



**ANALISIS KELAYAKAN BISNIS TRAVEL DITINJAU DARI
ASPEK PASAR SERTA ASPEK HUKUM PADA PT FATIR
DJARUM ALUIH**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh:

ROSSY HANDRA YANI
NIM 1730404083

**JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BATUSANGKAR
2022M/ 1443H**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rossy Handra Yani

Nim : 1730404083

Tempat/Tanggal Lahir : Pabalutan/25 September 1998

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul "**Analisis Studi Kelayakan Bisnis Travel Ditinjau Dari Aspek Pasar Serta Aspek Hukum Pada PT Fatir Djarum Aluih**" adalah benar karya saya sendiri bukan plagiat, kecuali yang dicantumkan sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa karya ilmiah ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan semestinya.

Batusangkar, 14 Februari 2022

g menyatakan



Rossy Handra Yani
Nim. 1730404083


PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas nama **Rossy Handra Yani**, NIM 1730404083, dengan judul: "**Analisis Kelayakan Bisnis Travel Ditinjau Dari Aspek Pasar Serta Aspek Hukum Pada PT Fatir Djarum Aluih**". Memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke Sidang *Munaqasah*.


Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 31 Januari 2021

Ketua Jurusan
Manajemen Bisnis Syariah


Mirawati, SE., MA.Ek
NIP. 198601012015032004

Pembimbing


Dr. H. Rizal. M. Ag. CRP
NIP.197310072002121001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Batusangkar



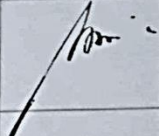
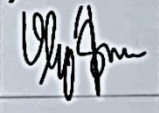
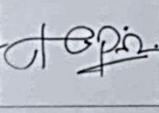
Dr. H. Rizal. M. Ag. CRP
NIP. 197310072002121001

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi atas nama **Rosy Handra Yani**, Nim 1730404083 dengan judul **'Analisis Studi Kelayakan Bisnis Travel Ditinjau Dari Aspek Pasar Serta Aspek Hukum Pada PT Fatir Djarum Aluih**. Telah diujikan dalam sidang Munaqasah jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

Batusangkar pada hari Sabtu tanggal 12 Februari 2022 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) Program Strata Satu (S.1) dalam Bidang Manajemen Bisnis Syariah.

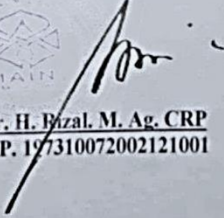
Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama/Nip Penguji	Jabatan	Tanggal	Tanda Tangan
1.	Dr. H. Rizal. M. Ag. CRP NIP. 19731007 200212 1001	Pembina TK.IV/b	18-02-2022	
2.	Dr. Ulya Atsani, SH.,M.Hum NIP. 19750303 199903 1004	Penata Tk.I,III/d	16-02-2022	
3.	Dr. Himyar Pasrizal, SE.,MM NIP. 19780524 200501 1004	Penata, III/c	16-02-2022	

Batusangkar, 14 Februari 2022

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Batusangkar




Dr. H. Rizal. M. Ag. CRP
NIP. 197310072002121001

ABSTRAK

Rossy Handra Yani, Nim 1730404083, dengan judul skripsi: “**Analisis Kelayakan Bisnis Travel Ditinjau Dari Aspek Pasar Serta Aspek Hukum Pada PT Fatir Djarum Aluih**”, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

Permasalahan dalam skripsi ini adalah bagaimana kelayakan bisnis travel pada PT Fatir Djarum Aluih ditinjau dari aspek pasar serta aspek hukum yang terdapat di kecamatan Rambatan. Adapun Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kelayakan bisnis travel pada PT Fatir Djarum Aluih ditinjau dari aspek pasar serta aspek hukum di kecamatan Rambatan apakah untuk kedepannya bisnis tersebut layak dilanjutkan atau tidak, serta apakah nanti layak membuka suatu unit anak cabang baru atau tidak dimasa yang akan datang. Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan) dengan pendekatan kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di PT Fatir Djarum Aluih kecamatan Rambatan, tentang studi kelayakan bisnis travel ditinjau dari aspek pasar serta aspek hukum, dapat disimpulkan bahwa PT Fatir Djarum Aluih sebagai penyedia jasa utama dapat mengembangkan sayapnya dalam mencari potensi pasar yang lebih luas, tidak hanya pengembangan utamanya daerah Dhamasraya namun perusahaan juga dapat melakukan ekspansi kedaerah lainnya seperti Sawahlunto, Talawi, Sijunjung, Muarobungo yang memiliki pelanggan-pelanggan yang membutuhkan alat transportasi untuk berpergian kedaerah lain, serta mendapatkan mahasiswa yang cukup banyak dari daerah yang perusahaan jelajahi. Perusahaan memiliki tujuan pasar sasaran yang jelas, yaitu pasar sasaran utama yang dituju adalah mahasiswa IAIN Batusangkar yang berasal dari Dhamasraya, hal ini disebabkan karena mahasiswa dari daerah ini cukup banyak yaitu sekitar 800 orang dan mereka rata-rata menggunakan travel untuk melakukan perjalanan, selain itu perusahaan juga dapat mengatasi persaingan potensi pasar yang ada dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan kenyamanan para penumpangnya. Disamping itu PT Fatir Djarum Aluih telah

memiliki legalisasi, maka perusahaan sudah mendapatkan jaminan atas keberlangsungan perusahaannya, seperti mempunyai sarana perlindungan hukum, sarana promosi, bukti kepatuhan terhadap hukum, mempermudah mendapatkan proyek serta mempermudah dalam pengembangan usaha. Melihat kondisi perusahaan yang terus berkembang dengan baik serta didukung dengan keadaan pasar yang semakin luas dan telah memiliki legalisasi, maka dapat dikatakan PT Fatir Djarum Aluih sangat layak untuk dioperasionalkan untuk saat ini dan layak untuk dilakukan pengembangan usaha dimasa yang akan datang.

Sebaiknya disarankan untuk perusahaan juga dapat menambah cakupan untuk pasar sasaran yang dituju, tidak hanya untuk Dhamasraya namun juga dapat dilakukan kedaerah lain, selain itu sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan dan mengoptimalkan dalam pengembangan pasar baik dari sosial media yang ada saat ini maupun melalui cara lain seperti pemasangan selebaran dan sebagainya, dapat melakukan pembaharuan surat izin berjalan sesuai dengan waktu yang ditentukan dan mengurus surat izin perjalanan untuk daerah-daerah yang belum mendapatkan izin untuk perusahaan beroperasi dari dinas perhubungan, serta dapat segera merealisasikan rencana rancangan program perusahaan, seperti pembuatan BPJS Ketenagakerjaan untuk kesejahteraan para karyawan, serta selalu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan kenyamanan para pelanggan demi mempertahankan pasar sasaran.

Kata kunci: Kelayakan Bisnis, Aspek Pasar, Aspek Hukum.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian dan Luaran Penelitian	9
F. Definisi Operasional.....	10
BAB II KAJIAN TEORI.....	12
A. Studi Kelayakan Bisnis	12
1. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis	12
2. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis	15
3. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis	17
a. Pihak pertama (bagi analisis).....	18
4. Tahap-Tahap Dalam Studi Kelayakan Bisnis.....	20
5. Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis.....	20
B. Aspek Pasar	22
1. Pengertian Aspek Pasar	22
2. Macam-Macam Pasar	24
4. Manfaat Segmentasi Pasar.....	27
5. Menentukan Pasar Sasaran (<i>Targeting</i>).....	27
6. Menentukan Posisi Pasar (<i>Positioning</i>).....	28
7. Penilaian Potensi Pasar	29

8. Strategi Pasar Sasaran.....	30
9. Meramalkan Pasar	31
10. Bauran Pasar Yang Digunakan Dalam Produk Jasa	31
C. Aspek Hukum.....	32
1. Pengertian Aspek Hukum.....	32
2. Aspek Hukum Dalam Studi Kelayakan Bisnis.....	32
3. Manfaat Legalisasi Perusahaan	33
4. Tujuan Analisis Aspek Hukum	34
5. Jenis-Jenis Badan Usaha.....	35
6. Peraturan dan Kelengkapan Perizinan.....	37
8. Risiko.....	43
D. Penelitian Yang Relevan	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
A. Jenis Penelitian.....	48
B. Tempat dan Waktu Penelitian	48
1. Tempat.....	48
2. Waktu Penelitian	48
C. Instrumen Penelitian.....	50
D. Sumber Data.....	50
E. Teknik Pengumpulan Data	50
F. Teknik Analisis Data.....	51
G. Teknik Keabsahan Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	54
1. Sejarah Singkat PT Fatir Djarum Aluih	54
2. Inspiratory dan motivator PT Fatir Djarum Aluih.....	56

3. Profil PT.Fatir Djarum Aluih	56
4. Visi dan Misi PT Fatir Djarum Aluih.....	57
5. Struktur Organisasi	57
6. Tujuan Usaha PT Fatir Djarum Aluih	59
7. Sumber Daya Manusia PT Fatir Djarum Aluih.....	59
8. Jenis Pelayanan atau Produk yang disediakan oleh PT Fatir Djarum Aluih	60
B. Pembahasan.....	61
1. Aspek Pasar	62
2. Aspek Hukum.....	68
BAB V PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	76

DAFTAR KEPUSTAKAAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Struktur Organisasi PT Fatir Djarum Aluih..... 58

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Rancangan Waktu Penelitian.....	49
Tabel 2 Sumber daya manusia PT Fatir Djarum Aluih.....	59
Tabel 3 Harga sewa mobil PT Fatir Djarum Aluih	60
Tabel 4 Harga pengiriman paket PT Fatir Djarum Aluih.....	60
Tabel 5 Harga tiket travel PT Fatir Djarum Aluih	61
Tabel 6 Jumlah mobil yang dimiliki PT Fatir Djarum Aluih.....	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha saat ini, membuat para pebisnis dihadapkan pada era globalisasi yang mengharuskan para pebisnis saling bersaing dengan pesaing lainnya untuk memenangkan persaingan. Keadaan seperti ini menyebabkan para pebisnis semakin berfikir keras untuk membuat strategi bisnis yang dapat meningkatkan kekuatan bersaingnya. Salah satunya adalah usaha kecil menengah yang mengharuskan para pebisnis melakukan inovasi baru dengan produk yang sudah ada untuk dapat bersaing di era globalisasi ini. usaha kecil menengah juga dapat membantu pemerintah untuk mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia dengan menciptakan lapangan pekerjaan serta meningkatkan kestabilan ekonomi di Indonesia (Sari, 2018:1).

Di era modern ini, salah satu yang dapat memberikan kemudahan akses dalam bisnis yaitu transportasi. Transportasi merupakan sarana yang menunjang perkembangan pembangunan dan perekonomian suatu negara. Sebab di era modern ini, transportasi memberikan kemudahan akses perpindahan barang maupun manusia dari suatu tempat ke tempat yang lain. Selain itu, transportasi juga sudah menjadi kebutuhan dasar masyarakat. Sehingga pemerintah harus membuat kesinambungan antara ketersediaan pelayanan jasa transportasi dalam memenuhi kebutuhan aktivitas produksi, konsumsi dan distribusi. Perkembangan transportasi di Indonesia terbilang cukup cepat, hal ini dibuktikan dengan jumlah kendaraan yang terus bertambah setiap tahunnya.

Pada tahun 2017, jumlah kendaraan bermotor di Indonesia sudah mencapai 138,56 juta unit (Badan Pusat Statistik, 2017). Jumlah kendaraan bermotor tersebut didominasi oleh kendaraan pribadi sebanyak 128,52 juta unit dan kendaraan umum sebanyak 10,04 juta unit. Hasil ini membuktikan bahwa pertumbuhan kendaraan pribadi dan kendaraan umum tidak seimbang sehingga menyebabkan masalah yang serius

yaitu kemacetan. Maka dari itu, sebaiknya masyarakat mulai beralih kembali menggunakan transportasi umum untuk mengurangi dampak kemacetan. Salah satu transportasi umum yang dapat digunakan oleh masyarakat adalah transportasi jenis travel dan pebisnis dapat membuka usaha yang lebih menjanjikan untuk kedepannya melalui bisnis travel ini (Setijono, 2019:82).

Pertumbuhan bisnis di bidang jasa travel saat ini mengalami pertumbuhan yang pesat, hal ini terbukti dengan munculnya jasa-jasa travel diberbagai daerah kabupaten atau kota maupun kecamatan sampai desa atau jorong di setiap provinsi yang ada, baik kantor bentuk kecil maupun besar yang turut meramaikan pasar bisnis di bidang jasa ini yang terfokus pada biro perjalanan atau yang dikenal dengan istilah tour and travel. (Sari, 2018:1).

Tinjauan umum travel atau agen perjalanan telah dibahas dalam (Fitriani,2019:20) Travel berasal dari bahasa asing yang kalau diartikan kedalam bahasa Indonesia mempunyai arti berpergian. Pengertian kata berpergian disini adalah mengunjungi tempat-tempat wisata yang ada didalam dan diluar negeri. Untuk itu agen travel menyediakan jasa bagi orang-orang yang ingin memanfaatkan waktu libur dan keperluan lain, dengan mendatangi tempat wisata ternama atau suatu lokasi. Oleh karena itu ada beberapa paket yang ditawarkan untuk berwisata, menuju suatu tempat dan sebagainya, paket ini dapat memberikan pilihan bagi mereka disesuaikan dengan tempat tujuan yang mereka inginkan.

Biro perjalanan diartikan yaitu biro yang bertanggung jawab dalam mengurus perjalanan orang yang berencana melakukan perjalanan. Biro perjalanan atau sering juga disebut bisnis usaha tour and travel adalah salah satu usaha bisnis jasa yang berkembang pesat. Hal ini diperhatikan melalui fenomena masyarakat yang gemar berpergian atau mengunjungi suatu tempat atau melakukan perjalanan wisata (Syofyan, 2019:1)

Melihat peluang ini banyak yang menganggap bisnis travel cukup menjanjikan. Bisnis sendiri merupakan usaha memberikan jasa oleh orang perorangan, sekelompok orang atau organisasi kepada konsumen dengan

tujuan adalah memperoleh laba atau keuntungan. Pada dasarnya bisnis timbul karena adanya kebutuhan dari konsumen. Dengan adanya peluang ini para penyedia jasa atau produsen berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan bagi konsumennya, agar jasa yang mereka tawarkan laku dipasaran serta perusahaan mendapatkan laba yang besar.

Untuk menjaga kelangsungan hidup dari suatu bisnis, maka diperlukan adanya studi kelayakan bisnis. Studi kelayakan bisnis yang juga sering disebut dengan *feasibility study* merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, menerima atau menolak dari suatu gagasan bisnis yang direncanakan. Pengertian layak dalam penilaian ini adalah kemungkinan dari gagasan bisnis yang akan dilaksanakan memberikan manfaat, baik dalam arti finansial benefit maupun dalam arti sosial benefit, guna untuk melihat seberapa lama bisnis ini dapat bertahan dan bersaing dengan produsen lainnya.

Studi kelayakan bisnis adalah kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidaknya bisnis tersebut dijalankan. Data dan informasi yang ada akan diteliti dengan sungguh-sungguh kemudian diukur, dihitung, dan dianalisis hasilnya dengan menggunakan metode-metode tertentu. Kelayakan suatu bisnis artinya penelitian yang dilakukan secara mendalam tersebut dilakukan untuk menentukan apakah usaha yang akan dijalankan dapat memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Dengan kata lain, usaha atau bisnis yang dijalankan dapat memberikan keuntungan sesuai dengan tujuan yang diinginkan (Kent, 2018:3).

