

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Studi Kelayakan

1. Definisi Studi Kelayakan

“Studi kelayakan adalah penelitian tentang dapat tidaknya suatu proyek (biasanya merupakan proyek investasi) dilaksanakan dengan berhasil”(Jumingan, 2011:3). Studi kelayakan juga dapat diartikan sebagai sebuah studi untuk mengkaji secara mendalam mengenai kelayakan sebuah usaha. Indikator layak atau tidaknya sebuah usaha dapat dilihat dari perbandingan semua faktor ekonomi yang akan dialokasikan ke dalam sebuah usaha atau bisnis baru dengan hasil pengembaliannya yang akan diperoleh dalam jangka waktu tertentu (Johan, 2011:8). Sucipto (2011:2) juga memberikan penjelasan bahwa studi kelayakan bisnis adalah penelitian yang mendalam tentang dapat tidaknya atau layak tidaknya rencana bisnis dilakukan dengan berhasil dan menguntungkan (tidak hanya keuntungan ekonomis/finansial), akan tetapi cenderung melihat kemanfaatan yang lebih luas (makro) bagi daerah atau lokasi dimana bisnis tersebut dilaksanakan. Berdasarkan definisi yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwa studi kelayakan bisnis adalah sebuah studi yang digunakan untuk menilai layak atau tidaknya sebuah bisnis dilakukan dengan pertimbangan mendapatkan keuntungan.

2. Tujuan Studi Kelayakan

Terdapat empat pihak yang berkepentingan untuk mencapai tujuan dari adanya studi kelayakan bisnis yaitu: (Jumingan, 2011:7-8)

a. Pihak Investor

Studi kelayakan bisnis ditujukan untuk melakukan penilaian dari kelayakan usaha untuk menjadi masukan dan dasar bagi investor untuk membuat keputusan investasi yang lebih objektif.

b. Analis Studi Kelayakan

Studi kelayakan bisnis ditujukan untuk analis studi kelayakan sebagai penunjang dalam melakukan tugasnya, yakni menilai usaha baru, pengembangan usaha baru, dan menilai kembali usaha yang sudah ada.

c. Masyarakat

Hasil dari studi kelayakan bisnis berguna bagi masyarakat sebagai peluang untuk meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian rakyat baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung sebagai akibat dari adanya nilai tambah dari munculnya proyek tersebut.

d. Pemerintah

Hasil dari studi kelayakan bisnis berguna bagi pemerintah untuk tujuan pengembangan sumber daya manusia, berupa penyerapan tenaga kerja. Pemerintah dapat menambah manfaat dari adanya usaha dengan menambah pemasukan dari pajak penghasilan (PPh) dan retribusi berupa biaya perizinan, biaya pendaftaran, biaya administrasi, dan lainnya yang layak diterima sesuai ketentuan yang berlaku.

3. Manfaat Studi Kelayakan

Manfaat studi kelayakan bisnis yaitu: (Sucipto, 2011:4)

a. Manfaat Finansial

Manfaat ini diperoleh para pelaku bisnis jika dirasa menguntungkan dibandingkan risiko yang dihadapi.

b. Manfaat Ekonomi Nasional

Bisnis tidak hanya memberikan keuntungan secara ekonomis saja tapi juga memberikan manfaat bagi peningkatan ekonomi negara secara makro.

c. Manfaat sosial

Studi kelayakan bisnis dapat memberikan manfaat terutama bagi masyarakat di sekitar lokasi bisnis yang sedang dijalankan tersebut.

4. Aspek-aspek Studi Kelayakan

Menurut Johan (2011:9-12), ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan sebelum dimulainya studi kelayakan yang dapat dikategorikan sebagai berikut:

a. Aspek Industri

Aspek industri menganalisis struktur industri seperti persaingan yang ada, kekuatan dan penawaran pembeli, barang substitusi, dan kekuatan *supplier* bahan baku (Johan, 2011:9). Kemampuan pesaing untuk memasuki industri juga perlu untuk dianalisis dalam aspek ini. Hal tersebut perlu untuk dicermati, karena jika sebuah industri memiliki persaingan ketat akan sulit untuk dimasuki.

b. Aspek Pasar

Pasar memiliki banyak pengaruh bagi kehidupan bisnis, termasuk jika pasar dalam kondisi menurun maka usaha yang akan dijalankan pasti akan menemui hambatan untuk berhasil. Studi kelayakan perlu menelaah aspek pasar dari segi kondisi permintaan dan penawaran yang ada, kondisi pasar baik yang sedang berkembang atau menurun, dan juga potensi yang dimiliki untuk bisa berkembang. Pasar di sini tidak harus domestik saja, melainkan dalam arus global karena persaingan tidak hanya terjadi untuk pasar domestik.

Permintaan pasar adalah jumlah barang yang diminta atau dibutuhkan oleh konsumen. Herlianto (2009:9) memaparkan bahwa permintaan efektif adalah permintaan yang didukung oleh daya beli, sedangkan permintaan potensial adalah permintaan yang didasarkan pada kebutuhan saja. Analisis permintaan juga penting dilakukan jika dibarengi dengan perhitungan proyeksi permintaan. Tujuannya adalah untuk mengetahui jumlah permintaan produk pada masa yang akan datang. Menurut Sutojo dalam Afyah (2015:27-28), beberapa metode yang digunakan untuk menghitung proyeksi permintaan di antaranya:

1) Metode *Arithmetic (Linier) Trend*

Metode *Arithmetic (Linier) Trend* digunakan apabila fluktuasi permintaan produk pada tahun-tahun yang lampau tidak terlalu tajam. Persamaan yang digunakan adalah matematis garis lurus. Berikut ini

fungsi persamaan yang digunakan dalam metode *Arithmetic (linier)*

trend: (Sucipto, 2011: 50-51)

$$Y = a + bx$$

Sumber: Sucipto (2011:51)

Koefisien (nilai a dan b) ditentukan dengan rumus:

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

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

Sumber: Sucipto (2011:51)

Sumber: Sucipto (2011:51)

Asumsi $\sum X = 0$

Keterangan:

a = rata-rata permintaan masa lalu

b = koefisien yang menunjukkan perubahan setiap tahun

Y = nilai data hasil ramalan permintaan

n = jumlah data runtut waktu

X = waktu tertentu yang telah diubah menjadi bentuk kode

2) Metode *Second and Higher Degree Polynomial Trend*

Rumus yang dapat digunakan adalah *trend* parabola yaitu

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

Keterangan:

Y = jumlah permintaan yang dicari

a = konstanta (nilai yang sifatnya tetap)

b dan c = nilai-nilai *trend* perubahan permintaan produk dari satu masa ke masa berikutnya

X = deviasi

3) Metode *Moving Average*

Menurut metode ini, jumlah permintaan produk pada masa yang akan datang dapat diperkirakan dengan jalan mengekstrapolasi jumlah rata-rata permintaan selama urutan waktu tertentu masa yang lampau. Penyusunan perkiraan permintaan produk masa yang akan datang dilakukan dengan urutan langkah berikut:

- a) Angka permintaan produk pada masa-masa yang lalu disusun dalam sebuah tabel
- b) Menghitung jumlah permintaan produk tiap urutan masa tertentu
- c) Menghitung jumlah rata-rata permintaan tiap urutan masa
- d) Menghitung selisih jumlah permintaan rata-rata tiap urutan masa
- e) Perkiraan permintaan produk pada masa yang akan datang dihitung dengan menambah jumlah rata-rata tahun terakhir.

c. Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran mengkaji struktur produk atau jasa yang telah ada di pasar serta berkaitan dengan rencana produk atau jasa yang akan ditawarkan. Berbagai segi yang perlu diperhatikan untuk mengkaji perencanaan barang atau jasa dengan produk atau jasa yang telah ada di pasar yaitu *value proposition*, bauran pemasaran, dan perilaku konsumen. Berdasarkan pertimbangan berbagai segi tersebut, maka perusahaan bisa menentukan strategi atas produk yang akan diluncurkan.

Bauran pemasaran dapat mewakili strategi pemasaran untuk mengembangkan keuntungan kompetitif dan rencana untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan demi laba (Jumingan, 2009:73). Terdapat empat unsur dalam bauran pemasaran yang biasa dikenal dengan 4P, yaitu:

1) *Product* (Produk)

Produk memiliki peran yang penting dalam bauran pemasaran karena produk berhubungan dengan sesuatu yang dihasilkan dalam proses produksi yang memiliki nilai jika dikonsumsi. Setiap produk yang ditawarkan oleh perusahaan tentunya harus memiliki kualitas yang bagus. Menurut Machfoedz (2007:84), kualitas produk merupakan suatu unit sifat yang membentuk citra suatu barang atau jasa yang menentukan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan.

2) *Price* (Harga)

Machfoedz (2007:85) memaparkan bahwa harga merupakan faktor penentu permintaan pasar pada suatu barang atau produk. Konsumen beranggapan bahwa semakin bagus kualitas dari suatu produk maka harga yang ditawarkan juga semakin tinggi. Jumingan (2009:77) menjelaskan bahwa strategi harga tergantung pada faktor-faktor di antaranya harga harus mencerminkan pasar sasaran, sifat produk, kebutuhan dari lokasi, struktur harga, dan jenis produk/jasa yang akan ditawarkan.

3) *Place* (Tempat atau distribusi)

Strategi distribusi perlu diterapkan sebelum memasarkan sebuah produk. Saluran distribusi merupakan perantara untuk menyalurkan hasil produksi dari produsen ke konsumen. Machfoedz (2007:102) memberikan penjelasan bahwa saluran distribusi mempunyai perantara pemasaran yang langsung berhubungan dengan pembelian atau penjualan produk dari produsen kepada konsumen.

4) *Promotion* (Promosi)

Salah satu kegiatan pemasaran yang dilakukan adalah promosi. Promosi merupakan upaya yang dilakukan untuk memberikan informasi kepada konsumen mengenai perusahaan dan produk yang dihasilkan. Menurut Jumingan (2009:79), strategi promosi hendaknya mencakup siapa, apa, kapan, dan di mana penentuan usaha dapat memenuhi semua keinginan orang.

d. Aspek Keuangan/finansial

Perusahaan dapat menentukan layak atau tidaknya sebuah usaha atau bisnis dijalankan setelah menelaah faktor produksi dijalankan. Indikator yang menentukan yakni berasal dari keuntungan, jika keuntungan atau pengembalian hasil lebih besar atau sama sesuai dengan hasil yang diinginkan, maka usaha atau bisnis tersebut layak untuk dijalankan dan sebaliknya.

1) Sumber Modal

Menurut Sucipto (2011:168), dilihat dari segi sumber asalnya, modal dibagi menjadi 2 macam, yaitu:

a) Modal Asing (pinjaman)

Modal asing atau modal pinjaman adalah modal yang diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh secara pinjaman. Jika menggunakan modal pinjaman untuk mendanai suatu usaha, maka akan dikenakan beban biaya yang besarnya relatif dan terdapat pula kewajiban untuk mengembalikan pinjaman setelah jangka waktu tertentu. Modal yang diperoleh dari pinjaman ini memiliki beberapa keuntungan. Jumlah yang relatif tidak terbatas dapat diperoleh dan pihak manajemen akan memiliki motivasi untuk bersungguh-sungguh dalam menjalankan usahanya. Sumber dana dari modal asing dapat diperoleh antara lain dari:

1) Pinjaman dari dunia perbankan

2) Pinjaman dari lembaga keuangan seperti perusahaan modal ventura, asuransi, *leasing*, dana pension, atau lembaga keuangan lainnya

3) Pinjaman dari perusahaan nonbank lainnya seperti obligasi, *project finance*, dan lainnya.

b) Modal Sendiri

Modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari pemilik perusahaan dengan cara mengeluarkan saham baik secara tertutup maupun terbuka. Penggunaan modal sendiri ini memiliki beberapa keuntungan, seperti tidak adanya beban biaya bunga dan tidak ada kewajiban bagi pihak manajemen untuk mengembalikan modal yang telah digunakan. Kerugian jika menggunakan modal sendiri salah satunya adalah dana yang dimiliki terbatas dan relatif sulit untuk memperolehnya.

2) Alat Analisis Kelayakan

Beberapa metode analisis keuangan yang digunakan dalam aspek ini adalah: (Husnan & Suwarsono, 2005 : 206)

a) Metode Pengembalian Investasi (*Payback Method*)

Metode *Payback period* (PP) merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu usaha dengan cara mengukur seberapa cepat suatu investasi kembali (Sucipto, 2011:176). Metode ini dapat dilakukan dengan cara menjumlahkan semua yang dihasilkan dalam jangka waktu tertentu dibandingkan dengan modal atau investasi awal. Metode ini menghitung berapa lama jangka waktu pengembaliannya (Johan, 2011:119).

