tahun 2007

Tabel 3
CV. LESTARI
Laporan Laba Rugi
per 31 Desember 2006

Pendapatan		
Pendapatan sewa (umum)	Rp 868.775.200	
Pendapatan sewa (instansi)	Rp 557.700.000	
Jumlah Pendapatan		Rp 1.426.475.200
Pengeluaran		
Biaya - Biaya		
Biaya Pemeliharaan		Rp 245.702.350
Biaya Ijin dan Rekomendasi		Rp 6.475.000
Biaya Pemasaran		Rp 5.270.000
Biaya Administrasi dan Umum		Rp 5.400.000
Biaya Operasional		
BBM	Rp 97.661.000	
Listrik	Rp 9.517.000	
Air	Rp 3.423.000	
Telepon	Rp 15.583.000	
Total Biaya Operasional		Rp 126.184.000
Biaya Gaji Dan Upah		
Biaya Upah	Rp 252.454.500	
Biaya Gaji	Rp 75.350.000	
THR	Rp 9.250.000	
Total Biaya Gaji dan Upah		Rp 337.054.500
Biaya Lain - Lain		Rp 9.650.000
Jumlah Pengeluaran		Rp 735.735.850
Laba Kotor		Rp 690.739.350
Depresiasi		
Depresiasi Gedung	Rp 15.500.000	
Depresiasi Inventaris Barang-Barang	Rp 133.879.574	
Depresiasi Kendaraan	Rp 52.700.000	
Depresiasi Inventaris Kantor	Rp 4.368.000	Rp 206.447.574
EBT		Rp 484.291.776
Pajak		Rp 76.155.000
EAT		Rp 408.136.776

Sumber : CV. Lestari, data diolah, tahun 2007

Tabel 4
CV. LESTARI
Neraca

per 31 Desember 2004

Aktiva		
Aktiva Lancar		
Kas	Rp	171.105.675
Piutang Pendapatan	<u>Rp</u>	<u>20.000.000</u>
		Rp 191.105.675
Aktiva Tetap		
Tanah	Rp	87.500.000
Bangunan	Rp	155.000.000
Akumulasi Penyusutan Bangunan	Rp	(46.500.000)
Inventaris Barang-Barang	Rp	936.650.000
Akumulasi Penyusutan Inventaris Barang-Barang	Rp	(248.187.720)
Kendaraan	Rp	288.000.000
Akumulasi Penyusutan Kendaraan	Rp	(154.800.000)
Inventaris Kantor	Rp	21.840.000
Akumulasi Penyusutan Inventaris Kantor	<u>Rp</u>	<u>(13.104.000)</u>
		<u>Rp 1.026.398.280</u>
Total Aktiva		Rp 1.217.503.955
Passiva		
Hutang Dagang	Rp	70.140.000
Modal sendiri	Rp	781.997.205
Laba	<u>Rp</u>	<u>365.366.750</u>
Total Passiva		Rp 1.217.503.955

Sumber : CV. Lestari, data diolah, tahun 2007

Tabel 5
CV. LESTARI
Neraca

per 31 Desember 2005

Aktiva		
Aktiva Lancar		
Kas	Rp	167.260.000
Piutang Pendapatan	<u>Rp</u>	<u>21.850.000</u>
Total Aktiva Lancar		Rp 189.110.000
Aktiva Tetap		
Tanah	Rp	87.500.000
Bangunan	Rp	155.000.000
Akumulasi Penyusutan Bangunan	Rp	(62.000.000)
Inventaris Barang-Barang	Rp	970.650.000
Akumulasi Penyusutan Inventaris Barang-Barang	Rp	(377.138.723)
Kendaraan	Rp	288.000.000
Akumulasi Penyusutan Kendaraan	Rp	(206.400.000)
Inventaris Kantor	Rp	21.840.000
Akumulasi Penyusutan Inventaris Kantor	<u>Rp</u>	<u>(17.472.000)</u>
Total Aktiva Tetap		<u>Rp 859.979.277</u>
Total Aktiva		Rp 1.049.089.277
Passiva		
Hutang Dagang	Rp	42.450.000
Modal sendiri	Rp	682.081.830
Laba	<u>Rp</u>	<u>324.557.447</u>
Total Passiva		Rp 1.049.089.277

Sumber : CV. Lestari, data diolah, tahun 2007

Tabel 6
CV. LESTARI

Neraca

per 31 Desember 2006

Aktiva		
Aktiva Lancar		
Kas	Rp	184.050.000
Piutang Pendapatan	<u>Rp</u>	<u>25.550.000</u>
Total Aktiva Lancar		Rp 209.600.000
Aktiva Tetap		
Tanah	Rp	87.500.000
Bangunan	Rp	155.000.000
Akumulasi Penyusutan Bangunan	Rp	(77.500.000)
Inventaris Barang-Barang	Rp	1.005.150.000
Akumulasi Penyusutan Inventaris Barang-Barang	Rp	(506.161.154)
Kendaraan	Rp	299.000.000
Akumulasi Penyusutan Kendaraan	Rp	(259.100.000)
Inventaris Kantor	Rp	21.840.000
Akumulasi Penyusutan Inventaris Kantor	<u>Rp</u>	<u>(21.840.000)</u>
Total Aktiva Tetap		<u>Rp 703.888.846</u>
Total Aktiva		Rp 913.488.846
Passiva		
Hutang Dagang	Rp	30.345.000
Modal sendiri	Rp	475.007.070
Laba	<u>Rp</u>	<u>408.136.776</u>
Total Passiva		Rp 913.488.846

Sumber : CV. Lestari, data diolah, tahun 2007

B. Analisis dan Interpretasi Data

1. Analisis Kelayakan terhadap Aspek Pasar

a. Analisis Potensi Pasar

CV. LESTARI mengadakan ekspansi dengan menambah sebuah kantor pemesanan yang sekaligus tempat penyimpanan inventaris barang-barang. Rencana CV. LESTARI untuk melakukan ekspansi ini berdasarkan semakin meningkatnya jumlah permintaan dari berbagai wilayah di kota Malang dan sekitarnya, sehingga dapat semakin luas dalam menjangkau *market share*-nya. Lokasi yang dipilih yaitu di pusat kota, dengan alasan agar dapat mudah dijangkau dan dekat dengan konsumennya. Dengan penambahan kantor dan tempat penyimpanan inventaris barang-barang di lokasi yang strategis, maka CV. LESTARI mengharapkan agar dapat melayani konsumen lebih optimal.

b. Analisis Permintaan

Tabel 7
Data Permintaan CV. LESTARI

	2004	2005	2006
Tenda 3m x 6m	1480 unit	1520 unit	1546 unit
Tenda 6m x 6m	1840 unit	1910 unit	2390 unit
Tenda 3m x 9m	410 unit	664 unit	632 unit
Tenda Krucut	38 unit	52 unit	96 unit
Kursi	8570 buah	9928 buah	13416 buah
Kursi & Bungkus	3020 buah	3612 buah	4372 buah
Kursi Lipat	123280 buah	125128 buah	132200 buah
Meja	4905 buah	4992 buah	5280 buah
Meja Makan	1814 set	2124 set	1958 set
Piring	37110 set	42080 set	37340 set
Mangkok	17430 set	19500 set	14308 set
Gelas	1520 buah	1120 buah	1680 buah
Lampu Mercury	4095 buah	4410 buah	4800 buah
Lampu Spot	75 buah	98 buah	114 buah
Kain Dekor	26400 meter	38600 meter	57800 meter

Sumber : CV. LESTARI, data diolah, tahun 2007

Berdasarkan data permintaan yang disajikan CV. LESTARI mengalami peningkatan jumlah pesanan pada hampir seluruh item barang atau produk

setiap tahunnya. Pada waktu-waktu tertentu setiap tahunnya (seperti pada saat musim pernikahan atau hari-hari besar) CV. LESTARI mengalami peningkatan permintaan yang lebih banyak dibanding waktu-waktu lain, sehingga CV. LESTARI tidak mampu memenuhi seluruh permintaan tersebut. Melalui ekspansi yang direncanakan ini diharapkan permintaan tersebut dapat terpenuhi, sehingga CV. LESTARI dapat melayani konsumen seoptimal mungkin dan kepuasan konsumen dapat tercapai.

2. Analisis Kelayakan terhadap Aspek Keuangan

a. Menghitung Kebutuhan Investasi untuk Ekspansi

Berdasarkan besar permintaan yang semakin bertambah setiap tahunnya, perusahaan melakukan rencana untuk mengadakan perluasan usaha atau ekspansi. Ekspansi dilakukan dengan menambah inventasi terhadap pengadaan barang modal atau modal tetap. Tujuan investasi ini adalah agar perusahaan dapat beroperasi lebih maksimal dan untuk memenuhi permintaan yang semakin bertambah. Dengan melakukan ekspansi perusahaan berharap dengan semakin banyaknya permintaan yang terpenuhi, maka akan dapat semakin meningkatkan pendapatan perusahaan. Rencana investasi yang dilakukan oleh perusahaan yaitu menambah kantor sekaligus tempat penyimpanan inventaris barang-barang, pembelian kendaraan untuk operasional, pengadaan inventaris barang-barang, dan inventaris kantor. Umur ekonomis atas masing-masing penambahan investasi tersebut diperkirakan 10 tahun untuk bangunan atau gedung, dan 5 tahun untuk kendaraan; inventaris barang-barang dan inventaris kantor, dengan perhitungan depresiasi menggunakan metode garis lurus.