Studi kelayakan bisnis menilai suatu bisnis dalam satu keseluruhan sehingga semua faktor perlu dipertimbangkan dalam analisis yang terpadu yang meliputi faktor-faktor yang berkenaan dengan aspek teknis, pasar, pemasaran, keuangan, manajemen, hukum serta manfaat bisnis tersebut bagi ekonomi nasional. Terkadang dalam praktiknya, sekalipun telah dilakukan studi secara baik dan benar faktor kegagalan suatu bisnis tetap

ada. Hal ini disebabkan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai banyak sekali hambatan-hambatan yang akan dihadapi dan risiko yang mungkin timbul setelah bisnis berjalan. Untuk menghindari kegagalan ini perlu dilakukan studi kelayakan bisnis, salah satu tujuan dilakukan studi kelayakan adalah mencari jalan keluar agar dapat meminimalkan hambatan dan risiko yang mungkin timbul dimasa yang akan datang.

Untuk menentukan layak atau tidaknya suatu bisnis dapat dilihat dari berbagai aspek untuk dikatakan layak harus memiliki suatu standar nilai tertentu, namun keputusan penilaian tidak hanya dilakukan pada salah satu aspek saja. Penilaian untuk menentukan kelayakan harus didasarkan kepada seluruh aspek yang akan dinilai. Aspek-aspek yang akan dinilai dalam studi kelayakan bisnis diantaranya yaitu aspek pemasaran dan aspek hukum (Sari, 2019:4).

Aspek hukum merupakan aspek yang digunakan untuk mengkaji ketentuan hukum yang harus dipenuhi sebelum menjalankan usaha. Ketentuan hukum untuk setiap jenis usaha berbeda-beda. Tujuan aspek hukum adalah untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan, keaslian dari dokumen-dokumen yang dimiliki. Menganalisis legalitas yang dijalankan, menganalisis kemampuan bisnis yang akan diusulkan dalam memenuhi persyaratan perizinan. Penelitian keabsahan dokumen dapat dilakukan sesuai dengan lembaga yang mengeluarkan dan mengesahkan dokumen yang bersangkutan (Yanuar, 2016:43).

Pasar merupakan kumpulan atau himpunan para pembeli, baik pembeli nyata maupun pembeli potensial atas suatu produk atau jasa tertentu. Dalam aspek pasar ini dijelaskan juga mengenai permintaan dan penawaran, penentuan peluang pasar, penentuan harga jual, target penjualan, serta penentuan strategi pemasaran. Sedangkan pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Pemasaran memiliki tujuan untuk mengarahkan barang-barang dan jasa-jasa ke tangan konsumen. aspek pasar dan pemasaran bertujuan untuk mengetahui berapa besar pasar yang

akan dimasuki, struktur dan peluang pasar yang ada, prospek pasar dimasa yang akan datang. Aspek pemasaran dilakukan dengan menggunakan bauran pemasaran, yaitu seperangkat alat pemasaran yang digunakan perbisnisan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam sasaran (Kristiana, 2019:242).

Studi kelayakan bisnis juga berguna untuk memperhitungkan kemungkinan bisnis tersebut dapat bersaing dan bertahan diantara para kompetitornya sekaligus melihat kemungkinan pengembangan bisnis dimasa depan dilihat dari berbagai aspek atau sudut pandang. Salah satu bentuk bisnis usaha yang ada di Rambatan yaitu sebuah perusahaan berbentuk PT yang bergerak dalam bidang jasa biro perjalanan angkutan travel. Melalui jasa angkutan umum ini dapat mempermudah masyarakat sekitar untuk melakukan perjalanan jauh, dapat membuka lapangan pekerjaan bagi orang-orang sekitar, serta mempermudah akses dan urusan yang ada untuk masyarakat.

PT Fatir Djarum Aluih telah dikenal oleh masyarakat luas, telah banyak masyarakat yang menggunakan jasa travel dari perusahaan ini, karena pemberangkatan yang dilakukan tepat waktu sesuai dengan jadwal, kondisi kendaraan yang baik dan ruangan yang nyaman, dipercayai sebagai salah satu wadah organisasi mahasiswa IAIN Batusangkar yaitu Ikatan Mahasiswa Dhamasraya (IMDAH), pemilik dan karyawannya yang begitu sangat ramah, menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk mempercayai biro perjalanan ini.

Pada saat melakukan survei awal penulis melihat adanya kekurangan fasilitas dalam pelayanan administrasinya, seperti tidak adanya tanda bukti pembayaran tiket, kartu nama perusahaan, tidak semua daerah yang memiliki surat izi perjalanan, serta bagi siapa saja yang melakukan perjalanan tidak perlu lagi mendatangi kantor pusat secara langsung, mereka cukup mengontak pemilik perusahaan atau salah satu karyawan, nanti supir yang melakukan rute perjalanan ketempat penumpang tuju akan dijemput oleh supir secara langsung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Herman (Direktur perusahaan) Sabtu 2 Februari 2021, 14:40 mengatakan bahwa permintaan jasa yang ditawarkan untuk saat ini sedang mengalami penurunan yang cukup drastis dari biasanya, tidak hanya kekurangan penumpang untuk berpergian untuk pengiriman paket pun juga mulai menurun karena orang-orang lebih memilih mengirimkan paket melalui perusahaan resmi yang ada di cabang seperti JNT, JNE, TIKI, serta kantor pos, hal ini terjadi karena adanya wabah covid 19 yang melanda bahkan perusahaan ini sempat menutup semua keberangkatan mereka selama kurang lebih dua bulan yaitu dari bulan Juni 2020-Agustus 2020 .

Untuk saat ini perusahaan kembali melakukan operasional yang hanya diisi oleh penumpang sebanyak 75% dari biasanya, ditambah lagi pasar sasaran utama dan target utamanya yang berupa mahasiswa IAIN Batusangkar tidak melakukan perkuliahan secara offline maka hal ini juga menjadi pemicu kesulitan yang mempengaruhi pendapatan pada perusahaan, untuk saat ini perusahaan berusaha untuk mencari peluang-peluang baru yang ada, dan menetapkan harga, serta target pasar yang baru.

Berbeda dengan PT pada umumnya yang ada PT travel ini memiliki sebuah kantor kecil sebagai pusat atau tempat administrasinya, namun tempat itu tidak seperti kantor yang berfungsi dengan baik. Jika perusahaan lain mendesain bentuk ruangan yang menarik dan nyaman, serta melengkapi dengan berbagai famplet atau baliho yang berupa surat-surat keterangan peraturan dalam sebuah PT, keterangan rute atau tujuan perjalanan, kelengkapan surat perizinan sebuah perusahaan, legalitas atas usaha yang dijalankan, dan dokumen-dokumen penting lainnya, di dalam kantor tersebut tidak adanya bentuk persyaratan tersebut tersedia. Oleh sebab itu masyarakat berfikir perusahaan tersebut bukan berbentuk badan usaha sebuah PT mereka masih beranggapan usaha tersebut dijalankan dalam bentuk perorangan.

Perusahaan juga tidak memperbaharui berbagai bentuk hukum yang ada untuk mengikuti hukum yang terbaru, tidak memperhatikan hukum

terbaru mengenai angkutan darat yang menambah jumlah rute perjalanan, serta perusahaan belum memiliki surat izin dalam perjalanan untuk daerah-daerah tertentu, dalam hal lain berdasarkan hukum para pemegang saham yang mengabaikan kontrak, pemegang saham yang menjual saham kepada pihak lain untuk mengatur lebih lanjut mengenai kewenangan masing-masing pemegang saham dan ketentuan ketika ada pemegang saham baru maupun saham lama yang ingin menjual sahamnya kepada pihak lain.

Disisi lain kantor ini juga minim dalam hal pengembangan potensi pasar dan pasar sasaran, mereka tidak menambah jumlah rute perjalanan yang dituju walaupun telah beroperasi cukup lama, tidak melihat peluang-peluang yang ada sebagai bentuk produk lain dari perusahaan, dan jika diperhatikan perusahaan ini tidak hanya satu-satunya yang beroperasi di daerah Rambatan, banyak sekali jumlah dari berbagai merek travel terkenal yang ada, bahkan lebih memiliki fasilitas dan pelayanan yang nyaman.

Pasar sasaran dan tujuan pasar yang kurang tepat apalagi dimasa pandemi saat ini perusahaan kehilangan pasar sasaran yang dituju, jika biasanya yang dituju adalah mahasiswa namun sekarang perusahaan tidak memiliki pasar sasaran dan pesatnya tekanan-tekanan persaingan usaha yang serupa, ketidak pastian *client* yaitu penawaran produk jasa tidak bisa dinilai sebelum konsumen membelinya, bahkan untuk jenis jasa professional tertentu pelanggan tidak bisa mendapat kepastian apakah jasa yang digunakan memberikan hasil sesuai yang diinginkan atau tidak. Dalam pasar PT Fatir Djarum Aluih tidak menggunakan banyak media promosi untuk memperkenalkan bisnisnya, namun disisi lain perusahaan ini setiap hari nya selalu mampu memberangkatkan keseluruhan armada yang mereka miliki.

Untuk menentukan suatu bisnis perlu dilanjutkan atau tidak dalam menjalankan usahanya maupun membuka cabang baru perlu dianalisa menggunakan studi kelayakan bisnis, dari studi kelayakan bisnis ini dapat dilihat apakah usaha yang dijalankan sehat atau sesuai dengan aturan dan standar yang berlaku baik usaha berbentuk perseorangan maupun badan

hukum. Analisis kelayakan bisnis dapat dilakukan dengan menganalisis berbagai aspek yang ada, apalagi sebuah perusahaan baru dirancang untuk didirikan hal tersebut benar-benar harus diperhatikan untuk kelanjutan bisnis yang akan didirikan, namun untuk bisnis yang berjalan pun perusahaan tetap melakukan analisis untuk mengetahui kelayakan bisnis yang telah dijalankan selama ini dan menentukan dalam pengambilan keputusan, apakah bisnis yang dijalankan dapat membuka suatu unit cabang baru dimasa yang akan datang.

Analisis dapat dilakukan untuk bisnis yang sedang berjalan setidaknya dapat diambil beberapa sampel aspek penting untuk dianalisis yang bertujuan untuk mengetahui kelayakan bisnis yang dijalankan. Dalam penelitian ini penulis tertarik untuk meneliti sebuah PT yang bergerak dibidang jasa dengan memperhatikan analisis kelayakan bisnis yang ditinjau hanya dari dua aspek saja yaitu aspek pasar serta aspek hukum.

Alasan penulis hanya mengambil dua aspek saja dikarenakan aspek pasar dan aspek hukum sangat penting untuk dikaji terlebih dahulu dalam pengembangan usaha yang sedang berjalan, apalagi pengembangan usaha berbentuk sebuah badan usaha, perusahaan harus benar-benar memperhatikan apakah pasar sasaran, potensi pasar, mengetahui jasa yang dibutuhkan dalam pasar, lokasi untuk memasarkan jasa, menentukan harga serta menentukan konsumen yang dituju, apakah yang mereka jalankan selama ini sudah tercapai, hal ini sangat penting dikaji dalam berbisnis sehingga jika tidak dianalisis akan berakibat fatal bagi perusahaan dikemudian hari.

Berkaitan dengan hukum digunakan untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan dan keaslian dari dokumen-dokumen yang dimiliki suatu perusahaan, mereka harus memperbaharui beberapa persuratan dan dokumen penting atas izin yang perlu diperbaharui sebelum terjadinya risiko, jika badan hukum yang ternyata fiktif atau tidak sah terdapat izin-izin usaha yang dimiliki ternyata palsu sehingga menimbulkan sangketa dikemudian hari, untuk itu aspek hukum digunakan dalam kegiatan dimana tidak menimbulkan permasalahan.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai studi kelayakan bisnis pada PT Fatir Djarum Aluih di Jorong Pabalutan Kecamatan Rambatan, Kabupaten Tanah Datar. Dengan judul “Analisis Kelayakan Bisnis Travel Ditinjau Dari Aspek Pasar Serta Aspek Hukum Pada PT Fatir Djarum Aluih”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka yang menjadi fokus masalah yang penulis ambil yaitu analisis kelayakan bisnis travel ditinjau dari aspek pasar serta aspek hukum pada PT Fatir Djarum Aluih.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana kelayakan bisnis travel pada PT Fatir Djarum Aluih ditinjau dari aspek pasar serta aspek hukum.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui kelayakan bisnis travel pada PT Fatir Djarum Aluih ditinjau dari aspek pasar serta aspek hukum apakah untuk kedepannya bisnis tersebut layak untuk dilanjutkan dalam operasional atau tidak.

E. Manfaat Penelitian dan Luaran Penelitian

1. Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritis, Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan kelayakan bisnis travel ditinjau dari aspek pasar serta aspek hukum pada PT Fatir Djarum Aluih, serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan secara teoritis yang dipelajari di bangku perkuliahan.
- b. Secara praktis
 - a) Bagi Penulis, penelitian ini dapat digunakan sebagai wadah untuk menambah pengetahuan dalam analisis kelayakan bisnis travel di tinjau dari aspek pasar serta aspek hukum.
 - b) Bagi pembaca, untuk memberikan informasi pemikiran kepada pembaca dalam menambah ilmu pengetahuan tentang analisis

kelayakan bisnis travel ditinjau dari aspek pasar serta aspek hukum pada PT Fatir Djarum Aluih.

- c) Bagi perusahaan, sebagai informasi dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan keputusan apakah bisnis yang dijalankan layak atau tidak untuk dilanjutkan jika ditinjau dari beberapa aspek yang ada dalam studi kelayakan bisnis.
- d) Serta untuk memenuhi syarat bagi penulis guna menyelesaikan penelitian skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Institut Agama Islam Negeri Batusangkar

2. Luaran Penelitian

Luaran penelitian merupakan target yang ingin dicapai dari sebuah penelitian, adapun target penelitian ini adalah hasil penelitian dapat dijadikan artikel yang diterbitkan di jurnal ilmiah, dan menambah koleksi dari hasil karya ilmiah untuk perpustakaan IAIN Batusangkar dan diri sendiri.

F. Definisi Operasional

Untuk menghindari dari kesalahan dalam memahami dan memudahkan pembaca menelusuri inti dari penulisan skripsi ini, maka penulis memberikan penjelasan mengenai beberapa istilah yang ada dalam judul sebagai berikut:

Kelayakan bisnis artinya penelitian yang dilakukan secara mendalam untuk menentukan apakah usaha yang akan dijalankan akan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Dengan kata lain, kelayakan bisnis dapat diartikan bahwa usaha yang dijalankan akan memberikan keuntungan finansial dan non-finansial sesuai dengan tujuan, baik bagi perusahaan yang menjalankan, investor, kreditur, pemerintah dan masyarakat luas. Berdasarkan usaha yang dijalankan apabila mendatangkan manfaat yang banyak bagi para pengguna bisnis maka usaha yang dijalankan dikatakan layak untuk dilanjutkan, jika bisnis yang dijalankan mengalami banyak kerugian sebaiknya usaha tersebut segera untuk dihentikan. (Jakfar, 2006:7).

Aspek pasar artinya aspek yang digunakan untuk menilai apakah perusahaan yang akan melakukan investasi ditinjau dari segi pasar memiliki peluang pasar yang diinginkan atau tidak, seberapa besar potensi pasar yang ada untuk produk yang ditawarkan dan seberapa besar *market share* yang dikuasai oleh para pesaing. Serta menganalisis strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk mencapai *market share* yang diharapkan. Dengan analisis ini, potensi ide bisnis dapat tersalurkan dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar.