Menurut Sucipto (2011:176), terdapat dua macam model perhitungan yang dapat digunakan untuk menghitung masa pengembalian investasi, yaitu:

1) Jika aliran kas per tahun jumlahnya sama

$$Payback\ period = \frac{Total\ Investment}{Cash\ flow/tahun} \times 1\ tahun$$

Sumber: Sucipto (2011:76)

2) Jika aliran kas tidak sama maka harus dicari satu per satu yakni dengan cara mengurangi total investasi dengan *cash flow*nya sampai diperoleh hasil total investasi sama dengan *cash flow* pada tahun tertentu.

$$Payback\ period = n + \frac{a-b}{c-b} \times 1\ tahun$$

Sumber: Sucipto (2011:76)

Keterangan:

n = tahun terakhir di mana jumlah *cash flow* masih belum bisa menutup *original investment*

a = jumlah *original investment*

b = jumlah kumulatif *cash flow* pada tahun ke n

c = jumlah kumulatif *cash flow* pada tahun ke $n + 1$

Kriteria kelayakan dalam metode ini adalah sebagai berikut:

(Johan, 2011:120)

Proyek dinyatakan layak jika masa pemulihan modal investasi lebih pendek dari usia ekonomis,

Proyek dinyatakan tidak layak jika masa pemulihan modal investasi lebih lama dibandingkan usia ekonomisnya.

b) Metode *Average Rate of Return (ARR)*

Metode ini mengukur seberapa besar tingkat keuntungan rata-rata yang diperoleh dari suatu investasi. Angka yang dipergunakan adalah laba setelah pajak dibandingkan dengan total *average investment*. Hasil yang diperoleh dinyatakan dalam persentase. Angka ini kemudian diperbandingkan tingkat keuntungan yang disyaratkan. Metode ini menggunakan dasar laba akuntansi, sehingga angka yang digunakan adalah laba setelah pajak (EAT) yang dibandingkan dengan rata-rata investasi. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$ARR = \frac{\text{Average earning after taxes}}{\text{Initial investment}}$$

Sumber : Syamsuddin (2011:442)

Kriteria kelayakan dalam metode ini adalah sebagai berikut:

(Sucipto, 2011:176)

Apabila hasil perbandingan prosentase $ARR > return$ yang diisyaratkan maka usulan proyek investasi tersebut layak (diterima),

Apabila $ARR < return$ yang diisyaratkan maka usulan proyek investasi tersebut dinyatakan tidak layak.

c) Metode Nilai Sekarang (*Net Present Value*)

Metode *Net Present Value (NPV)* adalah metode yang menghitung selisih antara nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih (*present value of*

proceed) baik dari *operational cash flow* maupun dari *terminal cash flow* pada masa yang akan datang (selama umur investasi) (Sucipto, 2011:177). Menurut Syamsuddin (2011:448), rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{NPV} = \text{present value cash inflow} - \text{present value investasi}$$

Sumber: Syamsuddin (2011: 448)

Kriteria kelayakan dalam metode ini adalah: (Johan, 2011:122)

Proyek dinilai layak jika NPV bernilai positif

Proyek dinilai tidak layak jika NPV bernilai negatif

d) Metode *Profitability Index* (PI)

Indeks profitabilitas adalah rasio atau perbandingan antara jumlah nilai sekarang arus kas selama umur ekonomisnya dan pengeluaran awal proyek (Johan, 2011:122). Syamsuddin (2011: 453) juga memaparkan bahwa *profitability index* juga bisa disebut dengan B/C ratio. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut: (Syamsuddin. 2011:453)

$$\text{PI} = \frac{\Sigma \text{PV Kas Bersih}}{\Sigma \text{PV Investasi}} \times 100\%$$

Sumber: Kasmir & Jakfar (2012:108)

Kriteria kelayakan dalam metode ini adalah: (Johan, 2011:123)

Proyek dinilai layak jika $\text{PI} \geq 1,00$

Proyek dinilai tidak layak jika $\text{PI} < 1,00$.

e) Metode Tingkat Balik Internal (*Internal Rate of Return*)

IRR merupakan metode penilaian kelayakan proyek dengan menggunakan perluasan metode Nilai Sekarang. Pada posisi NPV=0 akan diperoleh tingkat persentase tertentu (misalnya IRR-x%). Rumus yang digunakan dalam metode ini adalah sebagai berikut: (Kasmir&Jakfar, 2012: 105)

$$\text{IRR} = i_1 + \frac{\text{NPV}_1}{\text{NPV}_1 - \text{NPV}_2} \times (i_2 - i_1)$$

Sumber: Kasmir & Jakfar (2012:105)

Keterangan:

i_1 = tingkat bunga 1 (tingkat *discount rate* yang menghasilkan NPV1)

i_2 = tingkat bunga 2 (tingkat *discount rate* yang menghasilkan NPV2)

NPV₁ = net present value 1

NPV₂ = net present value 2

Kriteria kelayakan dalam metode ini adalah: (Johan, 2011:124)

Proyek dinilai layak jika IRR lebih besar dari persentase biaya modal (bunga kredit) atau sesuai dengan persentase keuntungan yang ditetapkan investor,

Proyek dinilai tidak layak jika IRR lebih kecil dari biaya modal atau lebih rendah dari tingkat keuntungan yang diinginkan investor

e. Aspek Manajemen

Aspek ini tergolong aspek yang penting karena terkait dengan fungsi koordinasi dan sinkronisasi antara semua faktor produksi yang ada. Visi dan misi ditentukan dalam aspek ini, sehingga semua faktor produksi bisa diarahkan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Hal tersebut dapat

membentuk budaya organisasi yang agresif, kekeluargaan, kompetitif, dan individualistis (Johan, 2011:70).