1. Bangunan

Harga Perolehan	Rp	525.400.000
Biaya – biaya :		
~ Ijin Mendirikan Bangunan	Rp	800.000
~ Ijin Usaha	Rp	4.000.000
Total Biaya	Rp	4.800.000
Total	Rp	530.200.000

2. Kendaraan

Harga Perolehan	Rp	85.000.000
Biaya – biaya :		
~ Biaya balik nama	Rp	1.500.000
~ Biaya surat kendaraan	Rp	950.000
Total Biaya	<u>Rp</u>	<u>2.450.000</u>
Total	Rp	87.450.000

3. Inventaris Barang - Barang

Tenda 3m x 6m	Rp	35.000.000
Tenda 6m x 6m	Rp	56.000.000
Tenda 3m x 9m	Rp	42.000.000
Tenda Kerucut	Rp	26.950.000
Kursi	Rp	262.500.000
Kursi Lipat	Rp	147.000.000
Bungkus Kursi & Pita	Rp	48.750.000
Kain Dekor	Rp	11.700.000
Lampu Spot & Kabel	<u>Rp</u>	<u>3.500.000</u>
Total	Rp	633.400.000

4. Inventaris Kantor

Komputer + printer	Rp	4.750.000
Lemari	Rp	2.400.000
Meja	Rp	700.000
Kursi	Rp	750.000
Papan Tulis + Alat Tulis	<u>Rp</u>	<u>900.000</u>
	Rp	9.500.000

Total Initial Investment**Rp 1.260.550.000**

b. Menghitung Beban Depresiasi

$$\text{Depresiasi Gedung} = \frac{\text{Initial Investment} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Umur Ekonomis (tahun)}}$$

$$= \frac{\text{Rp } 530.200.000 - 0}{10}$$

$$= \text{Rp } 53.020.000$$

$$\text{Depresiasi Kendaraan} = \frac{\text{Initial Investment} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Umur Ekonomis (tahun)}}$$

$$= \frac{\text{Rp } 87.450.000 - 0}{5}$$

$$= \text{Rp } 17.490.000$$

$$\text{Depresiasi Inventaris Barang-Barang} = \frac{\text{Initial Investment} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Umur Ekonomis (tahun)}}$$

$$= \frac{\text{Rp } 633.400.000 - 0}{5}$$

$$= \text{Rp } 126.680.000$$

$$\text{Depresiasi Inventaris Kantor} = \frac{\text{Initial Investment} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Umur Ekonomis (tahun)}}$$

$$= \frac{\text{Rp } 9.500.000 - 0}{5}$$

$$= \text{Rp } 1.900.000$$

c. Menentukan Sumber Dana

Perusahaan melakukan ekspansi untuk meningkatkan keuntungan dengan menambah investasi. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan dana yang dibutuhkan perusahaan untuk membiayai pengadaan barang modal atau modal tetap (*fixed investment*) adalah sebesar Rp 1.260.550.000. Dari kebutuhan dana tersebut, perusahaan memperoleh dana dari dua sumber, yaitu 70 % modal sendiri dan 30 % pinjaman dari pihak ketiga (bank), dengan masa pinjaman selama 4 tahun.

- **Modal sendiri** = Rp. 1.260.550.000 x 0,70 = Rp. 882.385.000
- **Modal Pinjaman** = Rp 1.260.550.000 x 0,30 = Rp. 378.165.000

d. Biaya Modal

Rencana ekspansi yang akan dilakukan oleh CV. LESTARI didapat dari dua sumber dana, yaitu :

1) Modal Sendiri

Modal sendiri yang akan digunakan sebesar 70% dari total *initial investment*. Biaya modal sendiri dihitung dengan menggunakan *Return on Equity* (ROE), yang dihitung dari perbandingan antara laba bersih dengan modal sendiri tahun 2006 :

$$\begin{aligned} \text{ROE} &= \frac{\text{EAT}}{\text{Stockholder's Equity}} \\ &= \frac{\text{Rp } 408.136.776}{\text{Rp } 883.143.846} \\ &= 0,462140769 \end{aligned}$$

2) Modal Pinjaman

Modal pinjaman yang akan digunakan sebesar 30% dari total *initial investment*, dengan bunga 16%. Maka biaya modal dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\mathbf{K_i = K_d (1 - T)}$$

dimana : K_i = Biaya modal pinjaman setelah pajak

K_d = Tingkat bunga / tingkat keuntungan yang diharapkan

T = tingkat pajak

$$\begin{aligned} T &= \frac{\text{Pajak}}{\text{Laba sebelum pajak (EBT)}} \\ &= \frac{\text{Rp } 76.155.000}{\text{Rp } 484.291.776} \\ &= 0,157250244 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} K_i &= 0,16 (1 - 0,157250244) \\ &= 0,134839961 \end{aligned}$$

Karena rencana ekspansi CV. LESTARI didapat dari dua sumber dana, yaitu modal sendiri dan modal pinjaman maka biaya modalnya merupakan rata-rata tertimbang dari berbagai biaya modal khusus pada saat itu (*weighted average cost of capital*). Dengan demikian biaya modal rata-rata tertimbang atau *weighted average cost of capital* (WACC) atas kedua jenis biaya modal dapat dihitung sebagai berikut :

Tabel 8
Perhitungan Biaya Modal Tertimbang Rata-Rata

Keterangan	Jumlah	Proporsi	Biaya Modal	Proporsi x Biaya Modal
Modal Sendiri	Rp 882.385.000	70 %	46,2140769 %	32,3498538 %
Modal Pinjaman	Rp 378.165.000	30 %	13,4839961 %	4,0451988 %
			Discount Factor (DF)	36,3940526 %

Sumber : Data diolah

e. Proyeksi Laba Rugi

Untuk menghitung proyeksi rugi laba, perusahaan melakukan perhitungan proyeksi terhadap pendapatan dan proyeksi biaya-biaya. Perhitungan proyeksi pendapatan dilakukan dengan mengasumsikan bahwa semua permintaan terpenuhi sehingga pendapatan didapat dengan mengalikan jumlah permintaan dengan harga jual yang telah ditetapkan perusahaan. Untuk perhitungan biaya-biaya perusahaan mengasumsikan terjadi kenaikan atas masing-masing biaya sebesar 5% per tahun. Dalam perhitungan laba rugi diasumsikan perusahaan mengeluarkan biaya bunga bank sebesar 16 % atas pinjaman pada bank. Berikut perhitungan pembayaran bunga dan cicilan pokok pinjaman CV. LESTARI :

$$\begin{aligned} \text{Angsuran per tahun} &= \text{Pinjaman Pokok} \times \left[\frac{i}{1 - (1+i)^{-n}} \right] \\ &= \text{Rp } 378.165.000 \times \left[\frac{0,16}{1 - (1+0,16)^{-4}} \right] \\ &= \text{Rp } 135.146.743 \end{aligned}$$

Tabel 9
Perhitungan Pembayaran Bunga dan Cicilan Pokok Pinjaman
(dalam rupiah)

Tahun	Angsuran	Biaya Bunga 16 %	Pokok Pinjaman	Total Pembayaran	Sisa Kredit
2007	0	0	0	0	378.165.000
2008	135.146.743	60.506.400	74.640.343	74.640.343	303.524.657
2009	135.146.743	48.563.945	86.582.798	161.223.141	216.941.859
2010	135.146.743	34.710.697	100.436.046	261.659.187	116.505.813
2011	135.146.743	18,640,930	116.505.813	378.165.000	0

Sumber : Data diolah

1.) Proyeksi Permintaan

Proyeksi permintaan dilakukan untuk memprediksi besarnya jumlah permintaan pada masa mendatang. Berikut disajikan proyeksi permintaan tahun 2007 – 2011 untuk masing-masing barang yang disewakan :

- a. Tenda ukuran 3m x 6m

Tabel 10
Perhitungan Estimasi Permintaan
Tenda uk. 3m x 6m

Tahun	Y	X	X ²	XY
2004	1480	-1	1	-1480
2005	1520	0	0	0
2006	1546	1	1	1546
N = 3	4546	0	2	66

$$a = \sum Y : n = 1515$$

$$b = \sum XY : \sum X^2 = 33$$

$$Y = a + bX$$

$$Y = 1515 + 33 X$$

Dari hasil perhitungan estimasi permintaan dengan menggunakan metode *trend* linear berdasarkan data permintaan tahun-tahun sebelumnya, maka diperoleh persamaan untuk memproyeksi besarnya permintaan tenda uk. 3m x 6m yaitu $Y = 1515 + 33 X$.

Tabel 11
Estimasi permintaan
Tenda uk. 3mx6m
2007 – 2011

Tahun	X	Y = 1515 + 33 X
2007	2	1581
2008	3	1614
2009	4	1647
2010	5	1680
2011	6	1713

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil estimasi permintaan di atas, maka dapat diperkirakan bahwa besar permintaan tenda uk. 3m x 6m pada tahun 2007 sebesar 1581 unit, tahun 2008 sebesar 1614 unit, tahun 2009 sebesar 1647 unit, tahun 2010 sebesar 1680 unit, dan tahun 2011 sebesar 1680 unit.

b. Tenda ukuran 6m x 6m

Tabel 12
Perhitungan Estimasi Permintaan
Tenda uk. 6m x 6m

Tahun	Y	X	X ²	XY
2004	1840	-1	1	-1840
2005	1910	0	0	0
2006	2390	1	1	2390
N = 3	6140	0	2	550

$$a = \sum Y : n = 2047$$

$$b = \sum XY : \sum X^2 = 275$$

$$Y = a + bX$$

$$Y = 2047 + 275 X$$

Dari hasil perhitungan estimasi permintaan dengan menggunakan metode *trend* linear berdasarkan data permintaan tahun-tahun sebelumnya, maka diperoleh persamaan untuk memproyeksi besarnya permintaan tenda uk. 6m x 6m yaitu $Y = 2047 + 275 X$.