Aspek hukum artinya aspek ini yang akan dibahas adalah masalah kelengkapan dan keabsahan dokumen perusahaan, mulai dari bentuk badan usaha sampai izin-izin yang dimiliki. Kelengkapan dan keabsahan dokumen sangat penting, karena hal ini merupakan dasar hukum yang harus dipegang apabila dikemudian hari timbul masalah. Tujuan dari aspek hukum adalah untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan dan keaslian dari dokumen-dokumen yang dimiliki. Penelitian keabsahan dokumen dapat dilakukan sesuai dengan lembaga yang mengeluarkan dan yang mengesahkan dokumen yang bersangkutan (Jakfar, 2006:16).

BAB II KAJIAN TEORI

A. Studi Kelayakan Bisnis

1. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan dapat diartikan sebagai penelitian tentang akan didirikan atau perluasan suatu bisnis guna mengetahui apakah layak atau tidaknya bisnis tersebut dilaksanakan dan menguntungkan dipandang dari aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial, dan aspek sosial. Studi kelayakan bila dilakukan secara professional akan dapat berperan penting dalam proses pengambilan keputusan.

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layaknya bisnis dibangun, tetapi juga dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan (Naryono, 2018:49).

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian yang bertujuan untuk memutuskan apakah sebuah ide bisnis layak untuk dilaksanakan atau tidak. Sebuah ide bisnis dinyatakan layak untuk dilaksanakan jika ide tersebut dapat mendatangkan manfaat yang lebih besar bagi semua pihak dibandingkan dampak negatif yang ditimbulkan. Setiap bisnis memerlukan adanya studi kelayakan pada saat memulai usahanya meskipun dengan intensitas yang berbeda-beda. Intensitas pada penyusunan studi kelayakan bisnis tergantung pada beberapa hal seperti besar kecilnya dampak yang ditimbulkan, besar kecilnya tingkat kepastian bisnis dan banyak sedikitnya investasi yang diperlukan untuk melaksanakan suatu bisnis (Prastowo, 2014:2).

Studi kelayakan dapat dilakukan untuk menilai kelayakan investasi baik pada suatu proyek maupun bisnis yang sedang berjalan. Studi kelayakan yang dilakukan untuk menilai kelayakan sebuah proyek yang akan dijalankan disebut studi kelayakan proyek, sedangkan studi kelayakan yang dilakukan untuk menilai kelayakan dalam pengembangan sebuah usaha disebut studi kelayakan bisnis.

Maksud dari layak atau tidak layak disini adalah perkiraan bahwa proyek yang akan dapat atau tidak dapat menghasilkan keuntungan yang layak bila telah dioperasionalkan. Menurut Soemitra (2015) bahwa studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidaknya suatu bisnis atau usaha tersebut dijalankan.

Menurut Ahmad Subagyo studi kelayakan adalah penelitian yang mendalam terhadap suatu ide bisnis tentang layak atau tidaknya ide tersebut untuk dilaksanakan. Menurut Umar H. (2015) studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan.

Menurut Subagyo A. (2015) Studi kelayakan bisnis adalah studi kelayakan yang dilakukan untuk menilai kelayakan dalam pengembangan sebuah usaha. Menurut Ibrahim J. (2013) Studi kelayakan bisnis merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima atau menolak suatu gagasan atau proyek yang direncanakan (Harahap, 2018:3-4).

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012:7), Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan (Naryono, 2018:49).

Studi kelayakan bisnis adalah analisis tentang kelayakan sebuah bisnis. Kelayakan sebuah bisnis akan dinilai dengan menggunakan beberapa alat analisis yang mencakup beberapa aspek, yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen, aspek keuangan, aspek dampak lingkungan, aspek legalitas, aspek hukum dan politik serta aspek sosial ekonomi. Dengan adanya studi kelayakan bisnis ini diharapkan mampu memberikan gambaran

apakah suatu bisnis yang akan dilakukan mempunyai manfaat, keuntungan dan kelayakan untuk bisa dilaksanakan serta mampu meminimalisir risiko (Darmawan, 2020:1-2).

Studi kelayakan adalah pengkajian mengenai usulan proyek atau gagasan usaha agar usaha yang dilaksanakan dapat berjalan dan berkembang sesuai dengan tujuannya atau tidak mengenai target. Studi kelayakan bisnis adalah penelitian tentang layak atau tidaknya suatu bisnis dilaksanakan dengan menguntungkan secara terus menerus. Studi ini membahas berbagai konsep dasar yang berkaitan dengan keputusan dan proses pemilihan bisnis agar memberikan manfaat ekonomis dan sosial sepanjang waktu. Dalam studi ini, pertimbangan ekonomis dan teknis sangat penting karena akan dijadikan dasar implementasi kegiatan usaha.

Studi kelayakan bisnis atau usaha merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal dalam waktu yang tidak ditentukan (sobana, 2018:27-29).

Studi kelayakan bisnis dilakukan untuk meneliti lebih mendalam melalui berbagai aspek yang ada apakah suatu bisnis layak dilanjutkan atau tidak dalam operasionalnya, layak yang dimaksudkan disini usaha yang dijalankan akan memberikan keuntungan finansial dan nonfinansial dengan tujuan yang telah ditetapkan, dimana keuntungan tidak hanya bagi pihak perusahaan yang menjalankan, akan tetapi juga bagi investor, kreditor, pemerintah dan masyarakat luas.

Studi kelayakan bisnis ini sangat berbeda dengan studi kelayakan proyek, jika studi kelayakan proyek diartikan sebagai kegiatan sementara yang berlangsung dalam jangka waktu terbatas dengan alokasi sumber daya tertentu dan dimaksudkan untuk melaksanakan tugas yang sarannya telah digariskan dengan jelas. Sedangkan studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya

bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang optimal untuk waktu yang tidak ditentukan, misalnya rencana peluncuran produk baru. Dalam analisa kelayakan bisnis digunakan untuk melihat kegiatan operasional rutin didasarkan pada suatu konsep pendayagunaan sistem yang telah ada, apakah berbentuk pabrik, gedung, atau fasilitas lain secara terus menerus dan berulang ulang (Sucipto,2010:2-3).

Sedangkan (Darmawan,2020:6) mengatakan bahwa analisis kelayakan bisnis berguna dan dapat dipakai sebagai bahan penunjang kelancaran tugas-tugasnya dalam penilaian suatu usaha baru, pengembangan usaha baru atau menilai kembali usaha yang sudah ada atau perusahaan yang sedang berjalan.

2. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Ada banyak pihak yang memiliki kepentingan dengan studi kelayakan bisnis, dan jika dirumuskan secara eksplisitas tujuan yang akan dicapai dari konsep studi kelayakan bisnis yaitu ada beberapa pihak yang mempunyai kepentingan diantaranya:

- a. Bagi pihak investor, ditujukan sebagai bahan penilaian dari kelayakan usaha atau proyek agar menjadi masukan yang dapat bermanfaat karena sudah mengkaji berbagai aspek, seperti aspek teknis dan operasi, aspek pasar, aspek organisasi dan manajemen, aspek lingkungan, dan aspek finansial secara komprehensif dan detail sehingga dapat dijadikan dasar untuk investor dalam membuat keputusan investasi yang objektif.
- b. Bagi analisis studi kelayakan bisnis, adalah alat yang berguna dan dapat dipakai sebagai bahan penunjang kelancaran tugas-tugasnya dalam penilaian suatu usaha baru pengembangan usaha baru, atau menilai kembali usaha yang sudah ada.
- c. Bagi masyarakat, merupakan suatu peluang untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat dan perekonomiannya yang merupakan hasil dari studi kelayakan bisnis, baik yang terlihat langsung maupun

secara tidak langsung yaitu karena ada nilai tambah sebagai akibat dari adanya usaha atau proyek tersebut.

- d. Bagi pemerintah, hasil dari studi kelayakan bertujuan untuk pengembangan sumber daya manusia berupa penyerapan tenaga kerja. Selain itu, adanya usaha baru untuk mengembangkan usaha lama yang merupakan hasil dari studi kelayakan bisnis yang dilakukan oleh badan usaha maupun individu tentu dapat menambah pemasukan pemerintah baik pajak pertambahan nilai retribusi berupa biaya perizinan, pajak penghasilan, biaya pendaftaran, biaya administrasi, dan biaya lain yang pantas untuk diterima sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Berdasarkan sudut pandang makro pemerintah dapat berharap besar dari keberhasilan studi kelayakan bisnis ini guna mempercepat pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional sehingga tercapai pertumbuhan dan kenaikan *income perkapita* (Darmawan, 2020:6-7).

Menurut Kasmir dan Jakfar ada lima tujuan mengapa sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan yaitu:

- a. Menghindari risiko kerugian

Risiko untuk kerugian masa yang akan datang yang penuh dengan ketidakpastian, dalam hal ini fungsi studi kelayakan untuk meminimalkan risiko baik yang dapat dikendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.

- b. Memudahkan perencanaan

Perencanaan meliputi beberapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha akan dijalankan, dimana, bagaimana pelaksanaannya, berapa besar keuntungan yang akan diperoleh serta bagaimana mengawasinya jika terjadi penyimpangan.

- c. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan

Dengan rencana yang tersusun maka sangat memudahkan pelaksanaan bisnis, pengerjaan usaha dapat dilakukan secara sistematis.

d. Memudahkan pengawasan

Dengan melaksanakan proyek sesuai rencana maka memudahkan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha.

e. Memudahkan pengendalian

Jika dapat diawasi maka jika terjadi penyimpangan maka akan mudah terdeteksi, sehingga mudah untuk mengendalikan penyimpangan tersebut (Harahap, 2018:4).

Secara umum tujuan studi kelayakan ini adalah untuk menghindari keterlanjuran penanaman modal yang terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan, dan melihat apakah bisnis yang dijalankan dapat dilanjutkan atau dapat membuka peluang tambahan usaha serta melihat prospek untuk masa yang akan datang apakah bisnis ini tetap dapat beroperasi atau tidak. (Muhammad, 2000:7).

3. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis

Dalam studi kelayakan bisnis perlu adanya suatu analisa manfaat, pada umumnya studi kelayakan bisnis menyangkut tiga aspek manfaat yaitu:

1) Manfaat *Financial*

Manfaat finansial adalah manfaat dari proyek tersebut secara ekonomis atau apakah proyek tersebut dipandang lebih menguntungkan apabila dibandingkan dengan risiko dari proyek tersebut.

2) Manfaat Ekonomis Nasional

Manfaat ekonomis nasional adalah manfaat ekonomis dari suatu proyek bagi suatu negara dimana proyek itu dilaksanakan atau manfaat dari proyek tersebut bagi ekonomi makro sebuah negara.

3) Manfaat Sosial

Adalah manfaat dimana proyek memberikan dampak sosial yang positif seperti penyerapan tenaga kerja (Darmawan, 2020:2).

Manfaat studi kelayakan dapat dibedakan karena dua pihak yang berkepentingan atas studi kelayakan itu sendiri:

a. Pihak pertama (bagi analisis)

- 1) Memberikan pengetahuan tentang cara berfikir yang sistematis (runtut) dalam menghadapi suatu masalah (problem) yang mencari jawabannya.
- 2) Menerapkan berbagai disiplin ilmu yang telah dipelajari sebelumnya dan menjadikannya sebagai alat bantu dalam penghitungan atau pengukuran, penilaian dan pengambilan keputusan.
- 3) Mengerjakan studi kelayakan berarti mempelajari suatu objek bisnis secara komprehensif sehingga penyusunannya akan mendapatkan pembelajaran dan pengalaman yang sangat berharga.

b. Pihak kedua (bagi masyarakat)

Apabila laporan studi kelayakan bisnis dinyatakan layak untuk direalisasikan setelah dibuat, maka ada yang memerlukan laporan dari studi kelayakan bisnis sebagai bahan masukan utama untuk pengkajian ulang, dan sebagai bahan untuk menyetujui atau bahkan menolak kelayakan laporan tersebut berdasarkan kepentingan. Laporan yang telah dinyatakan layak kemungkinan untuk tidak dilaksanakan itu juga dapat terjadi, pengambilan keputusan akhir menolak tidak hanya karena laporan tersebut hasil rekayasa atau tidak objektif, tapi bisa juga karena intervensi dari pihak lain yang berkepentingan tidak terpenuhi. (Darmawan, 2020:2-3).

Berikut ini pihak-pihak yang membutuhkan laporan studi kelayakan bisnis

1) Calon Investor

Dalam menilai studi kelayakan bisnis, calon investor lebih terkonsentrasi pada aspek ekonomis dan keuangam karena pada aspek inilah mereka dapat menentukan tingkat pengembalian

modal, *payback period*, aliran kas dan tentunya proyeksi laba-rugi. Disini mereka juga dapat memperhitungkan *return* dan risiko yang mungkin dihadapi.

2) Mitra penyerta modal

Calon investor biasanya membutuhkan mitra penyerta modal baik perseorangan maupun perusahaan. Hasil studi kelayakan ini akan membantu calon investor dalam meyakinkan mitranya.

3) Perbankan

Dalam proses persetujuan perkreditan dari bank diperlukan rekomendasi yang menyatakan bahwa proyek tersebut layak, maka diperlukan studi kelayakan bisnis.

4) Pemerintah

Penilaian pemerintah terhadap studi kelayakan adalah biasanya yang menyangkut pada aspek legalitas dan perizinan.

5) Manajemen Perusahaan

Studi kelayakan bisnis untuk pengembangan bisnis baru akan berhubungan dengan pihak manajemen terutama direksi.

6) Masyarakat

Acuan penilaian masyarakat terhadap suatu proyek atau bisnis biasanya yang menyangkut AMDAL (dampak lingkungan). AMDAL ini biasanya untuk proyek-proyek besar (Harahap, 2018:5-6).

7) Bagi Tujuan Pembangunan Ekonomi

Penyusunan studi kelayakan bisnis juga perlu menganalisis suatu manfaat yang akan didapatkan atau biaya yang nantinya akan dikeluarkan untuk proyek terhadap perekonomian nasional. Untuk mengetahui biaya dan manfaat tersebut, maka perlu ada aspek yang dianalisis yaitu ditinjau dari aspek rencana pembangunan nasional distribusi nilai tambah untuk seluruh masyarakat nilai investasi per tenaga kerja, pengaruh sosial dan analisis pemanfaatan maupun beban sosial. Jadi studi kelayakan

bisnis jelas perlu dikaji demi tujuan pembangunan ekonomi nasional (Darmawan, 2020:4).

4. Tahap-Tahap Dalam Studi Kelayakan Bisnis

a) Pengumpulan data dan informasi

Mengumpulkan data dan informasi yang bersifat kualitatif dan kuantitatif.

b) Melakukan pengolahan data

Pengolahan data dan informasi dengan metode-metode yang lazim digunakan kemudian dicek ulang untuk memastikan kebenarannya.

c) Analisis data

Untuk melakukan kriteria kelayakan untuk bisa digunakan secara umum dari seluruh aspek.

d) Mengambil keputusan

Mengambil keputusan terhadap hasil analisa yang dilakukan, jika layak maka dapat direkomendasikan, jika tidak layak maka sebaiknya dibatalkan.

e) Memberikan rekomendasi

Merekomendasikan kepada pihak-pihak yang berwenang. Rekomendasi sebaiknya disertakan saran-saran, perbaikan yang dibutuhkan dan kelengkapan dokumentasi (Harahap, 2018:7-8).

5. Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Aspek yang berkaitan dengan studi kelayakan bisnis, terkait keputusan layak atau tidaknya dijalankan suatu bisnis tersebut. Aspek yang berkaitan selanjutnya dinilai, diukur dan diteliti sesuai dengan standar yang ditentukan serta peraturan yang disepakati serta disahkan. Hal mendalam perlu dilakukan pada beberapa aspek kelayakan bisnis yaitu:

a. Aspek Hukum

Aspek hukum menganalisis kemampuan pelaku bisnis dalam memenuhi ketentuan hukum dan perizinan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis diwilayah tertentu. Dengan menganalisis aspek

hukum, kita dapat menganalisis kelayakan legalitas usaha yang dijalankan, ketepatan bentuk badan hukum dengan ide bisnis yang akan dilaksanakan, dan kemampuan bisnis yang akan diusulkan dalam memenuhi persyaratan perizinan

b. Aspek Lingkungan

Aspek lingkungan menganalisis kesesuaian lingkungan sekitar dengan ide bisnis yang dijalanka. Dalam aspek ini dampak bisnis bagi lingkungan juga dianalisis. Suatu ide bisnis dinyatakan layak berdasarkan aspek lingkungan jika kondisi lingkungan sesuai dengan kebutuhan ide bisnis dan ide bisnis tersebut mampu memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dampak negatifnya.

c. Aspek pasar dan pemasaran

Pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan dan saling mempengaruhi satu sama lainnya. Dengan kata lain, setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar dan hal ini juga memberikan manfaat untuk memudahkan dalam transaksi.

Aspek pasar menganalisis potensi pasar, intensitas persaingan, *market share* yang dapat dicapai, serta menganalisis strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk mencapai *market share* yang diharapkan. Dengan analisis ini, potensi ide bisnis dapat tersalurkan dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar.

d. Aspek Teknis dan Teknologi

Aspek teknis menganalisis kesiapan teknis dan ketersediaan teknologi yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis. Analisis aspek teknis dan teknologi menjadi sebuah keharusan untuk menghindari adanya kegagalan bisnis pada masa yang akan datang, sebagai akibat karena adanya masalah teknis. Beberapa hal yang perlu dipahami dalam kaitannya dengan aspek teknis dan teknologi

ialah penentuan lokasi bisnis, tata letak (*layout*) bisnis, pemilihan peralatan dan teknologi.

e. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Aspek manajemen dan sumber daya manusia menganalisis tahap-tahap pelaksanaan bisnis dan kesiapan tenaga kerja, baik tenaga kerja kasar maupun tenaga kerja terampil yang diperlukan untuk menjalankan bisnis.

f. Aspek Keuangan

Aspek keuangan menganalisis besarnya biaya investasi dan modal kerja serta tingkat pengembalian investasi dan modal kerja serta tingkat pengembalian investasi dari bisnis yang akan dijalankan. Selain itu, dianalisis juga dari mana saja sumber investasi dan pembiayaan bisnis tersebut yang dihitung dengan rumus penilaian investasi seperti analisis *Cash Flow*, *Payback Period*, *Net Present Value*, *Internal Rate Of Return*, *Benefit Cost Ratio*, *Profitability Index*, dan *Break Event Point*.

Dengan penilaian tersebut dapat memberikan gambaran yang jelas terhadap besaran biaya dan investasi dengan harapan pedoman penilaian tersebut dapat memberikan penilaian yang menguntungkan, sehingga usahawan dapat lebih percaya diri dalam memulai bisnisnya (Purnomo, 2017:15-18).

B. Aspek Pasar

1. Pengertian Aspek Pasar

Kajian aspek pasar berkaitan dengan ada tidaknya potensi pasar dan peluang pasar atas suatu produk yang akan diluncurkan dimasa yang akan datang. Sementara itu kajian aspek pemasaran berkaitan dengan bagaimana penerapan strategi pemasaran dalam rangka untuk meraih sebagian pasar potensial atau peluang pasar yang ada tersebut. Dengan kata lain seberapa besar pangsa pasar yang ditentukan dapat diraih sangat bergantung pada penerapan strategi pemasaran yang dipilih.

Sedangkan untuk mengetahui peluang pasar bisa menggunakan metode peramalan yang didasarkan pada jumlah penjualan produk sejenis yang sudah ada. Metode peramalan yang umum digunakan adalah peramalan konstan, peramalan linier, dan peramalan siklus. Selanjutnya peluang pasar bisa dilihat dengan membandingkan apakah hasil perhitungan peramalan berada dibawah permintaan (Bintoro, 2013:124-125).

Pasar menurut para ahli, merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Pendapat ahli yang lain mengatakan bahwa pasar merupakan suatu kelompok orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar menawar, sehingga dengan demikian terbentuk harga. Salah seorang ahli pemasaran Stanton, mengemukakan pengertian yang lain tentang pasar yakni merupakan kumpulan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan kemauan untuk membelanjakan. Jadi ada tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar yaitu orang dengan segala keinginannya, daya belinya, serta tingkahlaku dalam pembeliannya (Sugiyanto, 2020:29).

Pasar secara sederhana adalah tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian lain yang lebih luas adalah himpunan pembeli nyata dan pembeli potensial atas suatu produk. Dari pengertian ini mengandung arti bahwa pasar merupakan kumpulan atau himpunan para pembeli, baik pembeli nyata maupun pembeli potensial atas suatu produk atau jasa tertentu. Dalam aspek pasar ini dijelaskan juga mengenai permintaan dan penawaran, proyeksi permintaan dan penawaran, penentuan peluang pasar, penentuan harga jual, target penjualan, serta penentuan strategi pemasaran (Saputra, 2014:2).

Aspek pasar, yaitu meneliti tentang permintaan suatu produk atau jasa, berapa luas pasar, pertumbuhan permintaan dan market share dari produk yang bersangkutan. Secara umum didalam evaluasi aspek pasar

dan pemasaran beberapa hal yang diteliti yaitu mulai dari deskripsi pasar, yang meliputi area pasar dan metode transportasi, identifikasi calon konsumen, kedudukan produk yang direncanakan saat ini, komposisi dan perkembangan permintaan produk dari masa lampau hingga sekarang, proyeksi permintaan dimasa mendatang, sampai kemungkinan persaingan dan peranan pemerintah dalam menunjang perkembangan pemasaran produk (Naryono, 2018:53).

Pada dasarnya analisis pasar ini bertujuan untuk mengetahui seberapa luas pasar produk atau jasa yang bersangkutan, bagaimana pertumbuhan permintaan dan seberapa besar yang dapat dipenuhi oleh perusahaan, serta berusaha untuk merealisasikan peluang yang sudah dikaji dan dinilai. (Jumingan, 2014:58).

2. Macam-Macam Pasar

Bentuk pasar dapat dilihat dari posisi produsen atau penjual dan sisi konsumen. Dari sisi produsen atau penjual pasar dapat dibedakan atas:

- a. Pasar persaingan sempurna, pada jenis ini aktivitas persaingannya tidaklah Nampak karena tidak terbatasnya jumlah produsen (sehingga pangsa pasar mereka terkotak-kotak atau kecil-kecil) dan konsumen dapat menjual atau membeli berapa saja tanpa ada batas asal bersedia membeli atau menjual pada harga pasar. Jadi, pada pasar ini justru tidak ada gunanya mengadakan persaingan.
- b. Pasar Monopoli, pasar monopoli adalah sebuah bentuk pasar yang dikuasai oleh seorang penjual saja. Dalam hal ini tidak ada barang substitusi terhadap barang yang dijual oleh penjual tunggal tersebut, serta terdapat hambatan untuk masuknya pesaing dari luar. Penyebab terjadinya monopoli bisa macam-macam misalnya karena menguasai bahan mentah, penguasaan teknik produksi tertentu yang dimiliki, tindakan yuridis dalam perolehan hak paten dan secara alamiah karena luar pasar yang tak cukup besar untuk dilayani oleh lebih dari satu produsen dengan menggunakan skala pabrik yang optimal.

- c. Pasar Oligopoli, pasar oligopoli merupakan perluasan dari pasar monopoli. Dalam menentukan tingkat harga dan kuantitas produksi, karena pengaruh dari pesaing sangat terasa, tindakan atau aktivitas pesaing perlu dimasukkan dalam perhitungan.
- d. Pasar persaingan monopolistik, pasar ini merupakan bentuk campuran antara persaingan sempurna dengan monopoli. Dikatakan mirip persaingan sempurna karena ada kebebasan bagi perusahaan untuk keluar masuk pasar selain itu, barang yang dijual pun tidak homogeny. Oleh karena itu, barang-barang yang heterogen itu dimiliki oleh beberapa perusahaan besar saja, pasar ini mirip dengan monopoli (Sugiyanto, 2020:32).

Menurut Umar (2005) pasar dapat dikelompokkan kedalam empat golongan, yaitu:

- a. Pasar konsumen adalah sekelompok pembeli yang membeli barang untuk dikonsumsi, bukannya dijual atau diproses lebih lanjut. Termasuk dalam pasar konsumen ini adalah pembeli-pembeli individual atau pembeli rumah tangga (non-bisnis). Barang yang dibeli adalah barang konsumsi.
- b. Pasar industri adalah pasar yang terdiri atas individu-individu dan lembaga atau organisasi yang membeli barang-barang untuk dipakai lagi, baik secara langsung maupun secara tidak langsung, dalam memproduksi barang lain yang kemudian dijual. Barang yang dibeli adalah barang industri.
- c. Pasar penjual kembali (Reseller) adalah suatu pasar yang terdiri atas individu-individu dan organisasi yang membeli barang-barang dengan maksud untuk dijual lagi atau disewakan agar mendapatkan laba.
- d. Pasar pemerintah adalah pasar dimana terdapat lembaga-lembaga pemerintah seperti departemen-departemen, direktorat, kantor-kantor dinas, dan instansi lain (Harahap, 2018:104).

3. Segmentasi Pasar (*Segmenting*)

Segmentasi pasar adalah proses dimana pasar dibagi menjadi para pelanggan yang terdiri atas orang-orang dengan berbagai kebutuhan dan karakteristik yang sama yang mengarahkan mereka untuk merespons tawaran produk atau jasa dan program pemasaran strategis tertentu dalam cara yang sama (Harahap, 2018:105).

Menurut Suliyanto (2010), segmentasi pasar merupakan kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen dari suatu produk kedalam satuan-satuan pasar (segmen pasar) yang bersifat homogen. Segmentasi pasar bertujuan agar perusahaan lebih mudah dalam melayani berbagai kebutuhan dan keinginan pasar. (Philemon, 2017:14).

Pasar terdiri dari banyak jenis atau tipe pembeli yang berbeda-beda berdasarkan beberapa faktor misalnya keinginan, kemampuan keuangan, lokasi, sikap pembelian dan praktik-praktik pembeliannya. Manajemen dapat melakukan pengkombinasian dari beberapa variabel untuk mendapatkan suatu cara yang paling pas dalam mensegmentasikan pasarnya. Beberapa aspek utama untuk mensegmentasikan pasar adalah aspek geografis, aspek demografis, aspek psikografis dan aspek perilaku (Agustin, 2017:104-105).

Agar segmentasi pasar dapat berguna, harus diperhatikan beberapa karakteristiknya:

- a) Dapat diukur, maksudnya besar pasar dan daya beli di segmen ini dapat diukur walaupun ada beberapa komponen yang sulit diukur.
- b) Dapat terjangkau, maksudnya sejauh mana segmen ini dapat secara efektif dicapai dan dilayani oleh produsen, walaupun ada kelompok pasar potensial yang sulit dijangkau.
- c) Besar segmen, maksudnya berapa besar segmen yang harus dijangkau agar penjualan produk menguntungkan secara signifikan.

- d) Dapat dilaksanakan, maksudnya sejauh mana program yang efektif itu dapat dilaksanakan untuk mengelola segmen ini (Sugiyanto, 2020:49).

4. Manfaat Segmentasi Pasar

- a. Mengidentifikasi pengembangan produk baru, analisis tentang berbagai segmen pelanggan potensial menunjukkan satu atau lebih kelompok yang memiliki kebutuhan dan minat-minat spesifik tidak dipenuhi dengan baik oleh tawaran-tawaran pesaing.
- b. Membantu dalam mendesain program-program pemasaran yang paling efektif, untuk mencapai kelompok-kelompok pelanggan yang homogen dengan memusatkan perhatian pada suatu golongan tertentu, maka akan mempermudah dalam menetapkan harga yang sesuai dengan kondisi ekonomi mereka.
- c. Memperbaiki alokasi strategi sumber daya pemasaran, segmentasi-segmentasi yang didefinisikan dengan baik, ketika berpadu dengan produk-produk spesifik bertindak sebagai pusat investasi potensial untuk bisnis (Harahap, 2018:108).

5. Menentukan Pasar Sasaran (*Targeting*)

Targeting atau penetapan pasar sasaran adalah tahapan selanjutnya yang dilakukan setelah membagi-bagi pasar. Pasar yang dipilih akan dilayani oleh perusahaan dengan cara memenuhi kebutuhannya. (Philemon, 2017:14).

Pasar sasaran adalah sekelompok pembeli yang mempunyai sifat-sifat yang sama yang membuat pasar itu berdiri sendiri. Adanya sekelompok orang dengan ciri-ciri yang sama belumlah berarti mereka membentuk pasar sasaran. Hanya bila mereka mempunyai ciri-ciri yang sama sebagai pembeli, maka barulah berarti mereka membentuk pasar sasaran (Harahap, 2018:105).

Selanjutnya, perusahaan perlu melakukan analisis untuk dapat memutuskan beberapa segmen pasar yang akan dicakup, lalu memilih segmen mana yang akan dilayani. Analisis dapat dilakukan dengan menelaah tiga faktor yaitu:

- a) Ukuran dan pertumbuhan segmen, perusahaan harus mengumpulkan dan menganalisis data tentang penjualan terakhir, proyeksi laju pertumbuhan penjualan dan margin laba yang diharapkan untuk berbagai segmen, lalu pilih segmen yang diharapkan paling sesuai.
- b) Kemenarikan struktural segmen, suatu segmen mungkin mempunyai ukuran dan pertumbuhan yang sesuai dengan yang diharapkan, akan tetapi belum tentu menarik dari sisi profitabilitasnya, jadi perusahaan tetap harus mempelajari faktor-faktor struktural utama yang mempengaruhi daya tarik segmen dalam jangka panjang.
- c) Sasaran dan sumber daya, perusahaan harus mempertimbangkan sasaran dan sumber dayanya dengan segmen pasar. Walau ada segmen yang bagus, akan tetapi dapat ditolak jika tidak prospektif dalam jangka panjang, tetap harus dipertimbangkan kemampuan perusahaan dalam menyediakan sumber dayanya, misal keterampilan tenaga pelaksanaannya untuk masuk ke pasar itu lebih baik dari pesaingnya (Sugiyanto, 2020:49).