Aspek manajemen juga menganalisis mengenai pengorganisasian sumber daya yang terarah sehingga tercipta hubungan yang harmonis untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Terdapat beberapa bentuk organisasi seperti organisasi garis, organisasi fungsional, organisasi staf, dan matriks. Pendelegasian wewenang serta pembagian kerja juga terdapat dalam aspek ini sehingga dapat memudahkan dalam memilih organisasi seperti apa yang akan dibentuk.

f. Aspek Teknik dan Produksi

Pembahasan dalam aspek teknis meliputi penentuan lokasi proyek, perolehan bahan baku produksi, penyusunan peralatan pabrik dan proses produksi, serta pemilihan mesin dan jenis teknologi yang digunakan untuk menunjang produksi. Sistem produksi dan sumber-sumber daya yang akan diinvestasikan akan dimasukkan dalam aspek produksi. Teknologi yang digunakan, lokasi usaha, dan *lay out* juga wajib dipertimbangkan dalam studi kelayakan bisnis (Johan,2011:11). Proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan juga seringkali menemui hambatan-hambatan, seperti hambatan dalam jadwal produksi dan jumlah produksi. Hal tersebut menjadi alasan penting bagi hambatan untuk ditelaah dalam aspek teknik dan produksi.

g. Aspek Sumber Daya Manusia

Kualitas serta sumber daya manusia yang digunakan juga berperan penting. Segala hal yang berhubungan dengan sumber daya manusia seperti pengembangan, kompensasi, serta sistem penilaian karya sumber daya manusia mutlak ditelaah secara mendalam. Kapasitas sumber daya yang diperlukan untuk setiap posisi dan kriteria yang harus dipenuhi juga termasuk dalam aspek sumber daya manusia.

h. Aspek Lingkungan

Usaha yang dijalankan tidak akan pernah terlepas dari lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Kesejahteraan lingkungan masyarakat sekitar sangat penting untuk dipertimbangkan. Aspek ini terdiri dari aspek ekonomi, aspek sosial budaya, aspek politik, dan aspek lingkungan hidup.

i. Aspek Hukum dan Yuridis

Aspek ini menyangkut bentuk badan hukum usaha, peraturan-peraturan yang berlaku di industri tertentu, peraturan-peraturan keuangan, sistem proteksi industri, dan subsidi yang berlaku.

5. Tahap-tahap Studi Kelayakan

Menurut Johan (2011:13-14), tahap-tahap dari studi kelayakan bisnis terdiri dari:

a. Inisiatif pengembangan usaha

Tahap awal munculnya inisiatif pengembangan usaha, mungkin timbul karena melihat adanya permintaan terselubung maupun pengembangan usaha yang telah ada. Ide pengembangan usaha perlu diikuti dengan proses penelitian yang saksama, mengingat banyaknya usaha yang gagal karena tidak didukung penelitian dan persiapan yang matang.

b. Penelitian potensi inisiatif pengembangan usaha

Tahap kedua merupakan tahap penelaahan potensi inisiatif dengan melakukan penelusuran terhadap aspek-aspek yang ada dan implikasi termasuk potensinya.

c. Evaluasi

Melakukan evaluasi terhadap aspek-aspek yang ada dan menarik kesimpulan melalui pengkajian aspek keuangan dan dukungan keuangan yang ada dalam bentuk faktor-faktor produksi.

d. Penentuan

Tahap ini akan menentukan kelayakan dijalankannya usaha tersebut. Jika tidak layak, maka apakah perlu dilakukan penelitian ulang kembali ke tahap 2 atau perlu ditunda atau pencarian inisiatif baru pengembangan usaha. Kemungkinan-kemungkinan risiko yang bisa timbul dan cara mitigasinya juga ditentukan dalam tahap ini.

e. Tahap perencanaan pelaksanaan

Tahap selanjutnya adalah perencanaan pelaksanaan dengan memulai penjadwalan dan juga persiapan pelaksanaan yakni mendapatkan komitmen dari para pihak yang terlibat yakni manajemen, investor, kreditor, pemerintah, masyarakat dan lainnya.

f. Pelaksanaan

Tahapan ini dibagi menjadi dua, yaitu:

1) Tahap pelaksanaan usaha atau bisnis

Tahap pelaksanaan merupakan tahapan yang sangat penting. Risiko dan hambatan akan muncul di tahapan ini, sehingga diperlukannya perbaikan atau revisi terhadap perencanaan awal. Perubahan kondisi lingkungan yang diasumsikan di awal juga dimungkinkan akan terjadi, sehingga diperlukannya penyesuaian.

2) Tahap evaluasi terhadap perencanaan dibandingkan dengan kenyataan

Tahapan evaluasi ini memungkinkan adanya beberapa alternatif yang akan dievaluasi bersamaan dan ditentukan inisiatif mana yang paling layak untuk diteruskan dengan pertimbangan akan sumber daya yang ada dengan alokasi modal yang diperlukan dan hasil pengembalian yang dihasilkan maksimal.

B. Pengembangan Usaha

1. Mengembangkan Rencana Usaha

Pada saat wirausaha menciptakan suatu ide bisnis, cara-cara untuk menerapkan fungsi-fungsi bisnis yang baru saja digambarkan penting untuk diperhatikan agar bisnis bisa berhasil. Rencana bisnis adalah suatu deskripsi rinci dari bisnis yang diusulkan, termasuk suatu deskripsi dari bisnis jenis

pelanggan yang ingin ditarik , kondisi persaingan, dan fasilitas yang diperlukan untuk produksi (Anoraga, 2007:20). Rencana bisnis dikembangkan dengan fokus kepada pemegang kepentingan, khususnya karyawan, pemasok dan kreditor serta cara yang dilakukan untuk memuaskan pelanggan dan pemilik bisnis.

2. Motif Pengembangan Usaha

Perusahaan pada umumnya akan selalu menginginkan untuk berkembang menjadi lebih besar dan lebih menguntungkan sebagaimana juga motif ekonomi setiap pribadi manusia. Perusahaan akan mempertimbangkan untuk menciptakan sinergi dengan usaha yang ada. Misalkan pada saat ini perusahaan X yang memiliki usaha di bidang A, ingin memperbesar pangsa pasarnya, maka perusahaan X dapat melakukan akuisisi perusahaan B di industri yang sama dengan tujuan pencapaian skala ekonomi sehingga bisa memberikan keuntungan yang lebih. Bisa juga perusahaan X melakukan integrasi ke atas atau ke bawah industri ada saat ini, agar terciptanya sinergi dengan usaha perusahaan X. Penghematan biaya dan harga atau disebut *transfer pricing* antarunit bisnis akan didapat jika adanya sinergi ke hulu atau ke hilirnya industri.

Tujuan tersebut dapat mendorong keinginan untuk mengembangkan usaha. Investor pribadi maupun perusahaan investasi menggunakan beberapa cara sebagai berikut:

- a. Menciptakan perusahaan baru untuk memproduksi produk baik lama maupun baru di pasar untuk ditawarkan ke pasar.

- b. Mengakuisisi perusahaan yang telah ada di pasar atau melakukan investasi dengan membeli sebagian saham perusahaan tersebut.
- c. Meluncurkan produk baru yang akan ditawarkan ke pasar.
- d. Mengakuisisi produk yang telah ada di pasar tanpa perusahaannya, karena mungkin produk tersebut telah dikenal akan tetapi masih belum maksimal.