TABEL 13
Estimasi permintaan
Tenda uk. 6m x 6m
2007 – 2011

Tahun	X	Y = 2047 + 275 X
2007	2	2597
2008	3	2872
2009	4	3147
2010	5	3422
2011	6	3697

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil estimasi permintaan di atas, maka dapat diperkirakan bahwa besar permintaan tenda uk.6mx6m pada tahun 2007 sebesar 2597 unit, tahun 2008 sebesar 2872 unit, tahun 2009 sebesar 3147 unit, tahun 2010 sebesar 3422 unit, dan tahun 2011 sebesar 3697 unit.

c. Tenda ukuran 3m x 9m

Tabel 14
Perhitungan Estimasi Permintaan
Tenda uk. 3m x 9m

Tahun	Y	X	X ²	XY
2004	410	-1	1	-410
2005	664	0	0	0
2006	632	1	1	632
N = 3	1706	0	2	222

$$a = \sum Y : n = 569$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = 111$$

$$Y = a + bX$$

$$Y = 569 + 111 X$$

Dari hasil perhitungan estimasi permintaan dengan menggunakan metode *trend* linear berdasarkan data permintaan tahun-tahun sebelumnya, maka diperoleh persamaan untuk memproyeksi besarnya permintaan tenda uk. 3m x 9m yaitu $Y = 569 + 111 X$.

Tabel 15
Estimasi permintaan
Tenda uk. 3m x 9m
2007 – 2011

Tahun	X	Y = 569 + 111 X
2007	2	791
2008	3	902
2009	4	1013
2010	5	1124
2011	6	1235

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil estimasi permintaan di atas, maka dapat diperkirakan bahwa besar permintaan tenda uk.3m x 9m pada tahun 2007 sebesar 791 unit, tahun 2008 sebesar 902 unit, tahun 2009 sebesar 1013 unit, tahun 2010 sebesar 1124 unit, dan tahun 2011 sebesar 1235 unit.

d. Tenda Kerucut

Tabel 16
Perhitungan Estimasi Permintaan
Tenda Kerucut

Tahun	Y	X	X ²	XY
2004	38	-1	1	-38
2005	52	0	0	0
2006	96	1	1	96
N = 3	186	0	2	58

$$a = \sum Y : n = 62$$

$$b = \sum XY : \sum X^2 = 29$$

$$Y = a + bX$$

$$Y = 62 + 29 X$$

Dari hasil perhitungan estimasi permintaan dengan menggunakan metode *trend* linear berdasarkan data permintaan tahun-tahun sebelumnya, maka diperoleh persamaan untuk memproyeksi besarnya permintaan tenda kerucut yaitu $Y = 62 + 29 X$.

Tabel 17
Estimasi permintaan
Tenda Kerucut
2007 – 2011

Tahun	X	Y = 62 + 29 X
2007	2	120
2008	3	149
2009	4	178
2010	5	207
2011	6	236

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil estimasi permintaan di atas, maka dapat diperkirakan bahwa besar permintaan tenda kerucut pada tahun 2007 sebesar 120 unit, tahun 2008 sebesar 149 unit, tahun 2009 sebesar 178 unit, tahun 2010 sebesar 207 unit, dan tahun 2011 sebesar 236 unit.

e. Kursi

Tabel 18
Perhitungan Estimasi Permintaan
Kursi

Tahun	Y	X	X ²	XY
2004	8570	-1	1	-8570
2005	9928	0	0	0
2006	13416	1	1	13416
N = 3	31914	0	2	4846

$$a = \sum Y : n = 10638$$

$$b = \sum XY : \sum X^2 = 2423$$

$$Y = a + bX$$

$$Y = 10638 + 2423 X$$

Dari hasil perhitungan estimasi permintaan dengan menggunakan metode *trend* linear berdasarkan data permintaan tahun-tahun sebelumnya, maka diperoleh persamaan untuk memproyeksi besarnya permintaan kursi yaitu $Y = 10638 + 2423 X$.

Tabel 19
Estimasi permintaan
Kursi
2007 – 2011

Tahun	X	Y = 10638 + 2423 X
2007	2	15484
2008	3	17907
2009	4	20330
2010	5	22753
2011	6	25176

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil estimasi permintaan di atas, maka dapat diperkirakan bahwa besar permintaan kursi pada tahun 2007 sebesar 15484 buah, tahun 2008 sebesar 17907 buah, tahun 2009 sebesar 20330 buah, tahun 2010 sebesar 22753 buah, dan tahun 2011 sebesar 25176 buah.

f. Kursi & bungkus

Tabel 20
Perhitungan Estimasi Permintaan
Kursi & bungkus

Tahun	Y	X	X ²	XY
2004	3020	-1	1	-3020
2005	3612	0	0	0
2006	4372	1	1	4372
N = 3	11004	0	2	1352

$$a = \sum Y : n = 3668$$

$$b = \sum XY : \sum X^2 = 676$$

$$Y = a + bX$$

$$Y = 3668 + 676 X$$

Dari hasil perhitungan estimasi permintaan dengan menggunakan metode *trend* linear berdasarkan data permintaan tahun-tahun sebelumnya, maka diperoleh persamaan untuk memproyeksi besarnya permintaan kursi & bungkus yaitu $Y = 3668 + 676 X$.

Tabel 21
Estimasi permintaan
Kursi & bungkus
2007 – 2011

Tahun	X	Y = 3668 + 676 X
2007	2	5020
2008	3	5696
2009	4	6372
2010	5	7048
2011	6	7724

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil estimasi permintaan di atas, maka dapat diperkirakan bahwa besar permintaan kursi & bungkus pada tahun 2007 sebesar 5020 buah, tahun 2008 sebesar 5696 buah, tahun 2009 sebesar 6372 buah, tahun 2010 sebesar 7048 buah, dan tahun 2011 sebesar 7724 buah.

g. Kursi Lipat

Tabel 22
Perhitungan Estimasi Permintaan
Kursi Lipat

Tahun	Y	X	X ²	XY
2004	123280	-1	1	-123280
2005	125128	0	0	0
2006	132200	1	1	132200
N = 3	380608	0	2	8920

$$a = \sum Y : n = 126869,33$$

$$b = \sum XY : \sum X^2 = 4460$$

$$Y = a + bX$$

$$Y = 126869,33 + 4460 X$$

Dari hasil perhitungan estimasi permintaan dengan menggunakan metode *trend* linear berdasarkan data permintaan tahun-tahun sebelumnya, maka diperoleh persamaan untuk memproyeksi besarnya permintaan kursi lipat yaitu $Y = 126869,33 + 4460 X$.

Tabel 23
Estimasi permintaan
Kursi Lipat
2007 – 2011

Tahun	X	Y = 126869,33 + 4460 X
2007	2	135789,3
2008	3	140249,3
2009	4	144709,3
2010	5	149169,3
2011	6	153629,3

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil estimasi permintaan di atas, maka dapat diperkirakan bahwa besar permintaan kursi lipat pada tahun 2007 sebesar 135789 buah, tahun 2008 sebesar 140249 buah, tahun 2009 sebesar 144709 buah, tahun 2010 sebesar 149169 buah, dan tahun 2011 sebesar 153629 buah.

h. Meja

Tabel 24
Perhitungan Estimasi Permintaan
Meja

Tahun	Y	X	X ²	XY
2004	4905	-1	1	-4905
2005	4992	0	0	0
2006	5280	1	1	5280
N = 3	15177	0	2	375

$$a = \sum Y : n = 5059$$

$$b = \sum XY : \sum X^2 = 187,5$$

$$Y = a + bX$$

$$Y = 5059 + 187,5 X$$

Dari hasil perhitungan estimasi permintaan dengan menggunakan metode *trend* linear berdasarkan data permintaan tahun-tahun sebelumnya, maka diperoleh persamaan untuk memproyeksi besarnya permintaan meja yaitu $Y = 5059 + 187,5 X$.

Tabel 25
Estimasi permintaan
Meja
2007 – 2011

Tahun	X	Y = 5059 + 187,5 X
2007	2	5434
2008	3	5622
2009	4	5809
2010	5	5997
2011	6	6184

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil estimasi permintaan di atas, maka dapat diperkirakan bahwa besar permintaan meja pada tahun 2007 sebesar 5434 buah, tahun 2008 sebesar 5622 buah, tahun 2009 sebesar 5809 buah, tahun 2010 sebesar 5997 buah, dan tahun 2011 sebesar 6184 buah.

i. Meja Makan

Tabel 26
Perhitungan Estimasi Permintaan
Meja Makan

Tahun	Y	X	X ²	XY
2004	1814	-1	1	-1814
2005	2124	0	0	0
2006	1958	1	1	1958
N = 3	5896	0	2	144

$$a = \sum Y : n = 1965$$

$$b = \sum XY : \sum X^2 = 72$$

$$Y = a + bX$$

$$Y = 1965 + 72 X$$

Dari hasil perhitungan estimasi permintaan dengan menggunakan metode *trend* linear berdasarkan data permintaan tahun-tahun sebelumnya, maka diperoleh persamaan untuk memproyeksi besarnya permintaan meja makan yaitu $Y = 1965 + 72 X$.