6. Menentukan Posisi Pasar (*Positioning*)

Positioning atau posisi pasar yang diinginkan perusahaan adalah upaya perusahaan dalam membentuk citra atau pandangan konsumen pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan. (Philemon, 2017:14). Untuk menentukan posisi pasar, terdapat tiga langkah yang masing-masing diantaranya:

- a) Mengidentifikasi keunggulan kompetitif

Apabila perusahaan menawarkan suatu produk yang bermutu, maka ia harus memberikan produk yang bermutu pula kepada konsumennya. Untuk mencari posisi mana yang lebih unggul dan kompetitif langkah awal yang harus dilakukan perusahaan adalah membuat diferensiasi (perbedaan) atas tawaran pemasaran. Sehingga ia akan memberikan nilai lebih besar daripada tawaran pesaing.

b) Memilih keunggulan kompetitif

Jika perusahaan telah menemukan beberapa keunggulan kompetitif yang potensial, selanjutnya harus memilih satu keunggulan kompetitif sebagai dasar kebijakan penentuan posisinya. Ia harus menetapkan berapa banyak perbedaan dan perbedaan mana yang akan dipromosikan. Dalam penentuan posisinya, perusahaan boleh memilih lebih dari satu perbedaan tetapi jangan pula terlalu banyak.

c) Mewujudkan dan mengkomunikasikan posisi

Setelah memilih dan menentukan posisinya, perusahaan harus mengambil langkah-langkah untuk mewujudkan dan mengkomunikasikan posisi yang diinginkan itu kepada konsumen sasaran. (Agustin, 2017:107).

7. Penilaian Potensi Pasar

Perusahaan selalu membutuhkan informasi dan pengetahuan tentang keadaan pasar mereka. Untuk menilai potensi pasar sangat diperlukan untuk melakukan riset pasar. Riset pasar adalah usaha untuk mengumpulkan, pencatatan untuk menghasilkan data selanjutnya menganalisis data tersebut secara sistematis dari konsumen untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan produk dan lingkungan eksternal perusahaan. Riset pasar dapat membuat keputusan pemasaran yang lebih baik. Riset pasar dapat membantu:

- a. Menentukan dan menemukan minat konsumen.
- b. Menemukan pasar yang menguntungkan.
- c. Memilih produk yang dapat dijual.
- d. Menentukan perubahan dalam perilaku konsumen.
- e. Meningkatkan teknik-teknik pemasaran yang lebih baik.
- f. Merencanakan sasaran yang realistis.

Tujuan riset pasar adalah mengumpulkan informasi untuk pengambilan keputusan yang lebih tepat berdasarkan fakta dan data yang telah diperoleh dilapangan. Perakitan, penyaringan dan analisis

informasi yang relevan mengenai pasar dan kemampuan dari produk untuk dipasarkan merupakan landasan untuk menilai potensi keberhasilan dari usaha baru yang dimaksudkan. aspek yang dilakukan untuk menjalankan hal ini adalah melakukan penelitian potensi pasar dan identifikasi pelanggan potensial, analisis seberapa besar perusahaan baru tersebut bisa memanfaatkan potensi pasar, dan penentuan peluang nyata pasar dan risiko melalui uji coba pasar (Agustin, 2017:91).

8. Strategi Pasar Sasaran

Sejumlah strategi dapat memandu pilihan pasar sasaran manajer. Tiga strategi yang paling sering digunakan adalah pasar masal (*mass market*), ceruk pasar (*niche-market*), dan pasar pertumbuhan (*growth market*).

a. Strategi Pasar Masal (*mass market*)

Strategi ini dijalankan melalui dua tahap. Pertama, mengabaikan semua perbedaan segmen dan mendesain program pemasaran dan produk tunggal yang akan menarik sejumlah besar konsumen. Kedua, adalah merancang produk dan program pemasaran terpisah untuk segmen-segmen yang berbeda, ini sering disebut pemasaran serba aneka.

b. Strategi Ceruk Pasar (*niche-market*)

Strategi ini melayani satu atau lebih segmen yang terdiri atas sejumlah pelanggan yang mencari manfaat yang sangat khusus dari produk dan jasa. Strategi ini dirancang untuk mencegah persaingan langsung dengan perusahaan-perusahaan besar yang sedang memburu segmen yang lebih besar.

c. Strategi Pasar Pertumbuhan (*growth market*).

Strategi ini disukai para pesaing yang lebih kecil untuk mencegah konfrontasi langsung dengan perusahaan-perusahaan besar sambil membangun jumlah penjualan dan pangsa untuk masa depan (Harahap, 2018:109).

9. Meramalkan Pasar

Peramalan merupakan studi terhadap data historis untuk menemukan hubungan kecenderungan dan pola yang sistematis. Misalnya untuk sampai kepada keputusan membangun pabrik baru, dibutuhkan peramalan berupa permintaan produk dimasa yang akan datang, inovasi teknologi, biaya, harga, kondisi persaingan, tenaga kerja dan sebagainya.

Dalam dunia bisnis hasil peramalan mampu memberikan gambaran tentang masa depan perusahaan yang memungkinkan manajemen membuat perencanaan, menciptakan peluang bisnis maupun pola investasi mereka.

Makridakis mengidentifikasi tiga sumber utama ketidakakuratan peramalan dunia bisnis yakni:

- a. Kesalahan dalam identifikasi pola dan hubungan.
- b. Pola yang tidak tepat dan hubungan yang tidak pasti.
- c. Perubahan pola atau hubungan.

Salah satu aspek yang paling sering disalah pahami dalam peramalan adalah ketidakpastian, karena dalam praktiknya hasil peramalan tidak pernah secara mutlak tepat kecuali kebetulan. Karena akurasi hasil akan sangat bergantung pada metode atau teknik peramalan yang dipakai (Harahap, 2018:111).

10. Bauran Pasar Yang Digunakan Dalam Produk Jasa

Bauran pemasaran untuk produk jasa lebih luas daripada bauran produk barang. Untuk jasa, baurannya dapat diperluas dengan menambah elemen yaitu orang, bukti fisik, dan proses jasa itu sendiri. Yang dimaksud orang disini adalah semua partisipan yang memainkan sebagian penyedia jasa, yaitu peran selama proses dan konsumsi jasa berlangsung dalam waktu ril jasa oleh karenanya dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Yang dimaksud dengan partisipan disini adalah staff perusahaan, konsumen, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa tersebut.

Bukti fisik yaitu siapa yang menyampaikan dan dimana perusahaan berada serta adanya konsumen, yang saling berinteraksi dan setiap komponen *tangible* memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa tersebut. Sedangkan proses jasa itu sendiri yaitu proses yang mencerminkan bagaimana secara elemen bauran pemasaran jasa dikoordinasikan untuk menjamin kualitas dan konsistensi jasa yang diberikan kepada konsumen. Dengan demikian, pemasaran harus dilibatkan ketika desain proses jasa dibuat, karena pemasaran juga sering terlibat dalam atau bertanggung jawab terhadap pengawasan kualitas jasa (Sugiyanto, 2020:63).

C. Aspek Hukum

1. Pengertian Aspek Hukum

Aspek hukum adalah aspek mengkaji ketentuan hukum berupa legalitas suatu badan yang harus dipenuhi sebelum menjalankan usaha. Ketentuan hukum untuk jenis usaha berbeda-beda, tergantung pada kompleksitas bisnis tersebut. Adanya otonomi daerah menyebabkan ketentuan hukum dan perizinan antara daerah yang satu dengan daerah yang lain berbeda-beda. Oleh karena itu, pemahaman mengenai ketentuan hukum dan perizinan investasi untuk setiap daerah merupakan hal yang sangat penting untuk melakukan analisis kelayakan aspek hukum.

Yuridis adalah hukum atau peraturan yang wajib dipatuhi oleh masyarakat, baik secara tertulis maupun lisan. Tujuan dari aspek yuridis atau hukum adalah untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan dan keaslian dari dokumen-dokumen yang dimiliki. Penelitian keabsahan dokumen dapat dilakukan sesuai dengan lembaga yang mengeluarkan dan yang mengesahkan dokumen yang bersangkutan (Harahap, 2018:38).

2. Aspek Hukum Dalam Studi Kelayakan Bisnis

Aspek legalitas usaha adalah kesahihan suatu usaha untuk dijalankan yang tujuannya sesuai dengan Undang-undang untuk

meyakinkan penggunaan produk atau jasa bahwa hasil operasi usaha tersebut sudah sesuai dengan standar. (Pasaribu, 2012:78).

Aspek hukum dalam studi kelayakan bisnis menyangkut pada semua hal terkait legalitas rencana bisnis yang hendak dilakukan oleh perusahaan. Ketentuan- ketentuan hukum tersebut meliputi:

- a. Izin lokasi.
- b. Akte pendirian perusahaan dari notaris.
- c. Pengesahan surat pendirian perusahaan dari pengadilan tinggi setempat.
- d. Nomor pokok wajib pajak (NPWP).
- e. Surat tanda daftar perusahaan.
- f. Surat izin tempat usaha dari pemerintah daerah setempat.
- g. Surat tanda rekanan dari pemerintah daerah setempat.
- h. Surat izin usaha perdagangan (SIUP). (Harahap, 2018:38-39).

3. Manfaat Legalisasi Perusahaan

Berdasarkan ketentuan dari pemerintah dan keuntungan-keuntungan yang diperoleh nantinya, seorang pengusaha yang mengurus legalitas perusahaannya. Dengan proses yang tidak terlalu rumit dan biaya yang tidak terlalu besar, pengusaha sudah mendapatkan jaminan keberlangsungan perusahaannya. Justru jika pelegalan itu tidak diurus, nantinya pengusaha itu sendiri yang akan mendapatkan kesulitan dalam kegiatan usahanya. Selain merasa terancam dengan penerbitan oleh pihak berwajib, mereka juga akan kesulitan mengembangkan usahanya menuju kearah yang lebih baik. Dengan dimilikinya surat-surat izin sebagai bentuk legalitas perusahaan, maka akan diperoleh beberapa manfaat diantaranya:

1) Sarana perlindungan hukum

Seorang pengusaha yang sudah melegalkan perusahaannya akan terhindar dari tindakan pembongkaran atau penertiban dari pihak berwajib, sehingga memberikan rasa aman dan nyaman akan keberlangsungan usahanya.

2) Promosi

Dengan mengurus dokumen-dokumen legalitas tersebut secara tidak langsung pengusaha telah melakukan serangkaian promosi.

3) Bukti kepatuhan terhadap hukum

Dengan memiliki unsur legalitas tersebut menandakan bahwa pengusaha telah mematuhi aturan hukum yang berlaku, secara tidak langsung ia telah menegaskan budaya disiplin pada dirinya.

4) Mempermudah mendapatkan suatu proyek

Dalam suatu tender, selalu mensyaratkan bahwa perusahaan harus memiliki dokumen-dokumen hukum yang menyatakan pelegalan perusahaan tersebut. Sehingga hal ini sangat penting nantinya untuk sarana pengembangan usaha.

5) Mempermudah pengembangan usaha

Untuk pengembangan usaha pasti diperlukan dana yang cukup besar untuk merealisasikannya. Dan yang dibutuhkan bisa diperoleh dengan proses peminjaman kepada pihak bank dan dokumen-dokumen legalitas ini akan menjadi salah satu persyaratan yang diajukan pihak bank (Fitriani, 2017:144).

4. Tujuan Analisis Aspek Hukum

Analisis aspek hukum dilakukan dengan tujuan apakah bisnis yang dijalankan dapat memenuhi ketentuan hukum dan perizinan disuatu wilayah. Berdasarkan aspek hukum, suatu ide bisnis dinyatakan layak jika ide bisnis tersebut sesuai dengan ketentuan hukum dan mampu memenuhi segala persyaratan perizinan diwilayah tersebut. Secara spesifik analisis aspek hukum pada studi kelayakan bisnis bertujuan untuk:

- a. Menganalisis legalitas usaha yang dijalankan.
- b. Menganalisis ketepatan bentuk badan hukum dengan ide bisnis yang akan dilaksanakan.
- c. Menganalisis kemampuan bisnis yang akan diusulkan dalam memenuhi persyaratan perizinan.

- d. Menganalisis jaminan-jaminan yang bisa disediakan jika bisnis akan dibiayai dengan pinjaman (Harahap, 2018:42).

5. Jenis-Jenis Badan Usaha

Kegiatan bisnis tidak dapat dilepas dari bentuk badan usaha dan perizinan yang diperlukan untuk menjalankan usaha. Bentuk badan usaha yang dipilih tergantung pada modal yang dibutuhkan dan jumlah pemilik. Pemilihan badan usaha didasarkan oleh beberapa pertimbangan sebagai berikut:

- 1) Besarnya modal yang diperlukan untuk menjalankan bisnis.
- 2) Tingkat kemampuan dan tanggung jawab hukum dan keuangan.
- 3) Bidang industry yang dijalankan.
- 4) Persyaratan perundang-undangan yang berlaku.

Untuk memilih badan usaha yang tepat, kita perlu mengetahui definisi, ciri-ciri badan usaha, serta kelebihan dan kekurangan masing-masing bentuk badan usaha. Ada beberapa jenis badan usaha diantaranya:

- a. Jenis badan usaha berdasarkan kegiatan yang dilakukan
 - a) Badan Usaha Ekstraktif : badan usaha ini mengambil apa yang telah tersedia di alam. Contoh badan usaha ekstraktif: PT Pertamina dan PT Bukit Asam.
 - b) Badan Usaha Agraris: badan usaha ini berusaha membudidayakan tumbuh-tumbuhan atau segala kegiatan yang berkaitan dengan pertanian. Contoh badan usaha agraris: PT Perkebunan Negara, Badan Usaha Pembibitan, dan Badan Usaha Tambak.
 - c) Badan Usaha Industri : badan usaha ini berusaha meningkatkan nilai ekonomi barang dengan jalan mengubah bentuknya. Contoh badan usaha industry : PT Kimia Farma.
 - d) Badan Usaha Perdagangan : Badan usaha ini bergerak dalam aktivitas yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang tanpa mengubah bentuknya untuk memperoleh keuntungan. Contoh badan usaha perdagangan : PT Matahari.

- e) Badan Usaha Jasa: Badan usaha ini memenuhi kebutuhan konsumen dengan jalan menyediakan jasa kepada masyarakat. Contoh badan usaha jasa : PT Bank Rakyat Indonesia (Harahap, 2018:43-44).
- b. Jenis badan usaha berdasarkan kepemilikan modal
 - a) Badan Usaha Milik Swasta (BUMS) : Badan Usaha Milik Swasta adalah badan usaha yang modalnya dimiliki oleh pihak swasta (nasional dan asing) dan mempunyai tujuan utama mencari laba. Contoh PT. Indofood.
 - b) Badan Usaha Milik Negara (BUMN) : Badan Usaha Milik Negara adalah badan usaha yang pemilik modalnya adalah negara atau pemerintah. Contoh BUMN : PT Kereta Api, PT Timah Bangka, dan PT Peruri.
 - c) Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) : Badan Usaha Milik Daerah adalah badan usaha yang dimiliki oleh pemerintah daerah. Contoh BUMD : Bank Sumut, Bank Pembangunan Daerah (BPR).
 - d) Badan Usaha Campuran : Badan Usaha Campuran adalah badan usaha yang modalnya sebagian dimiliki swasta dan sebagian lagi dimiliki pemerintah. Contoh badan usaha campuran : PT Pembangunan Jaya yang modalnya dimiliki oleh pemda DKI Jakarta dan pihak swasta (Harahap, 2018: 44).
- c. Jenis badan usaha berdasarkan wilayah negara
 - a) Badan Usaha Penanam Modal Dalam Negeri : Badan usaha penanam modal dalam negeri adalah badan usaha yang modalnya dimiliki oleh masyarakat negara itu sendiri.
 - b) Badan Usaha Penanam Modal Asing : badan usaha penanam modal asing adalah badan usaha milik masyarakat luar negeri yang beroperasi didalam negeri (Harahap, 2018:44).