3. Ide Pengembangan Usaha

Menurut Johan (2011:23), perusahaan dalam mengembangkan usahanya bisa menempuh beberapa cara sebagai berikut:

- a. Meluncurkan Produk Baru

Hampir semua produk yang dimiliki oleh perusahaan memiliki siklus hidup. Produk-produk tersebut memerlukan inovasi-inovasi baru untuk memuaskan konsumen, karena konsumen merupakan faktor penting dalam sasaran produk dan mengingat bahwa konsumen memiliki tingkat kepuasan yang cenderung berubah seiring dengan berubahnya kemampuan ekonomi dan pola hidup yang ada di lingkungan masyarakat. Peluncuran produk baru ini sering dilakukan oleh perusahaan karena hal tersebut merupakan strategi dari perusahaan untuk tetap mempertahankan hidupnya dan konsumen sebagai sasaran produknya.

- b. Mendirikan Unit Usaha baru

Perusahaan juga dapat melakukan pendirian unit usaha baru yang cenderung memiliki potensi untuk berkembang dan memiliki hubungan lini bisnis dengan usaha perusahaan yang ada sekarang. Hal tersebut bisa

memunculkan timbulnya integrasi vertikal dan horizontal terhadap keseluruhan bisnis yang telah ada dan menghasilkan sinergi.

c. Mengakuisisi Produk yang telah ada

Perusahaan dapat melakukan akuisisi produk yang telah ada dan kemudian dikembangkan lagi menjadi produk yang bagus. Biasanya, pertama kali perusahaan akan menemukan produk yang baru di pasaran. Selanjutnya, perusahaan mulai berpikir untuk melakukan kombinasi dengan produk tersebut menggunakan nama besar perusahaan termasuk sistem dan jaringan yang ada, maka produk tersebut diyakini dapat memiliki kekuatan yang lebih dan pasar yang lebih besar.

d. Mengakuisisi Perusahaan yang telah ada

Perusahaan dapat mengakuisisi perusahaan lainnya dengan tujuan mengembangkan usahanya melalui merger dan akuisisi. Perusahaan dapat melakukan akuisisi dengan perusahaan sejenis sehingga bisa dilakukan merger, dan bisa juga mengakuisisi sahamnya lalu kemudian dikembangkan. Jika perusahaan melakukan akuisisi, maka cenderung perusahaan mengakuisisi perusahaan yang memiliki integrasi vertikal dan horizontal terhadap bisnis yang ada. Hal tersebut bisa menciptakan sinergi yang kuat serta menghasilkan nilai lebih bagi pemegang saham.

C. Investasi

1. Pengertian Investasi

Investasi Bisnis adalah suatu kegiatan penanaman modal yang dilakukan oleh individu maupun institusi dengan harapan untuk mendapat keuntungan di

masa yang akan datang. Tandelilin (2010:10) juga mengemukakan bahwa investasi adalah komitmen atas sejumlah dana atau sumber lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan di masa datang. Apabila perusahaan ingin mendapat laba dari usaha yang dijalankan, maka sangat disarankan untuk melakukan investasi terhadap aktiva yang mendukung kinerja perusahaan sesuai dengan tujuan perusahaan.

2. Karakteristik Investasi

Menurut Halim (2009:4), investasi bisnis memiliki dua karakteristik utama yaitu pertama, sebagian besar investasi bisnis mencakup suatu *asset* yang memiliki umur panjang. Setiap hasil yang diberikan oleh *asset* tersebut harus mampu memberikan keuntungan atas investasi awal dan harus cukup untuk mengembalikan jumlah total investasi mula-mula itu sendiri. Kedua, keuntungan atas investasi bisnis terdistribusi dalam periode waktu yang panjang. Hal ini lah yang mengharuskan bahwa dalam pengambilan keputusan perlu menggunakan konsep yang mengakui nilai waktu dari uang (*time value of money*). Konsep ini mengibaratkan bahwa investor akan lebih suka menerima uang satu juta rupiah hari ini daripada menerima uang satu juta rupiah setahun kemudian. Bisa juga dimisalkan bahwa investor bersedia untuk tidak menikmati uang satu juta rupiah sekarang dan menunda menikmatinya setahun kemudian asalkan uang satu juta rupiah tersedia dalam jumlah yang lebih besar.

3. Jenis-jenis Investasi

Investasi dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu investasi *rill* dan investasi finansial. Menurut Laily dan Pristyadi (2013:169), jenis investasi *rill* dibedakan ke dalam tiga komponen, yaitu:

- a. Investasi tetap perusahaan
- b. Investasi untuk perumahan
- c. Investasi perubahan bersih persediaan perusahaan

Investasi finansial merupakan investasi terhadap surat-surat berharga, misalnya pembelian saham, obligasi, dan sebagainya.

D. Aktiva Tetap

1. Definisi Aktiva Tetap

Aktiva tetap berwujud adalah aktiva-aktiva yang berwujud yang bersifat relatif permanen dan digunakan dalam kegiatan perusahaan yang normal (Baridwan, 2008:271). Aktiva tetap seringkali disebut sebagai “*the earning assets*” (aktiva yang sesungguhnya menghasilkan pendapatan bagi perusahaan) oleh karena aktiva-aktiva tetap inilah yang memberikan dasar bagi “*earning power*” perusahaan (Syamsuddin, 2011:409). Aktiva tetap ini memiliki masa hidup lebih dari satu tahun, sehingga penanaman modal dalam aktiva tetap bisa disebut sebagai investasi jangka panjang. Berdasarkan definisi yang telah dipaparkan di atas maka dapat disimpulkan bahwa aktiva tetap merupakan aktiva yang dimiliki oleh perusahaan yang digunakan dalam kegiatan sehari-hari perusahaan dan memiliki umur lebih dari satu tahun.

2. Pengelompokan Aktiva Tetap

Aktiva tetap dapat dikelompokkan sebagai berikut: (Baridwan, 2008:272)

- a. Aktiva tetap yang tidak terbatas seperti tanah untuk letak perusahaan, pertanian, dan peternakan.
- b. Aktiva tetap yang umurnya terbatas dan apabila sudah habis masa penggunaannya bisa diganti dengan aktiva yang sejenis, misalnya bangunan, mesin, alat-alat, mebel, kendaraan dan lain-lain.
- c. Aktiva tetap yang umurnya terbatas dan apabila sudah habis masa penggunaannya tidak dapat diganti dengan aktiva yang sejenis, misalnya sumber-sumber alam seperti tambang, hutan, dan lain-lain.