Tabel 27
Estimasi permintaan
Meja Makan
2007 – 2011

Tahun	X	Y = 1965 + 72 X
2007	2	2109
2008	3	2181
2009	4	2253
2010	5	2325
2011	6	2397

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil estimasi permintaan di atas, maka dapat diperkirakan bahwa besar permintaan meja makan pada tahun 2007 sebesar 2109 buah, tahun 2008 sebesar 2181 buah, tahun 2009 sebesar 2253 buah, tahun 2010 sebesar 2325 buah, dan tahun 2011 sebesar 2397 buah.

j. Piring

Tabel 28
Perhitungan Estimasi Permintaan
Piring

Tahun	Y	X	X ²	XY
2004	37110	-1	1	-37110
2005	42080	0	0	0
2006	37340	1	1	37340
N = 3	116530	0	2	230

$$a = \sum Y : n = 38843,33$$

$$b = \sum XY : \sum X^2 = 115$$

$$Y = a + bX$$

$$Y = 38843,33 + 115 X$$

Dari hasil perhitungan estimasi permintaan dengan menggunakan metode *trend* linear berdasarkan data permintaan tahun-tahun sebelumnya, maka diperoleh persamaan untuk memproyeksi besarnya permintaan piring yaitu $Y = 38843,33 + 115 X$.

Tabel 29
Estimasi permintaan
Piring
2007 – 2011

Tahun	X	Y = 38843,33 + 115 X
2007	2	39073,33
2008	3	39188,33
2009	4	39303,33
2010	5	39418,33
2011	6	39533,33

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil estimasi permintaan di atas, maka dapat diperkirakan bahwa besar permintaan piring pada tahun 2007 sebesar 39073 buah, tahun 2008 sebesar 39188 buah, tahun 2009 sebesar 39303 buah, tahun 2010 sebesar 39418 buah, dan tahun 2011 sebesar 39533 buah.

k. Mangkok

Tabel 30
Perhitungan Estimasi Permintaan
Mangkok

Tahun	Y	X	X ²	XY
2004	17430	-1	1	-17430
2005	19500	0	0	0
2006	14308	1	1	14308
N = 3	51238	0	2	-3122

$$a = \sum Y : n = 17079,33$$

$$b = \sum XY : \sum X^2 = -1561$$

$$Y = a + bX$$

$$Y = 17079,33 - 1561 X$$

Dari hasil perhitungan estimasi permintaan dengan menggunakan metode *trend* linear berdasarkan data permintaan tahun-tahun sebelumnya, maka diperoleh persamaan untuk memproyeksi besarnya permintaan mangkok yaitu $Y = 17079,33 - 1561 X$.

Tabel 31
Estimasi permintaan
Mangkok
2007 – 2011

Tahun	X	Y = 17079,33 - 1561 X
2007	2	13957,33
2008	3	12396,33
2009	4	10835,33
2010	5	9274,33
2011	6	7713,33

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil estimasi permintaan di atas, maka dapat diperkirakan bahwa besar permintaan mangkok pada tahun 2007 sebesar 13957 buah, tahun 2008 sebesar 12396 buah, tahun 2009 sebesar 10835 buah, tahun 2010 sebesar 9274 buah, dan tahun 2011 sebesar 7713 buah.

1. Gelas

Tabel 32
Perhitungan Estimasi Permintaan
Gelas

Tahun	Y	X	X ²	XY
2004	1520	-1	1	-1520
2005	1120	0	0	0
2006	1680	1	1	1680
N = 3	4320	0	2	160

$$a = \sum Y : n = 1440$$

$$b = \sum XY : \sum X^2 = 80$$

$$Y = a + bX$$

$$Y = 1440 + 80 X$$

Dari hasil perhitungan estimasi permintaan dengan menggunakan metode *trend* linear berdasarkan data permintaan tahun-tahun sebelumnya, maka diperoleh persamaan untuk memproyeksi besarnya permintaan gelas yaitu $Y = 1440 + 80 X$.

Tabel 33
Estimasi permintaan
Gelas
2007 – 2011

Tahun	X	Y = 1440 + 80 X
2007	2	1600
2008	3	1680
2009	4	1760
2010	5	1840
2011	6	1920

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil estimasi permintaan di atas, maka dapat diperkirakan bahwa besar permintaan gelas pada tahun 2007 sebesar 1600 buah, tahun 2008 sebesar 1680 buah, tahun 2009 sebesar 1760 buah, tahun 2010 sebesar 1840 buah, dan tahun 2011 sebesar 1920 buah.

m. Lampu Mercury

Tabel 34
Perhitungan Estimasi Permintaan
Lampu Mercury

Tahun	Y	X	X ²	XY
2004	4095	-1	1	-4095
2005	4410	0	0	0
2006	4800	1	1	4800
N = 3	13305	0	2	705

$$a = \sum Y : n = 4435$$

$$b = \sum XY : \sum X^2 = 352,5$$

$$Y = a + bX$$

$$Y = 4435 + 352,5 X$$

Dari hasil perhitungan estimasi permintaan dengan menggunakan metode *trend* linear berdasarkan data permintaan tahun-tahun sebelumnya, maka diperoleh persamaan untuk memproyeksi besarnya permintaan lampu mercury yaitu $Y = 4435 + 352,5 X$.

Tabel 35
Estimasi permintaan
Lampu Mercury
2007 – 2011

Tahun	X	Y = 4435 + 352,5 X
2007	2	5141
2008	3	5494
2009	4	5847
2010	5	6200
2011	6	6553

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil estimasi permintaan di atas, maka dapat diperkirakan bahwa besar permintaan lampu mercury pada tahun 2007 sebesar 5141 buah, tahun 2008 sebesar 5494 buah, tahun 2009 sebesar 5847 buah, tahun 2010 sebesar 6200 buah, dan tahun 2011 sebesar 6553 buah.

n. Lampu Spot

Tabel 36
Perhitungan Estimasi Permintaan
Lampu Spot

Tahun	Y	X	X ²	XY
2004	75	-1	1	-75
2005	98	0	0	0
2006	114	1	1	114
N = 3	287	0	2	39

$$a = \sum Y : n = 95,67$$

$$b = \sum XY : \sum X^2 = 19,50$$

$$Y = a + bX$$

$$Y = 95,67 + 19,50 X$$

Dari hasil perhitungan estimasi permintaan dengan menggunakan metode *trend* linear berdasarkan data permintaan tahun-tahun sebelumnya, maka diperoleh persamaan untuk memproyeksi besarnya permintaan lampu spot yaitu $Y = 95,67 + 19,50 X$.

Tabel 37
Estimasi permintaan
Lampu Spot
2007 – 2011

Tahun	X	Y = 95,67 + 19,50 X
2007	2	136
2008	3	156
2009	4	176
2010	5	196
2011	6	216

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil estimasi permintaan di atas, maka dapat diperkirakan bahwa besar permintaan lampu spot pada tahun 2007 sebesar 136 buah, tahun 2008 sebesar 156 buah, tahun 2009 sebesar 176 buah, tahun 2010 sebesar 196 buah, dan tahun 2011 sebesar 216 buah.

o. Kain Dekor

Tabel 38
Perhitungan Estimasi Permintaan
Kain Dekor

Tahun	Y	X	X ²	XY
2004	26400	-1	1	-26400
2005	38600	0	0	0
2006	57800	1	1	57800
N = 3	122800	0	2	31400

$$a = \sum Y : n = 40933,33$$

$$b = \sum XY : \sum X^2 = 15700$$

$$Y = a + bX$$

$$Y = 40933,33 + 15700 X$$

Dari hasil perhitungan estimasi permintaan dengan menggunakan metode *trend* linear berdasarkan data permintaan tahun-tahun sebelumnya, maka diperoleh persamaan untuk memproyeksi besarnya permintaan kain dekor yaitu $Y = 40933,33 + 15700 X$.

Tabel 39
Estimasi permintaan
Kain Dekor
2007 – 2011

Tahun	X	Y = 40933,33 + 15700 X
2007	2	72333
2008	3	88033
2009	4	103733
2010	5	119433
2011	6	135133

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil estimasi permintaan di atas, maka dapat diperkirakan bahwa besar permintaan kain dekor pada tahun 2007 sebesar 72333 meter, tahun 2008 sebesar 88033 meter, tahun 2009 sebesar 103733 meter, tahun 2010 sebesar 119433 meter, dan tahun 2011 sebesar 135133 meter.