6. Peraturan dan Kelengkapan Perizinan

Persyaratan untuk mendirikan sebuah usaha apabila berbentuk Perseroan Terbatas adalah sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan melalui prosedur yang berlaku. Untuk perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas hal-hal yang perlu diteliti adalah keabsahan dari Perseroan Terbatas tersebut. Pendirian suatu Perseroan Terbatas haruslah dibuatkan Akte Notaris, kemudian didaftarkan di pengadilan negeri untuk memperoleh pengesahan dan akan diberitakan dalam lembaran negara. Didalam akte pendirian juga dicantumkan nama-nama pendiri, komisaris, direksi, bidang usaha dan tujuan perusahaan didirikan. Tugas peneliti adalah dengan mengecek langsung ke pihak-pihak yang berwenang mengeluarkan dokumen atau kedepartemen teknis untuk menilai keabsahan Perseroan Terbatas tersebut (Jakfar, 2006:47-48).

Peraturan dan kelengkapan perizinan secara hukum formal bisnis atau usaha yang akan dijalankan itu dinilai layak jika telah mengikuti aturan dan perundangan yang berlaku. Misalnya, keputusan menteri (Kepmen), surat keputusan (SK) Dirjen, dan peraturan daerah (PERDA). Untuk kelengkapan perizinan bisnis atau usaha, maka harus dilengkapi dokumen-dokumen antara lain:

- 1) Izin usaha
 - a. Akte Pendirian Perusahaan dari notaris setempat apakah berbentuk Firma, Perusahaan Komanditer (CV), Perseroan Terbatas (PT), Perseorangan, dan lainnya.
 - b. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dari kantor pajak setempat.
 - c. Surat Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
 - d. Surat Izin Tempat Usaha (SITU) dari pemda setempat
 - e. Surat Keterangan (Nomor) Perusahaan Kena Pajak (PKP) dari kantor pajak setempat.
 - f. Surat Rekomendasi dari Kadim setempat

- g. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) yang dikeluarkan oleh Kanwil Perdagangan setempat.

2) Izin Lokasi

Untuk memperoleh surat izin lokasi, dokumen-dokumen yang dibutuhkan adalah:

- a. Surat izin usaha
- b. Sertifikat (Surat Akte Tanah)
- c. Bukti Pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan terakhir
- d. Surat rekomendasi dari tetangga
- e. Surat rekomendasi dari RT/RW
- f. Surat rekomendasi dari kecamatan
- g. KTP Pemrakarsa Proyek

3) Izin Gangguan (IG/HO)

- a. Pengisian formulir
- b. Fotokopi KTP
- c. Fotokopi Kepemilikan (Sertifikat Tanah)
- d. Fotokopi IMB beserta gambar bangunan (lampiran IMB)
- e. Surat pernyataan tidak keberatan dari pemilik tanah atau bangunan berhimpitan dengan lokasi tempat usaha.
- f. Fotokopi Akte pendirian CV atau PT atau Yayasan
- g. Asli surat Izin Tempat Usaha dan Lampiran gambar tempat usaha serta surat izin gangguan yang sudah habis masa berlakunya (khususnya perpanjangan atau pembaharuan)
- h. Surat pernyataan kesanggupan izin
- i. Asli rekomendasi dari SKPD terkait, beserta dokumen AMDAL atau ANDALALIN untuk tempat usaha khusus, atau UKLUPL/SPPL sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku
- j. Masa berlakunya izin adalah 3 (tiga) tahun.

4) Izin Mendirikan Bangunan (IMB)

- a. Pengisian formulir
- b. Fotokopi KTP

- c. *Advice planning* (AP) dan untuk IMB reklame tetap atau permanen pada ukuran diatas delapan meter yang titik lokasinya di RUMIJA eksisting
- d. Fotokopi kepemilikan atau sertifikat tanah dan surat kuasa dari pemilik tanah bila bukan milik sendiri.
- e. Surat pernyataan jaminan konstruksi untuk fungsi dan bentuk bangunan rumah tinggal atau rumah tinggal campuran maksimal dua lantai dan bangunan selain rumah tinggal atau rumah tinggal campuran dengan luas maksimal seratus meter berlantai satu, serta permohonan IMB untuk bangunan yang sudah berdiri dan permohonan IMB reklame yang sudah berdiri.
- f. Perhitungan konstruksi atau struktur bangunan bagi bangunan diluar ketentuan angka empat dan dan bangunan reklame dengan ukuran diatas.
- g. *Lightdruck* atau cetak printer gambar bangunan, meliputi:
 - i. Untuk permohonan IMB baru meliputi rencana gambar denah bangunan tampak muka atau depan, tampak samping, tampak belakang, apabila diperlukan potongan memanjang potongan melintang atap, pondasi, sanitasi dan sumur resapan, situasi rencana bangunan sesuai AP.
 - ii. Untuk permohonan IMB untuk bangunan yang sudah berdiri sesuai kondisi lapangan meliputi gambar, denah bangunan, tampak muka atau depan, tampak samping, tampak belakang, apabila diperlukan sanitasi dan sumur resapan situasi lokasi bangunan sesuai.
 - iii. Untuk permohonan IMB reklame baik baru maupun sudah berdiri meliputi gambar tampak muka atau depan, tampak samping, potongan memanjang, potongan melintang, fondasi, situasi titik reklame sesuai AP atau sesuai kondisi lingkungan.

- h. Surat pernyataan tidak keberatan dari pemilik tanah dan bangunan yang berhimpitan.
 - i. Asli rekomendasi dari dinas terkait beserta dokumennya apabila dalam AP diisyaratkan harus dilengkapi AMDAL atau UKLUPL/SPPL.
 - j. Surat pernyataan kesanggupan.
- 5) Tanda Daftar Perusahaan (TDP) untuk Perseroan Terbatas (PT)
- a. Formulir isian (diisi lengkap)
 - b. Kopi akte pendirian perusahaan dan akte perubahan
 - c. Asli dan kopi pengesahan akte pendirian atau perubahan dari departemen kehakiman (sesuai dengan UU PT.No.1 Th. 1995)
 - d. Asli dan kopi data akta pendirian
 - e. Asli dan kopi data akta perubahan
 - f. Asli dan kopi laporan data akta perubahan
 - g. Kopi SIUP atau izin teknis lainnya
 - h. Kopi domisili perusahaan atau SIT atau UUG
 - i. Kopi KTP pengurus dan komisaris serta pemegang saham.
- 6) Izin Tempat Usaha
- a. Pengisian formulir
 - b. Fotokopi KTP
 - c. Fotokopi kepemilikan atau sertifikat tanah
 - d. Fotokopi IMB beserta gambar bangunan
 - e. Lightdruck atau cetak printer gambar denah tempat usaha
 - f. Surat pernyataan tidak keberatan dari pemilik tanah atau bangunan yang berhimpitan dengan lokasi tempat usaha yang diketahui RT, RW dan Lurah
 - g. Fotokopi akte pendirian CV/PT/ Yayasan/Koperasi (apabila atas nama badan hukum)
 - h. Asli surat izin tempat usaha lama beserta lampiran gambar denah tempat usaha (khusus perpanjangan atau pembaharuan izin)
 - i. Surat pernyataan kesanggupan izin tempat usaha

- 7) Syarat Pendaftaran NPWP pengurusan dalam bentuk badan hukum
 - a. Mengisi pendaftaran NPWP
 - b. Fotokopi KTP atau KK direktur perusahaan
 - c. Fotokopi paspor, surat pernyataan tempat tinggal atau domisili bagi yang pengurusnya warga negara asing
 - d. Surat pernyataan tempat kegiatan usaha dari salah seorang pengurus aktif
 - e. Fotokopi akta pendirian dan perubahan perusahaan
 - f. Surat keterangan penunjukan dari kantor pusat bagi bentuk usaha tetap.
- 8) Izin prinsip
 - a. Foto kopi KTP yang masih berlaku
 - b. Proposal rencana penggunaan lahan
 - c. Foto bukti pemilikan tanah
 - d. Site plan
 - e. Denah lokasi
 - f. Foto kopi akta perusahaan
- 9) Izin Usaha Jasa Konstruksi (IUJK)
 - a. Mengisi formulir isian IUJK
 - b. Pas foto direktur 3x4 bewarna background biru 2 lembar
 - c. Foto kopi akta pendirian perusahaan
 - d. Foto kopi KTP atau identitas penduduk lainnya direksi atau direktur utama
 - e. Foto kopi nomor wajib pajak (NPWP)
 - f. Foto kopi ijazah tenaga teknik
 - g. Foto kopi sertifikat badan usaha (SBU)
 - h. Surat keterangan domisili usaha dari desa atau kelurahan
- 10) Prosedur Pendirian Perseroan Terbatas (PT)
 - a. Pengurusan pada kantor notaris
 - a) Pesan nama PT
 - b) Akta pendirian perusahaan (PT)

- c) Pengesahan Menteri Kehakiman dan Hak asasi manusia
 - b. Pengurusan pada Instansi Pemerintah
 - a) Izin domisili PT atau perusahaan
 - b) NPWP
 - c) SIUP
 - d) TDP
 - c. Dokumen yang dibutuhkan
 - a) Foto kopi KTP Pemegang saham
 - b) Foto kopi KTP direktur dan komisaris
 - c) Foto kopi KK direktur utama
 - d) Pas foto direktur utama ukuran 3x4 berwarna 4 lembar
 - e) Surat pengantar RT/RW untuk pengurusan izin domisili
- (Sucipto, 2010:32-39).

7. Peraturan Yang Mengatur Tentang Perseroan Terbatas (PT)

Peraturan pelaksanaan dari Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan atau belum diganti dengan yang baru berdasarkan Undang-Undang ini. Namun adanya pembaharuan yang terbaru peraturan yang mengatur sebuah PT di Indonesia didasarkan kepada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang masih berlaku aktif sampai saat ini. Perseroan Terbatas, yang selanjutnya disebut Perseroan, adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Undang-Undang ini serta peraturan pelaksanaannya. Yang didirikan oleh dua orang,

Organ Perseroan adalah Rapat Umum Pemegang Saham, Direksi, dan Dewan Komisaris. Akta pendirian memuat anggaran dasar dan keterangan lain berkaitan dengan pendirian Perseroan. Modal dasar Perseroan terdiri atas seluruh nilai nominal saham. Modal dasar Perseroan paling sedikit Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah).

Undang-Undang yang mengatur kegiatan usaha tertentu dapat menentukan jumlah minimum modal Perseroan yang lebih besar daripada ketentuan modal dasar. (Undang-Undang RI No 47: 2007). Tidak hanya peraturan Perundang-Undangan yang mengatur sebuah PT namun ada juga Peraturan yang Mengatur Sebuah PT yaitu peraturan pemerintah Republik Indonesia Nomor 8 tahun 2021 tentang modal dasar perseroan serta pendaftaran pendirian, perubahan, dan pembubaran perseroan yang memenuhi kriteria untuk usaha mikro dan kecil.

8. Risiko

Aspek hukum seringkali mengalami permasalahan yang dapat menghambat keberadaan proyek bisnis, bahkan kegagalan dalam mendirikan dan mengoperasikan perusahaan sampai penutupan perusahaan karena ada permasalahan hukum, diantaranya adalah:

- a. Kebijakan pemerintah adanya perubahan kebijakan pemerintah terkait dengan peraturan pendirian perusahaan, peraturan perizinan, peraturan peruntukan lahan, dan sebagainya sehingga perlu melakukan penyesuaian kembali.
- b. Keterlambatan perizinan, perizinan yang diajukan oleh perusahaan seringkali mengalami hambatan, sehingga operasional perusahaan seringkali terhambat. Hal ini seringkali terjadi karena persyaratan yang ditetapkan belum bisa terpenuhi. Misalnya, untuk memperoleh izin mendirikan bangunan (IMB) salah satu syaratnya adalah mendapat persetujuan dari masyarakat sekitar proyek, sedangkan seringkali terjadi kasus masyarakat kurang menerima keberadaan proyek, sedangkan seringkali terjadi kasus masyarakat kurang menerima keberadaan proyek tersebut sehingga proyek terpaksa sering tertunda pelaksanaannya.
- c. Masa kadaluarsa, setiap perizinan terdapat masa berlakunya, sehingga perusahaan harus memperhatikan masalah tersebut agar perizinan yang dimiliki tidak sampai melewati batas masa berlaku

yang telah ditetapkan dan operasional perusahaan tidak terganggu (Sucipto, 2010:42).

D. Penelitian Yang Relevan

Untuk mendukung penelitian ini penulis mengemukakan beberapa penelitian yang relevan dengan topik yang sedang diteliti antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian berupa jurnal yang dilakukan oleh Maya Karlina dan Pandoyo tahun 2020 yang dilakukan di Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, dengan judul “**Studi Kelayakan Bisnis Tour & Travel Pada PT.Indoloka Wisata Mandiri**” hasil penelitian menunjukkan bahwa PT.Indoloka layak untuk mendirikan biro perjalanan wisata Indoloka wisata mandiri tour & travel hal ini dibuktikan bahwa ditinjau dari aspek pasar menggunakan tinjauan: Segmentasi pasar yang jelas yang penelitian tidak hanya menggunakan segmentasi pasar, namun juga menggunakan segmentasi perilaku, dan segmentasi manfaat dalam penentuan segmentasi ini sangat diperhatikan mulai dari jenis kelamin pengguna tour & travel Indoloka, usia, kebangsaan atau kewarganegaraan, profesi, dan pendapatan rata-rata. Tinjauan selanjutnya berupa penetapan pasar sasaran, sebelum menentukan pasar sasaran mereka berpatokan kepada segmentasi pasar sebelumnya dengan memperhatikan sasaran pasar berdasarkan jumlah, sasaran pasar berdasarkan daya tarik pasar pada produk wisata sesuai permintaan pasar, sasaran pasar berdasarkan tujuan dan sumber daya perusahaan, serta pemosisian produk. Dalam usaha perjalanan wisata biasanya dibedakan pada harga yang semakin banyak orang maka semakin murah. Sehingga ada beberapa kelompok yang menjadi sasaran pasar. Target pasar berdasarkan jumlah wisatawan sebagai peserta group tour atau individual tour akan memberikan perilaku yang berbeda. Maka kelompok menjadi sasaran pasar bagi Indoloka tour & travel yaitu *mass tour, group tour, individual group*. Indoloka Tour & Travel juga didukung oleh sumber daya manusia yang telah dipersiapkan sesuai

dengan kebutuhan. Persamaan terhadap penelitian sebelumnya sama-sama mengangkat masalah kelayakan bisnis travel dari aspek pasar dan pemasaran. Yang menjadi perbedaan disini adalah penulis meneliti tentang analisis kelayakan bisnis ditinjau dari aspek pasar dan aspek hukum.