3. Cara-cara Perolehan Aktiva Tetap

Cara-cara yang dapat dilakukan dalam perolehan aktiva tetap terdiri dari: (Baridwan, 2008:278)

- a. Pembelian tunai
- b. Pembelian secara gabungan
- c. Perolehan melalui pertukaran
- d. Ditukar dengan Aktiva Tetap yang lain
- e. Pembelian Angsuran
- f. Diperoleh dari Hadiah/Donasi
- g. Aktiva yang dibuat sendiri

E. Depresiasi

1. Definisi Depresiasi

Depresiasi adalah sebagian dari harga perolehan aktiva tetap yang secara sistematis dialokasikan menjadi biaya setiap periode akuntansi. (Baridwan:2008:305). Menurut PSAK No. 17, depresiasi adalah alokasi jumlah suatu aktiva yang dapat disusutkan sepanjang masa manfaat yang diestimasi yang akan dibebankan ke pendapatan baik secara langsung maupun tidak langsung. Berdasarkan definisi yang telah dipaparkan di atas maka dapat

disimpulkan bahwa depresiasi adalah pengalokasian harga perolehan dari suatu aktiva tetap menjadi biaya baik secara langsung maupun tidak langsung.

2. Sebab-sebab Depresiasi

Faktor-faktor yang menyebabkan depresiasi dapat dikelompokkan menjadi dua, yakni: (Baridwan 2008:306)

a. 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.

b. 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.

3. Faktor-faktor Dalam Menentukan Biaya Depresiasi

Ada tiga faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan beban depresiasi setiap periode: (Baridwan, 2008:307)

a. Harga perolehan

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

b. Nilai Sisa

Nilai sisa 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.

c. Taksiran Umur Kegunaan

Taksiran umur kegunaan suatu aktiva dipengaruhi oleh cara-cara pemeliharaan dan kebijaksanaan-kebijaksanaan yang dianut dalam reparasi.

4. Metode Perhitungan Depresiasi

Beberapa metode yang dapat digunakan untuk menghitung beban depresiasi periodik adalah sebagai berikut: (Baridwan, 2008: 308)

a. Metode garis lurus (*straight-line method*)

Beban depresiasi tiap periode pada metode ini jumlahnya sama (kecuali jika ada penyesuaian-penyesuaian) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Depresiasi} = \frac{\text{HP} - \text{NS}}{n}$$

Sumber: Baridwan (2008:308)

Keterangan:

HP = Harga perolehan (*cost*)

NS = Nilai sisa (residu)

n = Taksiran umur kegunaan

b. Metode Jam Jasa

Metode ini didasarkan pada anggapan bahwa aktiva akan lebih cepat rusak bila digunakan sepenuhnya (*full time*) dibanding dengan penggunaan yang tidak sepenuhnya (*part time*). Perhitungan beban depresiasi menggunakan satuan jam jasa dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Depresiasi} = \frac{\text{HP} - \text{NS}}{n}$$

Sumber: Baridwan (2008:310)

Keterangan:

HP = Harga perolehan (*cost*)

NS = Nilai sisa (residu)
 n = Taksiran jam jasa

c. Metode Hasil Produksi

Umur kegunaan aktiva ditaksir dalam satuan jumlah unit hasil produksi. Beban depresiasi dihitung dengan dasar satuan hasil produksi, sehingga depresiasi tiap periode akan berfluktuasi sesuai dengan fluktuasi dalam hasil produksi dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Depresiasi} = \frac{\text{HP} - \text{NS}}{n}$$

Sumber: Baridwan (2008:311)

Keterangan:

HP = Harga perolehan (*cost*)
 NS = Nilai sisa (residu)
 n = Taksiran hasil produksi

d. Metode Beban Berkurang

Beban depresiasi tahun-tahun pertama akan lebih besar daripada beban depresiasi tahun-tahun berikutnya. Metode ini didasarkan pada teori bahwa aktiva yang baru akan dapat digunakan dengan lebih efisien dibandingkan dengan aktiva yang lebih tua. Ada 5 cara untuk menghitung beban depresiasi yang menurun dari tahun ke tahun, yaitu:

1) Metode Jumlah Angka Tahun

Depresiasi dihitung dengan cara mengalikan bagian pengurang (*reducing fractions*) yang setiap tahunnya selalu menurun dengan harga perolehan dikurangi nilai residu. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Sumber: Baridwan (2008:313)

2) Metode Saldo Menurun

Perhitungan depresiasi periodik dilakukan dengan cara mengalikan tarif yang tetap dengan nilai buku aktiva. Nilai buku aktiva yang setiap tahun selalu menurun mengakibatkan beban depresiasi tiap tahunnya juga selalu menurun. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$T = 1 - \sqrt[n]{\frac{NS}{HP}}$$

Sumber: Baridwan (2008:313)

Keterangan :

T = Tarif

N = Umur ekonomis

NS = Nilai Sisa

HP = Harga Perolehan

3) Metode Saldo Menurun Berganda (*Double declining balance method*)

Beban depresiasi dalam metode ini setiap tahunnya menurun. Dasar yang digunakan adalah persentase depresiasi dengan cara garis lurus. Persentase ini dikalikan pada nilai buku aktiva tetap.

4) Metode Tarif Menurun (*declining rate on cost method*)

Perhitungan depresiasi terkadang dilakukan dengan menggunakan tarif (%) yang selalu menurun. Tarif (%) ini setiap

periode dikalikan dengan harga perolehan. Penurunan tarif (%) setiap periode dilakukan tanpa menggunakan dasar yang pasti, tetapi ditentukan berdasarkan kebijaksanaan pimpinan perusahaan.

5) Metode Tarif Kelompok/Gabungan

Metode ini merupakan cara perhitungan depresiasi untuk kelompok aktiva tetap sekaligus. Metode garis lurus diperhitungkan terhadap sekelompok aktiva. Jika aktiva yang dimiliki mempunyai umur dan fungsi yang berbeda, maka aktiva ini bisa dibagi-bagi menjadi beberapa kelompok, untuk masing masing fungsi.