2.) Proyeksi Pendapatan

Proyeksi pendapatan dihitung dengan mengalikan jumlah permintaan yang telah diproyeksikan dengan harga masing-masing barang. Daftar harga sewa untuk masing-masing barang adalah sebagai berikut :

a) Tenda uk. 3m x 6m	Rp	60.000/unit
b) Tenda uk. 6m x 6m	Rp	120.000/unit
c) Tenda uk. 3m x 9m	Rp	120.000/unit
d) Tenda Kerucut	Rp	250.000/unit
e) Kursi	Rp	3.000/buah
f) Kursi & bungkus	Rp	7.500/buah
g) Kursi Lipat	Rp	1.200/buah
h) Meja	Rp	3.000/buah
i) Meja Makan	Rp	20.000/set
j) Piring	Rp	450/buah
k) Mangkok	Rp	350/buah
l) Gelas	Rp	350/buah
m) Lampu Mercury	Rp	30.000/buah
n) Lampu Spot	Rp	30.000/buah
o) Kain Dekor	Rp	20.000/meter

Tabel 40
Estimasi Pendapatan Sewa Tenda 3m x 6m

Tahun	Proyeksi Permintaan (1)	Harga Sewa/ Unit (2)	Estimasi Pendapatan (1) x (2)
2007	1581	Rp 60.000	Rp 94.860.000
2008	1614	Rp 60.000	Rp 96.840.000
2009	1647	Rp 60.000	Rp 98.820.000
2010	1680	Rp 60.000	Rp 100.800.000
2011	1713	Rp 60.000	Rp 102.780.000

Sumber : Data diolah

Tabel 41
Estimasi Pendapatan Sewa Tenda 6m x 6m

Tahun	Proyeksi Permintaan (1)	Harga Sewa/ Unit (2)	Estimasi Pendapatan (1) x (2)
2007	2597	Rp 120.000	Rp 311.640.000
2008	2872	Rp 120.000	Rp 344.640.000
2009	3147	Rp 120.000	Rp 377.640.000
2010	3422	Rp 120.000	Rp 410.640.000
2011	3697	Rp 120.000	Rp 443.640.000

Sumber : Data diolah

Tabel 42
Estimasi Pendapatan Sewa Tenda 3m x 9m

Tahun	Proyeksi Permintaan (1)	Harga Sewa/ Unit (2)	Estimasi Pendapatan (1) x (2)
2007	791	Rp 120.000	Rp 94.920.000
2008	902	Rp 120.000	Rp 108.240.000
2009	1013	Rp 120.000	Rp 121.560.000
2010	1124	Rp 120.000	Rp 134.880.000
2011	1235	Rp 120.000	Rp 148.200.000

Tabel 43
Estimasi Pendapatan Sewa Tenda Kerucut

Tahun	Proyeksi Permintaan (1)	Harga Sewa/ Unit (2)	Estimasi Pendapatan (1) x (2)
2007	120	Rp 250.000	Rp 30.000.000
2008	149	Rp 250.000	Rp 37.250.000
2009	178	Rp 250.000	Rp 44.500.000
2010	207	Rp 250.000	Rp 51.750.000
2011	236	Rp 250.000	Rp 59.000.000

Sumber : Data diolah

Tabel 44
Estimasi Pendapatan Sewa Kursi

Tahun	Proyeksi Permintaan (1)	Harga Sewa/ buah (2)	Estimasi Pendapatan (1) x (2)
2007	15484	Rp 3.000	Rp 46.452.000
2008	17907	Rp 3.000	Rp 53.721.000
2009	20330	Rp 3.000	Rp 60.990.000
2010	22753	Rp 3.000	Rp 68.259.000
2011	25176	Rp 3.000	Rp 75.528.000

Sumber : Data diolah

Tabel 45
Estimasi Pendapatan Sewa Kursi & bungkus

Tahun	Proyeksi Permintaan (1)	Harga Sewa/ buah (2)	Estimasi Pendapatan (1) x (2)
2007	5020	Rp 7.500	Rp 37.650.000
2008	5696	Rp 7.500	Rp 42.720.000
2009	6372	Rp 7.500	Rp 47.790.000
2010	7048	Rp 7.500	Rp 52.860.000
2011	7724	Rp 7.500	Rp 57.930.000

Sumber : Data diolah

Tabel 46
Estimasi Pendapatan Sewa Kursi Lipat

Tahun	Proyeksi Permintaan (1)	Harga Sewa/ buah (2)	Estimasi Pendapatan (1) x (2)
2007	135789,3	Rp 1.200	Rp 162.947.160
2008	140249,3	Rp 1.200	Rp 168.299.160
2009	144709,3	Rp 1.200	Rp 173.651.160
2010	149169,3	Rp 1.200	Rp 179.003.160
2011	153629,3	Rp 1.200	Rp 184.355.160

Sumber : Data diolah

Tabel 47
Estimasi Pendapatan Sewa Meja

Tahun	Proyeksi Permintaan (1)	Harga Sewa/ buah (2)	Estimasi Pendapatan (1) x (2)
2007	5434	Rp 3.000	Rp 16.302.000
2008	5622	Rp 3.000	Rp 16.864.500
2009	5809	Rp 3.000	Rp 17.427.000
2010	5997	Rp 3.000	Rp 17.989.500
2011	6184	Rp 3.000	Rp 18.552.000

Sumber : Data diolah

Tabel 48
Estimasi Pendapatan Sewa Meja Makan

Tahun	Proyeksi Permintaan (1)	Harga Sewa/ set (2)	Estimasi Pendapatan (1) x (2)
2007	2109	Rp 20.000	Rp 42.180.000
2008	2181	Rp 20.000	Rp 43.620.000
2009	2253	Rp 20.000	Rp 45.060.000
2010	2325	Rp 20.000	Rp 46.500.000
2011	2397	Rp 20.000	Rp 47.940.000

Sumber : Data diolah

Tabel 49
Estimasi Pendapatan Sewa Piring

Tahun	Proyeksi Permintaan (1)	Harga Sewa/ buah (2)	Estimasi Pendapatan (1) x (2)
2007	39073,33	Rp 450	Rp 17.582.999
2008	39188,33	Rp 450	Rp 17.634.749
2009	39303,33	Rp 450	Rp 17.686.499
2010	39418,33	Rp 450	Rp 17.738.249
2011	39533,33	Rp 450	Rp 17.789.999

Sumber : Data diolah

Tabel 50
Estimasi Pendapatan Sewa Mangkok

Tahun	Proyeksi Permintaan (1)	Harga Sewa/ buah (2)	Estimasi Pendapatan (1) x (2)
2007	13957,33	Rp 350	Rp 4.885.066
2008	12396,33	Rp 350	Rp 4.338.716
2009	10835,33	Rp 350	Rp 3.792.366
2010	9274,33	Rp 350	Rp 3.246.016
2011	7713,33	Rp 350	Rp 2.699.666

Sumber : Data diolah

Tabel 51
Estimasi Pendapatan Sewa Gelas

Tahun	Proyeksi Permintaan (1)	Harga Sewa/ buah (2)	Estimasi Pendapatan (1) x (2)
2007	1600	Rp 350	Rp 560.000
2008	1680	Rp 350	Rp 588.000
2009	1760	Rp 350	Rp 616.000
2010	1840	Rp 350	Rp 644.000
2011	1920	Rp 350	Rp 672.000

Sumber : Data diolah

Tabel 52
Estimasi Pendapatan Sewa Lampu Mercury

Tahun	Proyeksi Permintaan (1)	Harga Sewa/ Unit (2)	Estimasi Pendapatan (1) x (2)
2007	5141	Rp 30.000	Rp 154.230.000
2008	5494	Rp 30.000	Rp 164.820.000
2009	5847	Rp 30.000	Rp 175.410.000
2010	6200	Rp 30.000	Rp 186.000.000
2011	6553	Rp 30.000	Rp 196.590.000

Sumber : Data diolah

Tabel 53
Estimasi Pendapatan Sewa Lampu Spot

Tahun	Proyeksi Permintaan (1)	Harga Sewa/ buah (2)	Estimasi Pendapatan (1) x (2)
2007	136	Rp 30.000	Rp 4.080.000
2008	156	Rp 30.000	Rp 4.680.000
2009	176	Rp 30.000	Rp 5.280.000
2010	196	Rp 30.000	Rp 5.880.000
2011	216	Rp 30.000	Rp 6.480.000

Sumber : Data diolah

Tabel 54
Estimasi Pendapatan Sewa Kain Dekor

Tahun	Proyeksi Permintaan (1)	Harga Sewa/ meter (2)	Estimasi Pendapatan (1) x (2)
2007	72333	Rp 20.000	Rp 1.446.660.000
2008	88033	Rp 20.000	Rp 1.760.660.000
2009	103733	Rp 20.000	Rp 2.074.660.000
2010	119433	Rp 20.000	Rp 2.388.660.000
2011	135133	Rp 20.000	Rp 2.702.660.000

Sumber : Data diolah

Berdasarkan perhitungan estimasi pendapatan sewa masing-masing barang di atas, berikut disajikan akumulasi estimasi pendapatan tahun 2007 – 2011 :

Tabel 55
CV. LESTARI
Estimasi Pendapatan
2007 – 2011
(dalam Rupiah)

	2007	2008	2009	2010	2011
Tenda 3m x 6m	94.860.000	96.840.000	98.820.000	100.800.000	102.780.000
Tenda 6m x 6m	311.640.000	344.640.000	377.640.000	410.640.000	443.640.000
Tenda 3m x 9m	94.920.000	108.240.000	121.560.000	134.880.000	148.200.000
Tenda Kerucut	30.000.000	37.250.000	44.500.000	51.750.000	59.000.000
Kursi	46.452.000	53.721.000	60.990.000	68.259.000	75.528.000
Kursi & bungkus	37.650.000	42.720.000	47.790.000	52.860.000	57.930.000
Kursi Lipat	162.946.800	168.298.800	173.650.800	179.002.800	184.354.800
Meja	16.302.000	16.866.000	17.427.000	17.991.000	18.552.000
Meja Makan	39.520.000	39.960.000	40.400.000	40.840.000	41.280.000
Piring	17.582.850	17.634.600	17.686.350	17.738.100	17.789.850
Mangkok	4.884.950	4.338.600	3.792.250	3.245.900	2.699.550
Gelas	560.000	588.000	616.000	644.000	672.000
Lampu Mercury	154.230.000	164.820.000	175.410.000	186.000.000	196.590.000
Lampu Spot	4.080.000	4.680.000	5.280.000	5.880.000	6.480.000
Kain Dekor	1.446.660.000	1.760.660.000	2.074.660.000	2.388.660.000	2.702.660.000
Total	2.462.288.600	2.861.257.000	3.260.222.400	3.659.190.800	4.058.156.200

Sumber : Data diolah

Pendapatan sewa yang dihasilkan oleh CV. LESTARI bersumber dari dua jenis pendapatan, yaitu pendapatan sewa (umum) dan pendapatan sewa (instansi). Dalam proyeksi pendapatan diasumsikan proporsi pendapatan sewa (umum) sebesar 70 % dan pendapatan sewa (instansi) sebesar 30 %.

a. Proyeksi Biaya – Biaya

Untuk memproyeksi besarnya biaya, perusahaan mengasumsikan masing-masing biaya mengalami kenaikan sebesar 5 % tiap tahun.