2. Penelitian berupa jurnal yang dilakukan oleh Timothy Andrianus Philemon, Dkk tahun 2017 yang dilakukan di Growup IDEA Bandung, dengan judul” Studi Kelayakan Bisnis Online Travel Agent” hasil penelitian menunjukkan bahwa bisnis online travel agent dinyatakan layak untuk dijalankan berdasarkan aspek pasar terdapat potensi pasar yang baik dan terdapat target pasar untuk bisnis online travel agent. Sedangkan berdasarkan aspek hukum bisnis online travel agent dinyatakan layak, seluruh persyaratan dan dokumen yang berkaitan dengan hukum bisnis seperti surat izin usaha, tanda daftar perusahaan, izin gangguan lingkungan, dan NPWP, online travel agent dapat dipenuhi oleh perusahaan. Persamaan dengan penelitian sebelumnya sama-sama menganalisis kelayakan bisnis travel sedangkan perbedaannya terletak pada jika penelitian sebelumnya melakukan analisis pada bisnis online travel agent dan menggunakan aspek pasar, aspek hukum, aspek SDM, aspek teknis operasional dan aspek keuangan. Sedangkan peneliti melakukan penelitian analisis kelayakan bisnis pada PT travel yang secara offline dan hanya menggunakan tinjauan dengan dua aspek saja yaitu aspek pasar dan aspek hukum.
3. Penelitian berupa jurnal yang dilakukan oleh Santi Nurjanah tahun 2013 yang dilakukan di PT Dagang Jaya Jakarta dengan judul “Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis Pada PT Dagang Jaya Jakarta” hasil penelitian menunjukkan bahwa analisa yang dilakukan didalam aspek pasar dan pemasaran PT Dagang Jaya menunjukkan bahwa penjualan produk minuman instan CheckHup setiap tahunnya mengalami peningkatan permintaan, dengan perkiraan peningkatan rata-rata permintaan sebesar 7-8% per tahun maka menurut aspek ini

pengembangan bisnis layak untuk dilakukan oleh PT Dagang Jaya. Sedangkan jika dianalisis dari aspek hukum semua ketentuan hukum yang harus dilaksanakan oleh PT Dagang Jaya telah dilakukan, seluruh persyaratan dan berkas-berkas perusahaan telah lengkap, maka pengembangan bisnis layak untuk dilakukan. Persamaan dalam penelitian ini sama-sama menganalisis kelayakan bisnis dan sama sama pada sebuah PT, namun yang menjadi perbedaannya jika penelitian sebelumnya melakukan penelitian pada perusahaan yang bergerak di bidang dagang yang berada di Jakarta, sedangkan peneliti melakukan analisa pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang berada di kecamatan Rambatan kabupaten Tanah Datar.

4. Penelitian berupa jurnal yang dilakukan oleh Lukas Ardianto Tanaka, Dkk tahun 2017 yang dilakukan di Universitas Ciputra dengan judul “Studi Kelayakan Bisnis Uniquephotocard di Mal Ciputra World Surabaya” hasil penelitian menunjukkan bahwa Uniquephotocard dinyatakan layak berdasarkan aspek pasar dan pemasaran karena dapat membagi konsumen terhadap beberapa kelompok kecil dan menentukan kelompok mana yang akan dijadikan fokus utama dan menentukan strategi supaya perusahaan memiliki keunggulan dalam benak konsumen serta perusahaan dapat menentukan produk, harga, cara promosi dan tempat yang tepat. Dalam aspek hukum jika dianalisa legalitas yang dibutuhkan oleh Uniquephotocard berdasarkan Disperdagin Surabaya adalah NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) dan TDP (Tanda Daftar Perusahaan). Sedangkan badan usaha yang sesuai dengan Uniquephotocard adalah badan usaha perseorangan yang tidak memerlukan akta formal (akta notaris), kelayakan aspek hukum dinyatakan layak karena Uniquephotocard dapat memenuhi semua syarat dan izin dari ketentuan yang berlaku. Penelitian memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya, perbedaan penelitian ini dilakukan pada usaha jasa yang dikelola berbentuk perseorangan, sedangkan peneliti melakukan penelitian pada perusahaan yang telah

berbentuk PT, jika peneliti sebelumnya menggunakan aspek pasar dan pemasaran maka dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan aspek pasar saja.

5. Penelitian berupa skripsi yang dilakukan oleh Kevin Kent tahun 2018 yang dilakukan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Depok dengan judul “Studi Kelayakan Pendirian Perdagangan Eceran Sepatu” hasil penelitian menunjukkan bahwa dari aspek pasar usaha ini layak untuk dijalankan dan produk yang ditawarkan marketable atau dapat dipasarkan. Hal ini didukung masyarakat yang sering menggunakan sepatu dalam kegiatan sehari-hari mereka, lalu pada peramalan permintaan yang terus mengalami peningkatan dari tahun 2017-2021 dari hasil analisis product cycle life produk sepatu di Indonesia sedang berada pada tahap pertumbuhan dan diperkirakan tetap pada tahap tersebut samapi 5 tahun mendatang. Selain itu dari aspek marketing mix yang termasuk dalam aspek pasar usaha ini menempati lokasi yang cukup strategis dengan harga yang tidak terlalu mahal namun memiliki kualitas yang baik. Jika di pandang dalam aspek hukum, badan yang paling sesuai untuk usaha ini adalah PT (Perseroan Terbatas), lalu untuk perizinan yang diperlukan untuk usaha ini adalah akta pendirian, NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), SITU (Surat Izin Tempat Usaha), HO (Surat Izin Gangguan), SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), TDP (Tanda Daftar Perusahaan), dan pendaftaran merek produk. Persamaan penelitian ini masih menganalisis kelayakan bisnis dimana nanti akan mengetahui bisnis tersebut layak dilanjutkan atau tidak dalam operasionalnya, sedangkan perbedaan dari penelitian ini jika peneliti terdahulu melakukan penelitian dengan judul Studi Kelayakan Pendirian Perdagangan Eceran, sedangkan peneliti memiliki judul Analisis Kelayakan Bisnis Travel Ditinjau Dari Aspek Pasar Serta Aspek Hukum di PT Fathir. Perbedaan lainnya adalah jika penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian eksploratif maka peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah *field research* dengan pendekatan kualitatif. Adapun penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan turun langsung kelapangan untuk memperoleh data-data yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian tentang analisis studi kelayakan bisnis travel ditinjau dari aspek pasar serta aspek hukum pada PT Fatir Djarum Aluih.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat

Penelitian yang penulis lakukan disebuah usaha jasa yang bergerak dalam bidang transportasi umum darat yang berupa travel, berada di PT Fatir Djarum Aluih Jl. Raya Batusangkar Ombilin Km 5, Jorong Pabalutan, Nagari Rambatan, Kecamatan Rambatan, Kabupaten Tanah Datar.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian yang penulis lakukan selama penelitian ini dimulai dari Februari 2021-Januari 2022 yang penulis jabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 1 Rancangan Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
1.	Observasi Awal	■												
2.	Pengajuan proposal	■												
3.	Bimbingan proposal		■											
4.	Seminar Proposal		■											
5.	Revisi			■										
6.	Penelitian				■	■							■	
7.	Mengolah data hasil penelitian						■	■	■	■	■	■	■	
8.	Bimbingan skripsi													■
9.	Munaqasah													■

Sumber: Berdasarkan hasil pengolahan penulis sendiri

C. Instrumen Penelitian

Berdasarkan penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen utama atau instrumen kunci adalah penulis sendiri. Penulis mengungkapkan data secara lebih mendalam menggunakan pedoman observasi, pedoman wawancara dan panduan studi dokumen, kamera, gadget, dan alat perekam suara. Sedangkan instrumen pendukung pada penelitian kali ini yang berguna untuk menunjang kelengkapan data adalah daftar wawancara, buku catatan, alat tulis, dokumen-dokumen penting lainnya yang dirasa perlu.

D. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Direktur PT Fatir Djarum Aluih (Bapak Herman) beserta karyawan yang dapat memberikan informasi dan data-data yang berkaitan dengan permasalahan yang penulis teliti.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian berupa dokumen-dokumen perizinan, brosur-brosur, dan data pendukung lain yang ada pada PT Fatir Djarum Aluih.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan. Teknik ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kesesuaian antara teori yang digunakan dengan keadaan yang sebenarnya dari objek yang diteliti. Dalam penelitian lapangan ini penulis menggunakan beberapa cara dalam memperoleh data yang dibutuhkan, diantaranya:

1. Observasi

Observasi yang penulis lakukan diawal dilakukan untuk melihat permasalahan yang ada di lokasi penelitian mengenai suasana, kegiatan, tempat, perilaku dan untuk melihat gambaran realistis lokasi penelitian yang relevan dengan judul yang penulis angkat.

2. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu, wawancara digunakan teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan suatu permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal yang mendalam dari responden (Sari,2019:34).

Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara secara mendalam dengan Direktur PT Fatir Djarum Aluih, serta karyawan yang dapat memberikan data-data yang terfokus pada kelayakan bisnis ditinjau dari aspek pasar serta aspek hukum.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan cara pengumpulan data sekunder yang tersedia pada PT Fatir Djarum Aluih. Dokumentasi yang digunakan berupa surat perizinan sebuah usaha, surat kelengkapan legalitas bisnis, dan dokumen-dokumen penting yang terkait.

F. Teknik Analisis Data

Setelah data yang diperoleh dari lapangan melalui wawancara (interview) dengan informan penelitian. Data dikumpulkan kemudian dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif (bentuk uraian-uraian terhadap subjek yang diamati). Teknik analisis data mempunyai prinsip yaitu untuk mengolah data dan menganalisis data yang terkumpul menjadi data yang sistematis, teratur, terstruktur, dan mempunyai makna. Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2014:246-253) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu :

1. Tahap Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses analisis yang menajamkan, menggolongkan, melakukan pemilihan, mengarahkan, membuang

yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data sedemikian rupa dari lapangan sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Dengan demikian data yang telah di reduksi akan memberikan gambaran yang jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data yang lebih lanjut.

2. Display Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam uraian singkat, bagan, hubungan antara, kategori dan sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan untuk menarik kesimpulan.

3. Tahap Kesimpulan (*Verification*)

Penarikan kesimpulan dan verifikasi data dapat menjawab rumusan masalah temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya tidak jelas sehingga setelah diteliti menjadi lebih jelas argumentatif. Penarikan kesimpulan merupakan bagian akhir dari teknik analisis data yang peneliti gunakan untuk menyimpulkan semua informasi yang telah didapat untuk diuji kebenaran dan kesesuaian sehingga validitas nya terjamin (Sari,2019:16-17).

G. Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau pembanding terhadap data itu (Lexy, 2009:330).

Dalam penelitian ini untuk menjadi keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi yaitu:

1. Triangulasi sumber yaitu berarti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama (Sugiyono, 2013:330). Hal ini dapat digambarkan bahwa penulis membandingkan dan mengecek kembali kebenaran suatu informasi yang diperoleh dari

narasumber seperti informan dari Direktur perusahaan, dan karyawan pada PT Fatir Djarum Aluih.

2. Triangulasi teknik berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber data yang sama. Peneliti menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, serta dokumentasi untuk sumber data yang secara serempak (Sugiyono,2013). Triangulasi teknik pada penelitian ini penulis membandingkan dan mengecek kembali dari hasil wawancara atau dokumen, serta peraturan-peraturan yang berhubungan dengan kelayakan bisnis travel ditinjau dari aspek pasar dan aspek hukum pada PT Fatir Djarum Aluih.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat PT Fatir Djarum Aluih

Ada cerita dibalik berdirinya sebuah perusahaan ini, perusahaan ini tidaklah warisan dari keluarga atau telah ada sebelumnya. Sebelum adanya PT Fatir yang dikelola dahulunya direktur perusahaan telah bergabung dengan PT Yanti yang mana waktu itu PT Yanti memiliki bus untuk dioperasionalkan belum memiliki tabel atau istilah sekarang mini bus yang digunakan, Bapak Herman mulai bekerja keras dan merintis bisnisnya yang diawali dengan bekerja menjadi stokers dan supir di PT Yanti. Dari sana Bapak Herman belajar dan melihat peluang serta mendengarkan keluhan dari masyarakat penumpang yang bahwasannya dengan PO Yanti yang terbatas dan jumlah kendaraan pengalaman dan lain sebagainya.

Melihat fenomena tersebut selaku pemilik perusahaan Bapak Herman yang saat itu bercita-cita ingin memiliki perusahaan travel sendiri, darisanalah Bapak Herman mulai merintis untuk menyediakan jasa travel yang ditujukan ke Dhamasraya. Untuk mewujudkan cita-citanya Bapak Herman tidak hanya menjadi supir di PT Yanti, ia juga menggunakan waktu luangnya untuk menggarap sawah dan kebun yang dimilikinya untuk penambahan modal usaha nantinya. Dari hasil yang diperoleh ia mulai menabungkan sedikit demi sedikit uangnya untuk membeli sebuah mobil.

Selama bekerja di PT.Yanti dalam waktu tiga tahun Bapak Herman dapat membeli sebuah mobil bekas dengan merek Daihatsu Luxio, beliau mulai merintis bisnisnya dengan berhenti bekerja dari PT.Yanti dan mulai menjadi supir sendiri untuk travel yang akan dijalankannya. awalan tahun 2010 Bapak Herman keluar dari PT Yanti dan mulai mandiri untuk menjalankan usaha di bidang transportasi, usaha saat itu diawali dengan pelayanan penjemputan barang dari Batusangkar, Talawi sampai ke Muarobungo.

Walaupun saat itu Bapak Herman telah beroperasi menggunakan mobil sendiri namun Bapak Herman tetap bekerja di bawah naungan yang bernama PT Yanti, karena saat itu Bapak Herman belum memiliki badan usaha, belum memiliki SK dan belum memiliki surat jalan sampai pada akhirnya bapak Hermanto mendirikan PT sendiri pada tahun 2018.

Seiring dengan berjalannya waktu dan keadaan akhirnya Bapak Herma dapat mendirikan sebuah perusahaan yang beliau inginkan selama ini yang diberi nama PT Fatir Djarum Aluih. PT Fatir Djarum Aluih didirikan pada hari Selasa tanggal 02 Oktober 2018 pukul 16.00 WIB. PT ini merupakan suatu bidang usaha yang bergerak dalam bidang jasa angkutan darat, perdagangan pembangunan, pendistribusian dan perbengkelan.

Pemilik utama PT Fatir Djarum Aluih adalah bapak Herman yang merupakan salah satu warga Negara Indonesia yang lahir di Batusangkar pada tanggal 25 Juli 1982 berprofesi sebagai wiraswasta di Jorong Pabalutan, Nagari Rambatan Kabupaten Tanah Datar. Modal awal pendirian PT Fatir Djarum Aluih ialah sebesar Rp. 400.000.000 (empat ratus juta rupiah) yang dibagi dalam atas 4000 saham yang masing-masing saham bernilai Rp. 100.000. dari modal dasar tersebut telah ditempatkan dan disetor 25% saham oleh para pendiri yang telah mengambil bagian saham, dalam hal ini perseroan dapat membuka kantor cabang baik didalam maupun diluar wilayah Republik Indonesia sebagaimana yang telah ditetapkan oleh direksi dengan per setujuan dewan komisaris.

PT Fatir Djarum Aluih ini merupakan perusahaan jasa yang bergerak dibidang travel (angkutan umum) dengan pelayanan yang diberikan diantaranya antar jemput alamat, pengiriman paket atau barang, serta sewa mobil. Rute perjalanan travel yang disediakan oleh perusahaan ini adalah dari Batusangkar-Sawahlunto-Sijunjung-Dhamasraya-Muaro Bungo.

2. **Inspiratory dan motivator PT Fatir Djarum Aluih**

Inspirasi dan motivasi utama Bapak Herman mendirikan PT Fatir diawali dari orang tua, karena keluarga Bapak Herman semuanya adalah orang lapangan, orang yang bergerak di bidang transportasi yang membawa penumpang ke Padang, Bukittinggi dan ada yang keluar Sumatera Barat. Jadi dari sana dapat diambil pelajaran bahwasannya berjalan di bawah orang lain, dibawah aturan orang lain tentu nanti di saat usia bertambah, sekarang Bapak Herman umur 30 nanti sampai umur 60 sampai tua akan tetap menjadi bawahan orang lain juga.