F. Biaya Modal

1. Definisi Biaya Modal

Biaya Modal dapat didefinisikan sebagai tingkat rata-rata pengembalian yang mencerminkan tingkat laba yang dikehendaki oleh investor dalam perusahaan (Margaretha, 2011:96). Marcus (2007:357) juga mendefinisikan bahwa biaya modal merupakan rata-rata tertimbang pengembalian yang diminta oleh investor utang maupun ekuitas. Rata-rata tertimbang adalah ekspektasi tingkat pengembalian yang akan diminta oleh investor atas portofolio semua sekuritas perusahaan yang beredar. Berdasarkan definisi yang telah dipaparkan di atas maka dapat disimpulkan bahwa biaya modal adalah tingkat *return* yang dihasilkan sebagai cerminan tingkat laba yang diinginkan oleh investor.

2. Macam-macam Biaya Modal

Menurut Husnan dan Suwarsono (2005:240-248) biaya modal terdiri dari:

a. Biaya Hutang (*Cost of Debt*)

Biaya hutang merupakan biaya yang ditanggung karena menggunakan sumber dana yang berasal dari pinjaman. Biaya modal dari penggunaan hutang (*cost of debt*) dapat dihitung dengan cara:

$$k_t = k_b (1-t)$$

Sumber: Husnan dan Suwarsono (2005:242)

Keterangan:

k_t = Biaya hutang jangka pendek setelah pajak

k_b = Biaya hutang jangka pendek sebelum pajak yaitu sebesar tingkat hutang

t = Tingkat pajak

b. Biaya Saham Preferen

Saham preferen adalah jenis saham yang memberikan penghasilan tetap berupa deviden saham preferen kepada para pemilikinya. Jika dibandingkan dengan pemilikan obligasi, maka bagi para investor sebenarnya sama saja, karena keduanya memberikan penghasilan yang tetap sifatnya. Berdasarkan pertimbangan perusahaan, kedua jenis modal ini tidak sama biayanya. Deviden tersebut diambilkan dari laba bersih setelah pajak karena saham preferen merupakan modal sendiri.

c. Biaya Saham Biasa

Biaya modal sendiri bisa didefinisikan sebagai tingkat keuntungan minimal yang harus diperoleh suatu investasi yang dibiayai dengan

modal, agar harga saham perusahaan tersebut tidak turun. Biaya modal dari saham biasa dapat dihitung dengan cara:

$$ke = \frac{D}{P_0}$$

Sumber: Husnan dan Suwarsono (2005:244)

Keterangan:

ke = Biaya modal sendiri dari saham biasa

D = Deviden per lembar saham yang konstan setiap tahun

P₀ = Harga saham pada saat ini

d. Biaya Laba yang Ditahan

Pada prinsipnya biaya laba yang ditahan sama dengan biaya modal sendiri dari saham biasa. Perbedaannya adalah bahwa jika perusahaan menggunakan laba yang ditahan perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya ekstra apapun, tetapi jika membagikan laba dan kemudian mengeluarkan saham baru, harus menanggung biaya pengeluaran saham yang biasa disebut *floatation cost*. *Floatation cost* yang semakin besar akan mengakibatkan selisih antara biaya laba yang ditahan dengan biaya saham biasa (baru) semakin besar pula.

e. Biaya Modal Rata-rata Tertimbang (*Weighted Average Cost of Capital/WACC*)

Biaya modal ini terjadi apabila biaya modal terdiri dari beberapa macam biaya yang ada (misal biaya modal sendiri dan biaya hutang). Perhitungan biaya modal harus mempertimbangkan semua macam biaya yang digunakan dalam penyusunan biaya modal tersebut.

G. Nilai Waktu Uang

1. Definisi Nilai Waktu Uang

Nilai waktu uang mengacu pada nilai uang pada waktu tertentu dibandingkan dengan pada waktu yang lain. Sebagai contoh, nilai uang Rp100.000,- saat ini tentu lebih berharga daripada nilai sebesar uang tersebut pada 5 tahun mendatang. Hal ini disebabkan oleh adanya inflasi atau tingkat suku bunga. Menurut Brigham dan Joel (2010:32) proses nilai sekarang (*present value*) menjadi nilai masa depan (*future value*) disebut dengan pemajemukan (*compounding*).

Seiring dengan pesatnya perkembangan bisnis, konsep nilai waktu dari uang (*time value of money*) mendapat peranan yang cukup penting dan diperlukan oleh manajer keuangan dalam mengambil keputusan ketika akan melakukan investasi pada suatu aktiva dan pengambilan keputusan aktiva akan menentukan sumber dana pinjaman yang akan dipilih.

2. Konsep-konsep Perhitungan Nilai Waktu Uang

Syamsuddin (2011:365) mengemukakan bahwa dalam konsep ini sangat penting untuk terlebih dahulu memahami konsep yang berhubungan dengan perhitungan tingkat bunga. Perhitungan tersebut ditekankan pada perhitungan nilai uang pada masa yang akan datang atau nilai majemuk (*compound value*) dan nilai sekarang (*present value*) dari suatu jumlah yang akan diterima pada masa yang akan datang. Berikut ini merupakan penjelasan dari masing-masing perhitungan.

a. Nilai Majemuk (*Compound Value*)

Perhitungan dari nilai majemuk diperlukan dalam rangka mengevaluasi jumlah uang yang akan diterima pada masa yang akan datang sebagai hasil dari suatu investasi yang dilakukan pada saat ini. Selain itu, *compound value* ini dapat juga digunakan untuk menentukan tingkat bunga serta tingkat pertumbuhan dari suatu jumlah penerimaan uang. Menurut Syamsuddin (2011 : 366), pembagian mengenai nilai majemuk dibagi kedalam tiga bagian yaitu :

1) *Annual Compounding* (Nilai Majemuk Tahunan)

Rumus dari perhitungan nilai majemuk tahunan adalah sebagai berikut :

$$C_n = P (1+i)^n$$

Sumber : Syamsuddin (2011 : 367)

Keterangan :

C_n = jumlah uang pada akhir tahun ke n (*compound value in n, year*)

P = simpanan pokok yang pertama (*initial principal*)

I = tingkat bunga per tahun yang dibayarkan atas simpanan pokok

n = jumlah tahun atau lama pembungaan (bunga tidak diambil)

2) *Interyear Compuonding*

Interyear compuonding adalah perhitungan nilai majemuk atas pembayaran bunga yang dilakukan beberapa kali dalam setahun. Rumus dari interyear compounding adalah sebagai berikut :

$$C_n = P \left(1 + \frac{i}{m} \right)^{m \times n}$$

Sumber : Syamsuddin (2011 : 372)

Keterangan :