Tabel 56
CV. LESTARI
Estimasi Biaya - Biaya
Tahun 2007 – 2011

Tahun	Biaya Pemeliharaan	Biaya Ijin dan Rekomendasi	Biaya Pemasaran	Biaya Administrasi dan Umum
2007	Rp 257.987.468	Rp 6.798.750	Rp 5.533.500	Rp 5.670.000
2008	Rp 270,886,841	Rp 7.138.688	Rp 5.810.175	Rp 5.953.500
2009	Rp 284.431.183	Rp 7.495.622	Rp 6.100.684	Rp 6.251.175
2010	Rp 298.652.742	Rp 7.870.403	Rp 6.405.718	Rp 6.563.734
2011	Rp 313.585.379	Rp 8.263.923	Rp 6.726.004	Rp 6.891.920

Sumber : Data diolah

Tabel 57
CV. LESTARI
Estimasi Biaya Operasional
Tahun 2007 – 2011

Tahun	BBM	Listrik	Air	Telepon	Total Biaya Operasional
2007	Rp 102.544.050	Rp 9.992.850	Rp 3.594.150	Rp 16.362.150	Rp 132.493.200
2008	Rp 107.671.253	Rp 10.492.493	Rp 3.773.858	Rp 17.180.258	Rp 139.117.860
2009	Rp 113.054.815	Rp 11.017.117	Rp 3.962.550	Rp 18.039.270	Rp 146.073.753
2010	Rp 118.707.556	Rp 11.567.973	Rp 4.160.678	Rp 18.941.234	Rp 153.377.441
2011	Rp 124.642.934	Rp 12.146.372	Rp 4.368.712	Rp 19.888.296	Rp 161.046.313

Sumber : Data diolah

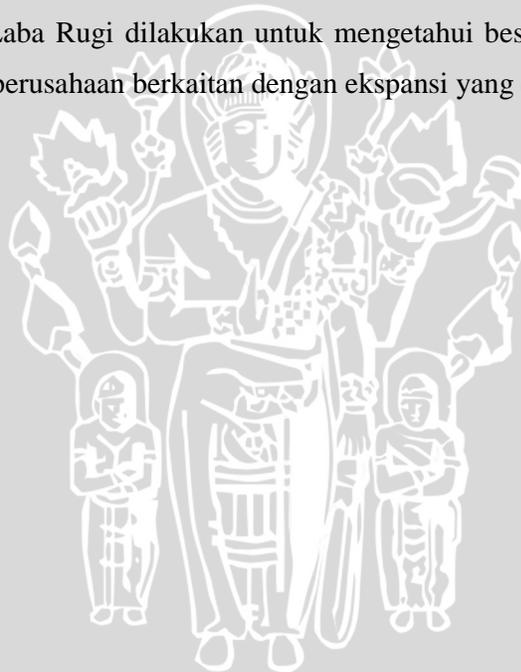
Tabel 58
Estimasi Biaya Upah dan Gaji dan Biaya Lain-Lain
Tahun 2007-2011

Tahun	Biaya Upah	Biaya Gaji	THR	Total Biaya Upah dan Gaji	Biaya Lain-Lain
2007	Rp 265.077.225	Rp 79.117.500	Rp 9.712.500	Rp 353.907.225	Rp 2.782.500
2008	Rp 278.331.086	Rp 83.073.375	Rp 10.198.125	Rp 371.602.586	Rp 2.921.625
2009	Rp 292.247.641	Rp 87.227.044	Rp 10.708.031	Rp 390.182.716	Rp 3.067.706
2010	Rp 306.860.023	Rp 91.588.396	Rp 11.243.433	Rp 409.691.851	Rp 3.221.092
2011	Rp 322.203.024	Rp 96.167.816	Rp 11.805.604	Rp 430.176.444	Rp 3.382.146

Sumber : Data diolah

b. Proyeksi Laba Rugi

Proyeksi Laba Rugi dilakukan untuk mengetahui besar laba atau rugi yang didapat perusahaan berkaitan dengan ekspansi yang dilakukan.



Tabel 59
CV. LESTARI
Estimasi Laba Rugi
per 31 Desember 2007

Pendapatan		
Pendapatan sewa (umum)	Rp 1.723.602.020	
Pendapatan sewa (instansi)	Rp 738.686.580	
Jumlah Pendapatan		Rp 2.462.288.600
Pengeluaran		
Biaya - Biaya		
Biaya Pemeliharaan		Rp 257.987.468
Biaya Ijin dan Rekomendasi		Rp 6.798.750
Biaya Pemasaran		Rp 5.533.500
Biaya Administrasi dan Umum		Rp 5.670.000
Biaya Operasional		
BBM	Rp 102.544.050	
Listrik	Rp 9.992.850	
Air	Rp 3.594.150	
Telepon	Rp 16.362.150	
Total Biaya Operasional		Rp 132.493.200
Biaya Upah dan Gaji		
Biaya Upah	Rp 265.077.225	
Biaya Gaji	Rp 79.117.500	
THR	Rp 9.712.500	
Total Biaya Upah dan Gaji		Rp 353.907.225
Biaya Lain-Lain		Rp 2.782.500
Jumlah Pengeluaran		Rp 765.172.643
Lab Kotor		Rp 1.697.115.958
Depresiasi		
Depresiasi Gedung	Rp 53.020.000	
Depresiasi Inventaris Barang-Barang	Rp 126.680.000	
Depresiasi Kendaraan	Rp 17.490.000	
Depresiasi Inventaris Kantor	Rp 1.900.000	Rp 199.090.000
EBIT		Rp 1.498.025.958
Bunga Bank		Rp -
EBT		Rp 1.498.025.958
Pajak		Rp 204.105.974
EAT		Rp 1.293.919.984

Sumber : Data diolah

Tabel 60
CV. LESTARI
Estimasi Laba Rugi
per 31 Desember 2008

Pendapatan		
Pendapatan sewa (umum)	Rp 2.002.879.900	
Pendapatan sewa (instansi)	Rp 858.377.100	
Jumlah Pendapatan		Rp 2.861.257.000
Pengeluaran		
Biaya - Biaya		
Biaya Pemeliharaan		Rp 270.886.841
Biaya Ijin dan Rekomendasi		Rp 7.138.688
Biaya Pemasaran		Rp 5.810.175
Biaya Administrasi dan Umum		Rp 5.953.500
Biaya Operasional		
BBM	Rp 107.671.253	
Listrik	Rp 10.492.493	
Air	Rp 3.773.858	
Telepon	Rp 17.180.258	
Total Biaya Operasional		Rp 139.117.860
Biaya Upah dan Gaji		
Biaya Upah	Rp 278.331.086	
Biaya Gaji	Rp 83.073.375	
THR	Rp 10.198.125	
Total Biaya Upah dan Gaji		Rp 371.602.586
Biaya Lain-Lain		<u>Rp 2.921.625</u>
Jumlah Pengeluaran		Rp 803.431.275
Lab Kotor		Rp 2.057.825.725
Depresiasi		
Depresiasi Gedung	Rp 53.020.000	
Depresiasi Inventaris Barang-Barang	Rp 126.680.000	
Depresiasi Kendaraan	Rp 17.490.000	
Depresiasi Inventaris Kantor	Rp 1.900.000	Rp 199.090.000
EBIT		Rp 1.858.735.725
Bunga Bank		Rp 60.506.400
EBT		Rp 1.798.229.325
Pajak		Rp 240.013.130
EAT		Rp 1.558.216.195

Sumber : Data diolah

Tabel 61
CV. Lestari
Estimasi Laba Rugi
per 31 Desember 2009

Pendapatan		
Pendapatan sewa (umum)	Rp 2.282.155.680	
Pendapatan sewa (instansi)	Rp 978,066.720	
Jumlah Pendapatan		Rp 3.260.222.400
Pengeluaran		
Biaya - Biaya		
Biaya Pemeliharaan		Rp 284.431.183
Biaya Ijin dan Rekomendasi		Rp 7.495.622
Biaya Pemasaran		Rp 6.100.684
Biaya Administrasi dan Umum		Rp 6.251.175
Biaya Operasional		
BBM	Rp 113.054.815	
Listrik	Rp 11.017.117	
Air	Rp 3.962.550	
Telepon	Rp 18.039.270	
Total Biaya Operasional		Rp 146.073.753
Biaya Upah dan Gaji		
Biaya Upah	Rp 292.247.641	
Biaya Gaji	Rp 87.227.044	
THR	Rp 10.708.031	
Total Biaya Upah dan Gaji		Rp 390.182.716
Biaya Lain-Lain		Rp 3.067.706
Jumlah Pengeluaran		Rp 843.602.838
Lab Kotor		Rp 2.416.619.562
Depresiasi		
Depresiasi Gedung	Rp 53.020.000	
Depresiasi Inventaris Barang-Barang	Rp 126.680.000	
Depresiasi Kendaraan	Rp 17.490.000	
Depresiasi Inventaris Kantor	Rp 1.900.000	Rp 199.090.000
EBIT		Rp 2.217.529.562
Bunga Bank		Rp 48.563.945
EBT		Rp 2.168.965.617
Pajak		Rp 275.920.016
EAT		Rp 1.893.045.601

Sumber : Data diolah

Tabel 62
CV. LESTARI
Estimasi Laba Rugi
per 31 Desember 2010

Pendapatan		
Pendapatan sewa (umum)	Rp 2.561.433.560	
Pendapatan sewa (instansi)	Rp 1.097.757.240	
Jumlah Pendapatan		Rp 3.659.190.800
Pengeluaran		
Biaya - Biaya		
Biaya Pemeliharaan		Rp 298.652.742
Biaya Ijin dan Rekomendasi		Rp 7.870.403
Biaya Pemasaran		Rp 6.405.718
Biaya Administrasi dan Umum		Rp 6.563.734
Biaya Operasional		
BBM	Rp 118.707.556	
Listrik	Rp 11.567.973	
Air	Rp 4.160.678	
Telepon	Rp 18.941.234	
Total Biaya Operasional		Rp 153.377.441
Biaya Upah dan Gaji		
Biaya Upah	Rp 306.860.023	
Biaya Gaji	Rp 91.588.396	
THR	Rp 11.243.433	
Total Biaya Upah dan Gaji		Rp 409.691.851
Biaya Lain-Lain		Rp 3.221.092
Jumlah Pengeluaran		Rp 885.782.980
Lab Kotor		Rp 2.773.407.820
Depresiasi		
Depresiasi Gedung	Rp 53.020.000	
Depresiasi Inventaris Barang-Barang	Rp 126.680.000	
Depresiasi Kendaraan	Rp 17.490.000	
Depresiasi Inventaris Kantor	Rp 1.900.000	Rp 199.090.000
EBIT		Rp 2.574.317.820
Bunga Bank		Rp 34.710.697
EBT		Rp 2.539.607.122
Pajak		Rp 311.827.172
EAT		Rp 2.227.779.950

Sumber : Data diolah

Tabel 63
CV. LESTARI
Estimasi Laba Rugi
per 31 Desember 2011

Pendapatan		
Pendapatan sewa (umum)	Rp 2.840.709.340	
Pendapatan sewa (instansi)	Rp 1.217.446.860	
Jumlah Pendapatan		Rp 4.058.156.200
Pengeluaran		
Biaya - Biaya		
Biaya Pemeliharaan		Rp 313.585.379
Biaya Ijin dan Rekomendasi		Rp 8.263.923
Biaya Pemasaran		Rp 6.726.004
Biaya Administrasi dan Umum		Rp 6.891.920
Biaya Operasional		
BBM	Rp 124.642.934	
Listrik	Rp 12.146.372	
Air	Rp 4.368.712	
Telepon	<u>Rp 19.888.296</u>	
Total Biaya Operasional		Rp 161.046.313
Biaya Upah dan Gaji		
Biaya Upah	Rp 322.203.024	
Biaya Gaji	Rp 96.167.816	
THR	<u>Rp 11.805.604</u>	
Total Biaya Upah dan Gaji		Rp 430.176.444
Biaya Lain-Lain		<u>Rp 3.382.146</u>
Jumlah Pengeluaran		Rp 930.072.129
Labanya Kotor		Rp 3.128.084.071
Depresiasi		
Depresiasi Gedung	Rp 53.020.000	
Depresiasi Inventaris Barang-Barang	Rp 126.680.000	
Depresiasi Kendaraan	Rp 17.490.000	
Depresiasi Inventaris Kantor	Rp 1.900.000	Rp 199.090.000
EBIT		Rp 2.928.994.071
Bunga Bank		Rp 18.640.930
EBT		Rp 2.910.353.141
Pajak		Rp 347.734.058
EAT		Rp 2.562.619.083

Sumber : Data diolah

f. Proyeksi *Cash Inflow*

Proyeksi *cash inflow* (CI) menggambarkan kondisi kas perusahaan di masa mendatang, sehingga dapat diketahui berapa kas bersih yang diterima atas investasi yang dilakukan.

Tabel 64
CV. LESTARI
Estimasi Aliran Kas (setelah Ekspansi)
2007 - 2011

Tahun ke -	EAT	Depresiasi	$I(1 - T)$ T = 15,73 %	<i>Cash Inflow</i> (CI) setelah ekspansi
1	Rp 1.293.919.984	Rp 199.090.000	Rp -	Rp 1.493.009.984
2	Rp 1.558.216.195	Rp 199.090.000	Rp 95.603.894	Rp 1.852.910.089
3	Rp 1.893.045.601	Rp 199.090.000	Rp 80.151.511	Rp 2.172.287.112
4	Rp 2.227.779.950	Rp 199.090.000	Rp 60.063.413	Rp 2.486.933.363
5	Rp 2.562.619.083	Rp 199.090.000	Rp 33.948.886	Rp 2.795.657.968

Sumber : Data diolah

g. Proyeksi *Incremental Cash Inflow*

Incremental Cash Inflow dibutuhkan untuk menilai rencana proyek khususnya proyek ekspansi agar dapat diketahui berapa kelebihan atau kekurangan kas yang akan dihasilkan berdasarkan rencana ekspansi yang dilakukan perusahaan.

$$\begin{aligned}
 \text{Cash Inflow sebelum ekspansi} &= \text{EAT}_{2006} + \text{Depresiasi}_{2006} \\
 &= \text{Rp } 408.136.776 + 206.447.574 \\
 &= \text{Rp } 614.584.350
 \end{aligned}$$

Table 65
CV. LESTARI
Estimasi *Incremental Cash Inflow*
2007 - 2011

Tahun ke -	<i>Cash Inflow</i> setelah Ekspansi	<i>Cash Inflow</i> sebelum Ekspansi	<i>Incremental Cash Inflow</i>
1	Rp 1.493.009.984	Rp 614.584.350	Rp 878.425.634
2	Rp 1.852.910.089	Rp 614.584.350	Rp 1.238.325.739
3	Rp 2.172.287.112	Rp 614.584.350	Rp 1.557.702.762
4	Rp 2.486.933.363	Rp 614.584.350	Rp 1.872.349.013
5	Rp 2.795.657.968	Rp 614.584.350	Rp 2.181.073.618

Sumber : Data diolah

h. Kriteria Penilaian Kelayakan Investasi

1.) Metode *Net Present Value*

Net present value (NPV) merupakan selisih antara *cash inflow* yang didiskonto pada *discount factor* dikurangi dengan nilai investasi. Perhitungan *net present value* (NPV) dihitung melalui pendekatan *incremental project*, dengan alasan proyek yang direncanakan perusahaan merupakan ekspansi atau perluasan usaha.

Dalam melakukan investasi untuk keperluan ekspansi, terdapat kriteria yang dipertimbangkan selain proyeksi *incremental cash inflow* guna menilai rencana proyek ekspansi perusahaan, yaitu *cost of capital* atau biaya modal. Nilai *discount factor* (DF) yang digunakan untuk menghitung besar *present value cash inflow* (PVIF) dalam proyek ekspansi didapat dari biaya modal.

Tabel 66
CV. LESTARI
Present Value Cash Inflow

Tahun ke -	Incremental Cash Inflow	DF (36,39 %)	Present Value Cash Inflow (PVICI)
1	Rp 878.425.634	0,733164	Rp 644.030.422
2	Rp 1.238.325.739	0,537530	Rp 665.637.322
3	Rp 1.557.702.762	0,394098	Rp 613.887.424
4	Rp 1.872.349.013	0,288939	Rp 540.993.859
5	Rp 2.181.073.618	0,211839	Rp 462.037.511
Total PVICI			Rp 2.926.586.538
Total Initial Investment			Rp 1.260.550.000
NPV			Rp 1.666.036.538

Sumber : Data diolah

Berdasar perhitungan total *present value cash inflow* (PVICI) lebih besar daripada nilai investasi yang direncanakan, didapat nilai *net present value* (NPV) sebesar Rp 1.666.036.538. Sehingga proyek dikatakan menguntungkan ($NPV > 0$). Menurut penilaian kelayakan dengan menggunakan metode NPV proyek “layak” untuk dilaksanakan.

2.) Metode *Payback Period*

Payback period merupakan perhitungan jangka waktu yang dibutuhkan untuk menutup *initial investment* atas suatu investasi dengan menggunakan aliran kas masuk (*cash inflow*) dari investasi tersebut.

Initial Investment Rp 1.260.550.000

Incremental Cash Inflow 2007 Rp 878.425.634

Rp 382.124.366

$$\frac{\text{Rp } 382.124.367}{\text{Rp } 1.238.325.739} = 0,308581462$$

$$0,308581462 \times 12 \text{ bulan} = 3,702977539$$

$$0,702977539 \times 30 \text{ hari} = 21,08932618$$

Berdasarkan perhitungan didapat bahwa masa pengembalian atau *payback period* atas rencana ekspansi CV. LESTARI adalah 1 tahun 3 bulan 21 hari. Dibandingkan dengan dengan masa pengembalian yang diharapkan perusahaan selama 4 tahun, *payback period* rencana proyek lebih cepat. Dengan demikian berdasarkan penilaian kelayakan dengan menggunakan metode *paybck period*, proyek ekspansi ini dikatakan “layak” untuk dilaksanakan.