C_n = Jumlah uang pada akhir tahun ke n

P = Simpanan pokok pertama

i = Tingkat bunga pertahun yang harus dibayar

m = Frekuensi pembayaran bunga per tahun

n = Jumlah tahun / lama pembungaan

3) Nilai Majemuk untuk Suatu Anuitet

Anuitet adalah jumlah *cash flow* atau arus kas yang sama dari suatu periode ke periode lainnya. Oleh karena pembahasan di sini tentang nilai majemuk dari suatu anuitet, maka arus kas yang berbentuk anuitet

tersebut adalah merupakan investasi yang menghasilkan bunga di mana periode investasi dan perhitungan bunga dilakukan pada setiap akhir tahun. Secara umum rumus dari nilai majemuk untuk suatu anuitet adalah sebagai berikut:

$$CA_n = A \times \left[\frac{(1+i)^n - 1}{i} \right]$$

Sumber : Syamsuddin (2011 : 373)

Keterangan:

CA_n = Nilai majemuk anuitet pada akhir tahun ke n

A = Anuitet

i = Tingkat bunga pertahun yang harus dibayar

n = Jumlah tahun / lama pembungaan

b. *Present Value*

Nilai sekarang atau *present value* adalah suatu cara untuk menentukan berapa nilai uang saat ini untuk nilai tertentu di masa yang akan datang. *Present value* dibagi menjadi dua bagian yaitu:

1) *Present Value* dari Suatu Jumlah Uang Tertentu

Rumus dari *present value* dari suatu jumlah uang tertentu secara umum adalah sebagai berikut :

$$P = C_n (1 + i)^{-n}$$

Sumber : Syamsuddin (2011 : 377)

2) *Present Value* Anuitet

Rumus dari *present value* anuitet secara umum adalah sebagai berikut :

$$PA_n = A \times \frac{1 - (1+i)^{-n}}{i}$$

Sumber : Syamsuddin (2011 : 384)

Keterangan :

PA_n = Nilai sekarang anuitet pada tahun ke n

A = Anuitet

n = Jumlah tahun atau lama pembungaan

i = Tingkat bunga

H. Aliran Kas (*Cash Flow*)

1. Definisi Aliran Kas

Aliran kas (*Cash flow*) merupakan arus kas atau aliran kas yang ada di perusahaan dalam periode tertentu. *Cash flow* menunjukkan berapa uang yang masuk (*cash in*) ke perusahaan dan jenis-jenis pemasukan tersebut. *Cash flow* juga menggambarkan berapa uang yang keluar (*cash out*) serta jenis-jenis biaya yang dikeluarkan (Sucipto, 2011:171). Uang masuk dapat berasal dari pinjaman dari berbagai pihak, penghasilan, dan pendapatan lain yang bukan dari usaha utama, sedangkan uang keluar merupakan biaya-biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk berbagai keperluan yang berkaitan dengan kegiatan usaha, seperti pembayaran cicilan hutang dan bunga pinjaman, biaya produksi, biaya tenaga kerja, biaya pemasaran, dan biaya-biaya lainnya.

2. Jenis Aliran Kas

Sucipto (2011:172) menjelaskan bahwa aliran kas (*cash flow*) yang berkaitan dengan bisnis investasi dapat dikelompokkan dalam tiga macam:

a. Aliran kas awal (*Initial Cash flow*)

Aliran kas awal adalah aliran kas yang keluar pertama kali pada tahun ke-0 untuk keperluan aktiva tetap dan penentuan besarnya modal kerja. Pengeluaran-pengeluaran ini dapat berupa pembelian tanah, gedung,

mesin-mesin, peralatan, dan pengeluaran berupa biaya penelitian pendahuluan, serta biaya-biaya lain yang dikeluarkan sebelum perusahaan beroperasi secara komersial, serta biaya keperluan modal kerja. Aliran kas ini biasanya diberi notasi negatif (-), artinya kas yang dikeluarkan.

b. Aliran kas operasional (*Operational Cash flow*)

Aliran kas operasional adalah aliran kas yang timbul selama dalam proses operasi perusahaan. Aliran kas ini meliputi aliran kas yang dikeluarkan untuk kepentingan operasi yang disebut aliran kas keluar (*operational cash outflows*), dan aliran kas yang berkaitan dengan dana masuk ke kas yang disebut aliran kas masuk (*operational cash inflows*). *Operational cash flow* dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

- 1) Jika seluruh aktivitas didanai oleh modal sendiri

$$\text{Operational Cash flow} = \text{EAT} + \text{Depresiasi}$$
- 2) Jika seluruh aktivitas didanai oleh modal asing

$$\text{Operational Cash flow} = \text{EAT} + \text{Depresiasi} + \text{Bunga} (1 - \text{Tax})$$

c. Aliran kas akhir (*terminal cash flow*)

Aliran kas akhir adalah aliran kas masuk yang diterima pada akhir periode suatu bisnis investasi berupa nilai sisa aktiva tetap (penjualan aktiva tetap yang sudah habis umur ekonomisnya) dan pengembalian modal kerja.

3. *Initial Investment*

Menurut Syamsuddin (2011:419) *initial investment* menunjuk pada *cash outflow* yang relevan dalam menilai proyek-proyek *capital expenditure*. Jumlah investasi tersebut dihitung setelah keseluruhan *cash outflow* dikurangi dengan *cash inflow* pada saat investasi tersebut terjadi pada tahun ke nol atau pada saat-saat lain apabila terjadi tambahan pengeluaran atas aktiva yang telah

dibeli oleh perusahaan yang bersangkutan. Rumus dasar dalam penentuan besarnya *initial investment* adalah sebagai berikut :

$$\{(\text{Harga beli aktiva} + \text{Biaya instalasi}) - \text{Proceeds dari penjualan aktiva lama} \pm \text{pajak atas penjualan aktiva} \}$$

Sumber: Syamsuddin (2011:419)

4. *Incremental Cash Flow*

Incremental cash flow merupakan tambahan atau peningkatan *cash flow* dari adanya proyek baru. Penentuan jumlah peningkatan *cash flow* ini sangat penting karena kepentingan perusahaan adalah untuk mengetahui berapa kelebihan atau kekurangan kas yang akan dihasilkan apabila proyek baru yang diusulkan tersebut benar-benar dilaksanakan. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Incremental bersih (setelah pajak)} = (\text{Pendapatan/Revenue} - \text{Biaya Operasional} - \text{Depresiasi}) (1 - \text{Pajak}) + \text{Depresiasi}$$

Sumber: Sofyan (2009:151)