3.) Metode *Average Rate of Return* (ARR)

Average rate of return (ARR) mengukur besar tingkat keuntungan rata-rata yang diperoleh atas suatu investasi. Untuk menentukan layak atau tidaknya suatu rencana investasi hasil angka yang didapat dari perhitungan ARR (dalam presentase) dibandingkan dengan biaya modal perusahaan.

$$\begin{aligned} \text{Average EAT} &= \frac{\text{Total EAT}}{n} \\ &= \frac{\text{Rp } 9.535.580.812}{5} \\ &= \text{Rp } 1.907.116.162 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Average Investment} &= \frac{\text{Investment}}{2} \\ &= \frac{\text{Rp } 1.260.550.000}{2} \\ &= \text{Rp } 630.275.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Average Rate of Return} &= \frac{\text{Average EAT}}{\text{Average Investment}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 1.907.116.162}{\text{Rp } 630.275.000} \\
 &= 302,58 \%
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan didapat angka ARR atas rencana ekspansi yang dilakukan CV. LESTARI yaitu sebesar 302,58%, sedangkan besar biaya modal rata-rata tertimbang perusahaan (WACC) yaitu 36,39%. Angka ARR lebih besar daripada biaya modal rata-rata tertimbang perusahaan (WACC) ($302,58\% > 36,39\%$). Jadi menurut penilaian kelayakan dengan menggunakan metode ARR proyek “layak” untuk dilaksanakan.

4.) Metode *Internal Rate of Return* (IRR)

Internal Rate of Return (IRR) menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih di masa datang. Penggunaan IRR dalam penilaian kelayakan suatu investasi tergantung pada besar *rate of return* yang diperoleh dibandingkan dengan tingkat pengembalian yang digunakan sebagai *discount factor* (df) dalam menentukan *present value* atas *cash inflow* yang diterima. Perhitungan IRR dilakukan secara *trial and error* sampai akhirnya diperoleh tingkat diskon factor yang akan menyebabkan besar NPV sama dengan nol ($NPV = 0$).

Tabel 67
CV. LESTARI
Perhitungan *trial error*
Present Value Cash Inflow
(*PVCI*)

Tahun	<i>Incremental Cash Inflow</i>	90%	<i>Present Value Cash Inflow (PVCI)</i>	91%	<i>Present Value Cash Inflow (PVCI)</i>
2007	Rp 878.425.634	0,5263158	Rp 462.329.280	0,5235602	Rp 459.908.709
2008	Rp 1.238.325.739	0,2770083	Rp 343.026.521	0,2741153	Rp 339.444.023
2009	Rp 1.557.702.762	0,1457938	Rp 227.103.479	0,1435159	Rp 223.555.052
2010	Rp 1.872.349.013	0,0767336	Rp 143.672.088	0,0751392	Rp 140.686.795
2011	Rp 2.181.073.618	0,0403861	Rp 88.085.073	0,0393399	Rp 85.803.201
Total PVCI			Rp1.264.216.441	Total PVCI	Rp 1.249.397.779
Initial Investment			Rp1.260.550.000	Initial Investment	Rp 1.260.550.000
			Rp 3,666,441		Rp (11.152.220)

Sumber : Data diolah

Pada discount rate 90% dan 91% berturut-turut diperoleh NPV positif dan negative, maka proses trial and error dilanjutkan dengan interpolai untuk mendapatkan IRR yang sebenarnya.

90%	Rp 1,264,216,441	Rp 1.264.216.441
Initial Investment	Rp -	Rp 1,260,550,000
91%	Rp 1,249,397,779	Rp -
	Rp 14,818,662	Rp 3,666,441

$$\begin{aligned}
 \text{IRR} &= 90 \% + \frac{\text{Rp } 3.666.441}{\text{Rp } 14.818.662} \times 1 \% \\
 &= 90 \% + 0,247421\% \\
 &= 90,25 \%
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas dapat di lihat bahwa IRR yang dihasilkan adalah 90,25 %, sedangkan biaya modal sebesar 36,39 %. Tingkat IRR lebih besar daripada biaya modal rata-rata tertimbang perusahaan (WACC) yang digunakan sebagai *discount factor* (90,25 % > 36,39 %). Sehingga menurut penilaian kelayakan dengan menggunakan metode IRR proyek “layak” untuk dilaksanakan.

5.) Metode *Profitability Index* (PI)

Profitability Index (PI) atau *benefit and cash ratio* (B/C ratio) mengukur rasio aktivitas atas nilai sekarang penerimaan kas bersih (PNCI) dengan nilai sekarang pengeluaran investasi.

$$\begin{aligned}
 \textit{Profitability Index} &= \frac{\textit{Present Value Cash Inflow}}{\textit{Present Value Initial Investment}} \\
 &= \frac{\text{Rp 3.373.571.453}}{\text{Rp 1.260.550.000}} \\
 &= 2,68
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan didapat *profitability index* (PI) sebesar 2,68. PI lebih besar dari satu (PI > 1) berarti proyek tersebut menguntungkan, sehingga penilaian kelayakan proyek ekspansi dengan menggunakan metode *profitability index* (PI) dikatakan “layak” untuk dilaksanakan.

BAB V PENUTUP

1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan berkaitan dengan kelayakan rencana ekspansi yang akan dilakukan oleh perusahaan jasa, Persewaan Alat Pesta dan dekorasi CV. LESTARI, maka dapat disimpulkan bahwa :

a. Aspek Pasar

Ditinjau dari aspek pasar, rencana ekspansi CV. LESTARI dapat dikatakan layak untuk dilaksanakan. Dengan rencana ekspansi yang akan dilakukan, CV. LESTARI dapat semakin luas dalam menjangkau *market share*-nya di wilayah kota Malang dan sekitarnya, sehingga CV. LESTARI dapat memenuhi permintaan konsumen yang mengalami peningkatan setiap tahunnya.

b. Aspek Keuangan

1. Kebutuhan investasi untuk ekspansi yang dilakukan oleh CV. LESTARI yaitu sebesar Rp. 1.260.550.000. Sumber dana untuk memenuhi investasi didapat melalui dua sumber, yaitu dari modal sendiri sebesar Rp. 882.485.000 dan modal pinjaman dari pihak ketiga (bank) sebesar Rp. 378.165.000.
2. Rencana ekspansi ditinjau dari aspek keuangan dengan kriteria penilaian investasi menggunakan metode *net present value* (NPV) layak dilaksanakan, dengan nilai *net present value* (NPV) sebesar Rp 1.666.036.538 (NPV > 1).
3. Rencana ekspansi ditinjau dari aspek keuangan dengan kriteria penilaian investasi menggunakan metode *payback period* layak dilaksanakan, karena masa pengembalian menurut rencana lebih cepat, yaitu selama 1 tahun 3 bulan 21 hari dibandingkan dengan masa pengembalian yang diharapkan perusahaan yaitu selama 4 tahun.
4. Rencana ekspansi ditinjau dari aspek keuangan dengan kriteria penilaian investasi menggunakan metode *Average Rate of Return*

(ARR) layak dilaksanakan, dengan hasil perhitungan angka ARR lebih besar daripada biaya modal rata-rata tertimbang perusahaan (WACC) perusahaan ($302,58\% > 36,39\%$).

5. Rencana ekspansi ditinjau dari aspek keuangan dengan kriteria penilaian investasi menggunakan metode *Internal Rate of Return* (IRR) layak dilaksanakan, berdasarkan hasil perhitungan tingkat IRR lebih besar daripada biaya modal rata-rata tertimbang perusahaan (WACC) yang digunakan sebagai *discount factor* ($90,25\% > 36,39\%$).
6. Rencana ekspansi ditinjau dari aspek keuangan dengan kriteria penilaian investasi menggunakan metode *profitability index* (PI) layak dilaksanakan dengan angka PI sebesar 2,68 ($PI > 1$).

2. Saran

Penulis memberikan saran kepada CV. LESTARI yang mungkin dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menjalankan aktivitas perusahaan :

- a. Untuk dapat melaksanakan rencana ekspansi dengan sebaik-baiknya dan seoptimal mungkin untuk dapat meningkatkan laba sesuai yang diharapkan.
- b. Diharapkan dengan investasi yang dilakukan tidak hanya dapat menambah kuantitas produk atau barang yang disewakan, tetapi juga dapat semakin menambah kualitas, sehingga CV. LESTARI dapat terus berkembang sesuai permintaan pasar dan selera konsumennya.
- c. Mengingat CV. LESTARI merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa, maka diharapkan perusahaan tetap selalu mengutamakan pelayanan yang terbaik untuk konsumennya, sehingga nantinya dapat terwujud hubungan kerjasama yang baik dengan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Baridwan, Zaki. 2000. *Intermediate Accounting*. Yogyakarta: BPFE.
- Husnan, Suad dan Muhammad, Suwarsono. 2000. *Studi Kelayakan Proyek*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Kasmir, SE., MM. dan Jakfar, SE., MM. 2006. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen (Konsep, Manfaat, dan Rekayasa)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Munawir, S. 2002. *Akuntansi (Keuangan dan Manajemen)*. Yogyakarta: BPFE.
- Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. 2003. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Riyanto, Bambang. 1995. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Soeharto, Iman. 1999. *Manajemen Proyek Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Sofyan, Iban. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutojo, Siswanto. 2002. *Studi Kelayakan Proyek*. Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka.
- Syamsuddin, Lukman. 2000. *Manajemen Keuangan Perusahaan (Konsep Aplikasi dalam: Perencanaan, Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan)*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Umar, Husein. 2003. *Studi Kelayakan dalam Bisnis Jasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Zubir, Zalmi, SE, MBA. 2006. *Studi Kelayakan Usaha*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.