Dari sanalah Bapak Herman beranjak untuk bisa bagaimana tidak dibawah kendali orang lain lagi, jadi Bapak Herman merintis sebuah PT dan yang menjadi motivator utama itu adalah orang-orang yang memiliki PT, seperti Tabek biri, PT Amanah dan Bapak Herman sering berkomunikasi dengan direktur-direktur. Dan mereka ,memberikan saran agar Bapak Herman harusnya bisa membuka PT sendiri dan tidak bergabung lagi dengan orang lain, dari saran-saran itu Bapak Herman dapat mewujudkan impiannya.

3. **Profil PT.Fatir Djarum Aluih**

PT Fatir Djarum Aluih dipimpin oleh Bapak Herman, PT Fatir Djarum Aluih didirikan tahun 2018. Dengan profil sebagai berikut:

Nama Perusahaa : PT. Fathir Djarum Aluih
 Hari/ Tahun Pendirian : Selasa/ 02 Oktober 2018
 Waktu : 16:00 Wib
 Direktur Perusahaan : Herman
 Alamat Perusahaan : Jalan Raya Batusangkar Ombilin Km 5,
 Jorong Pabalutan Nagari Rambatan
 Kecamatan Rambatan Kabupaten Tanah
 Datar Provinsi Sumatera Barat.
 Jenis Usaha : Jasa Travel (Angkutan umum Darat).

4. Visi dan Misi PT Fatir Djarum Aluih

Dari inspirator yang ada Bapak Herman menjadikan sebuah visi misi yang sangat pendek yaitu, visi mengutamakan kepuasan pelanggan adalah prioritas perusahaan, sedangkan misinya yaitu tentu bagaimana perusahaan terhadap supir terlebih dahulu bagaimana pelayanannya, gajinya, uang makan mereka dan sebagainya. Dan selanjutnya dari segi kendaraan apa yang dibutuhkan orang dari masa waktu ke waktu, kalo dari masa 2010 kebawah mungkin bus yang akan kita operasionalkan, tapi saat 2010 ke atas orang tidak lagi makai bus tapi lebih mengutamakan mobil-mobil univan, mobil-mobil mini bus, jadi itu yang perlu diperbaharui.

a. Visi PT Fatir Djarum Aluih

Menciptakan perusahaan jasa yang unggul dalam keselamatan, kenyamanan dan kepuasan pelanggan serta memberikan pelayanan yang memuaskan kepada setiap pelanggan.

b. Misi PT Fatir Djarum Aluih

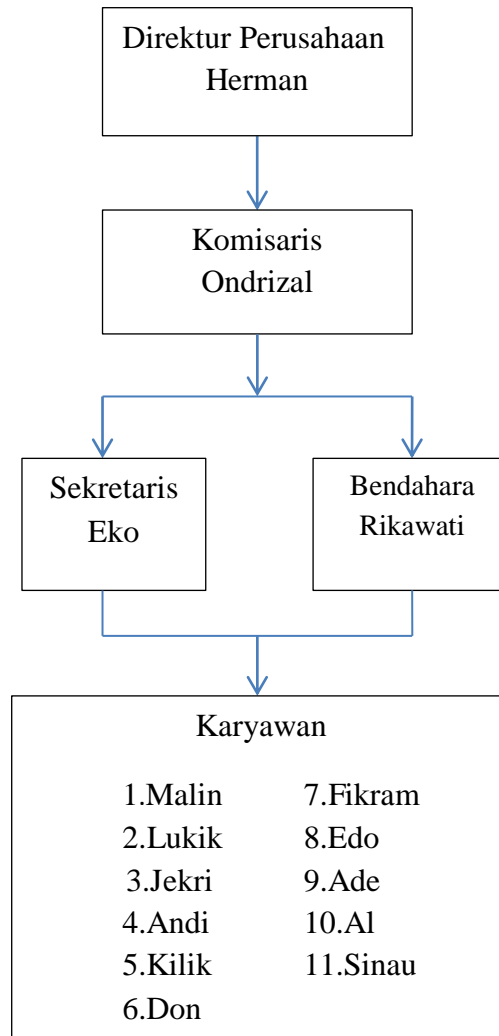
Adapun Misi dari PT Fatir Djarum Aluih sebagai berikut:

- 1) Menjadi penyedia layanan jasa dan transportasi dengan kualitas layanan yang terbaik.
- 2) Selalu meningkatkan kemampuan karyawan dan memberikan jenis layanan yang inovatif dengan harga yang terjangkau.
- 3) Menjadi perusahaan yang selalu mengikuti perkembangan zaman, memberikan kenyamanan dan keamanan bagi penumpang yang akan melakukan perjalanan.

5. Struktur Organisasi

Struktur organisasi PT Fatir Djarum Aluih dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 1 Struktur Organisasi PT Fatir Djarum Aluih



Struktur organisasi pada PT Fatir Djarum Aluih dapat dijelaskan tugasnya masing-masing yaitu:

- Direktur bertanggung jawab sebagai seorang komunikator, pengambilan keputusan. Peran manager disini juga sebagai motivasi karyawan dan menggerakkan perubahan organisasi.
- Komisaris bertanggung jawab sebagai pihak yang ditunjuk atau dipilih untuk mengawasi seluruh aktifitas perusahaan. Peran komisaris dapat bermanfaat sebagai pengevaluasian kinerja perusahaan dan memberikan arahan lebih lanjut.
- Sekretaris bertugas untuk membantu pimpinan, menyediakan informasi perusahaan secara transparan.

- d. Bendahara bertanggung jawab untuk mengatur bagian keuangan perusahaan, mencatat dan mengakumulasikan pemasukan dan pengeluaran perusahaan dan dilaporkan secara transparan.
- e. Karyawan bertugas dan bertanggung jawab mengelola permintaan pelanggan sesuai dengan tugas atau fungsinya masing-masing.

6. Tujuan Usaha PT Fatir Djarum Aluih

- a. Untuk memperoleh suatu pendapatan dari jasa bisnis travel.
- b. Memberikan kepuasan dan pelayanan terbaik kepada pelanggan yang menggunakan jasa bisnis travel.
- c. Mengembangkan usaha bisnis travel ini agar maju dan berkembang
- d. Memiliki cabang perusahaan dikota lain.

Secara umum sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan maka dapat diketahui bahwa PT Fatir Djarum Aluih memiliki tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan untuk itu perusahaan dituntut selalu memberikan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan produk yang diberikan untuk mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan.

7. Sumber Daya Manusia PT Fatir Djarum Aluih

Sumber daya manusia merupakan faktor terpenting bagi keberlangsungan operasional perusahaan. Dengan tenaga kerja tujuan perusahaan dapat tercapai. Tenaga kerja yang dimiliki oleh PT Fatir Djarum Aluih dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2
Sumber Daya Manusia PT Fatir Djarum Aluih

No	Nama	Jabatan
1	Herman	Direktur
2	Ondrizal	Komisaris
3	Eko	Sekretaris
4	Rikawati	Bendahara
5	Don	Supir
6	Malin	Supir
7	Jekri	Supir

8	Kilik	Supir
9	Andi	Supir
10	Fikram	Supir
11	Al	Supir
12	Edo	Supir
13	Ade	Supir
14	Lukik	Supir
15	Sinau	Supir

Sumber: PT.Fatir Djarum Aluih

8. Jenis Pelayanan atau Produk yang disediakan oleh PT Fatir Djarum Aluih

Jenis pelayanan yang disediakan oleh PT Fatir Djarum Aluih dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

a. Sewa atau Rental Mobil

Tabel 3
Harga Sewa Mobil
PT.Fatir Djarum Aluih

No	Jenis Mobil	Harga
1.	Luxio	Rp. 250.000,-
2.	Inova	Rp. 500.000,-
3.	Bus	Rp. 1.000.000,-

Sumber: PT.Fatir Djarum Aluih

b. Pengiriman paket atau barang

Tabel 4
Harga pengiriman paket atau barang
PT Fatir Djarum Aluih

No	Unit Barang	Harga
1.	1 Unit barang	Rp.50.000,-

Sumber : PT Fatir Djarum Aluih

c. Antar jemput alamat

Antar jemput alamat disediakan oleh PT.Fatir Djarum Aluih dari Batusangkar ke Sawahlunto, Sijunjung, Dhamasraya, Muaro Bungo dan begitu pun sebaliknya. Berikut daftar tiket travel sesuai antar jemput alamat tujuan pelanggan sebagai berikut:

Tabel 5
Harga Tiket Travel Antar Jemput Alamat
PT Fatir Djarum Aluih

No	Alamat Tujuan	Harga Tiket Travel
1.	Batusangkar-Sawahlunto	Rp. 30.000,-
2.	Batusangkar-Sijunjung	Rp. 35.000,-
3.	Batusangkar-Dhamasraya	Rp.100.000,-
4.	Batusangkar-Muaro Bungo	Rp.120.000,-

Sumber: PT Fatir Djarum Aluih

d. Jumlah Armada atau Mobil yang Beroperasi di PT Fatir Djarum Aluih

Tabel 6
Jumlah Mobil yang dimiliki
PT Fatir Djarum Aluih

No	Jenis Mobil	Jumlah Unit
1.	Gran Max Minibus	2
2.	Toyota	2
3.	Mitsubishi Minibus	2
4.	Innova	3

Sumber: PT Fatir Djarum Aluih

B. Pembahasan

Dalam menjalankan sebuah bisnis yang sangat perlu diperhatikan yaitu kelayakan bisnisnya. Jika dilihat dari aspek pasar dan aspek hukum PT Fatir Djarum Aluih telah memenuhi kriteria yang sesuai untuk dikatakan layak bisnisnya untuk dijalankan, karena PT Fatir Djarum Aluih memiliki tujuan pasar sasaran yang jelas saat ini berupa mahasiswa Dhamasraya, pengembangan potensi pasar yang cukup luas tidak hanya mahasiswa namun juga melakukan ekspansi untuk masyarakat yang berada diluar daerah seperti Sawahlunto, Talawi, Sijunjung dan Muarobungo,

memiliki target pasar yang sesuai, serta dapat bersaing secara sehat dipasaran. Selain itu perusahaan juga telah memiliki legalisasi lengkap yang dapat mempermudah akses dalam beroperasional karena telah diakui secara resmi, mendapatkan jaminan atas keberlangsungan perusahaannya, seperti mempunyai sarana perlindungan hukum, sarana promosi dan sebagainya. Tujuan dari legalisasi perusahaan ini apabila dikemudian hari terjadi sengketa yang tidak dapat diselesaikan oleh perusahaan, maka pihak penyelesaiannya dapat dialihkan kepada pihak ketiga seperti kepolisian dan pengacara.

Analisis kelayakan bisnis merupakan suatu metode yang digunakan untuk melihat atau mempertimbangkan suatu badan usaha, atau perusahaan dalam menjalankan usahanya apakah suatu usaha yang dilakukan layak atau tidak untuk dilanjutkan untuk masa yang akan datang atau akan berhenti akibat dari berbagai strategi yang dijalankan tidak sesuai. Salah satu kelayakan bisnis dapat ditinjau dari aspek pasar dan aspek hukum.

1. Aspek Pasar

Sebelum memulai bisnis, analisis pada aspek pasar memegang peranan yang sangat penting karena sumber pendapatan utama perusahaan berasal dari penjualan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Analisis aspek pasar berkaitan erat dengan permintaan pasar akan suatu produk sehingga perusahaan yang didirikan dapat memenuhi permintaan pasar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Herman pada tanggal 15 Juni 2021 pukul 15:45 Wib. Aspek pasar yang harus dilakukan yaitu:

a. Market research

Hal utama yang harus dilakukan sebelum mengoperasionalkan sebuah usaha harus mempertimbangkan keadaan pasar. Dalam keadaan pasar PT Fatir memiliki pasar yang baik hal ini dapat terjadi karena, melihat keadaan pasar diawali dengan dahulunya Bapak Herman telah bergabung secara operasional dengan PT Yanti

sekitaran 5-7 tahun, membawa Yanti dari Batusangkar ke Dhamasraya sampai ke Jambi. Disana terlihat peluang bahwasannya masih banyak orang yang tidak mampu terlayani dengan baik oleh PT Yanti. Karena dahulunya PT Yanti berjalan hanya dilintas Sumatera saja, tidak memasuki daerah-daerah desa kecil, dari sana Bapak Herman melihat dan berinisiatif membukak dan melakukan antar jemput alamat pasti orang banyak akan tertarik dan berminat

Dahulunya mahasiswa yang kuliah di IAIN banyak jumlah masyarakat yang dari Dhamasraya, Muarobungo, Sijunjung telah mulai ramai disini. Langkah Bapak Herman yang pertama dalam riset pasar ini mendekati para mahasiswa yang kuliah di IAIN dengan mendekati paguyuban-paguyuban masing-masing ikatan, seperti Ikatan Mahasiswa Dhamasraya, Ikatan Mahasiswa Muarobungo dan Ikatan Mahasiswa Sijunjung, disana Bapak Hermanto mulai mendekati mereka, memberikan fasilitas-fasilitas dan dengan begitu para mahasiswa mulai mengenal PT Fatir, disanalah Bapak Herman mulai berjuang.

b. Analisis pesaing

Setelah melakukan riset pasar, analisis persaingan dibutuhkan agar kesempatan dan cara penyusunan strategi perusahaan untuk mendapatkan pasar yang diinginkan dapat tercapai. Dalam persaingan ini PT Fatir Djarum Aluih bersaing dengan banyak PT seperti PT Tabek biri, PT pulang kasangka Jaya, PT Randu delia wisata, PT Falles dan masih banyak lagi. Analisis yang dilakukan bagaimana kondisi kenyamanan, ketentraman serta fitur-fitur yang digunakan untuk mempromosikan produknya di pasaran, dengan melakukan analisis ini diharapkan PT Fatir Djarum Aluih memiliki daya saing yang sehat ketika telah di jalankan.

Seiring dengan berjalannya waktu semakin lama semakin banyak PT Fatir Djarum Aluih memiliki persaingan, hal ini seharusnya memang terjadi apalagi perusahaan membuka PT dengam memiliki rute yang sama, contohnya saja ada perusahaan

baru yang menjalankan armada sama-sama operasionalnya ke Dhamasraya.

Dahulu beberapa PT yang memiliki cabang operasional sama dengan PT Fatir Djarum Aluih mundur dengan sendirinya, dengan perusahaan menjalankan teori yang ada, hal utama yang mendasari cara perusahaan merekrut dan melakukan pengembangan pasar sasaran yang utama adalah Mahasiswa, dan sasaran utama PT Fatir Djarum Aluih yaitu Mahasiswa Dhamasraya, karena sesuai dengan catatan data Ikatan Mahasiswa Dhamasraya bahwa mahasiswa yang berada di Batusangkar itu ada 700-800 orang.

Namun seiring dengan berjalannya waktu sampai saat ini dengan kenyataan yang telah dilalui selama beberapa tahun terakhir tidak ada PT Fatir Djarum Aluih yang memiliki pesaing untuk tujuan daerah yang sama. Karena setiap PT yang ada di Batusangkar yang bergerak dalam bidang transportasi itu telah memiliki izin jalan dan memiliki jalan tempuh rute yang berbeda-beda. Oleh sebab itu Perusahaan tidak memiliki pesaing.

c. *Segmenting* (pembagian pasar)

Dalam pembagian pasar atau trayek PT Fatir Djarum Aluih mengambil pasar dari PT-PT lain bukan secara tidak baik, namun perusahaan mengambil pembagian pasar secara umum sesuai dengan persaingan sehat dipasaran yang mana perusahaan lebih mementingkan kenyamanan, kepuasan dan keselamatan pelanggan. Setelah dikeluarkan surat jalan oleh dinas perhubungan perusahaan memiliki beberapa bagian pasar yang tidak dijangkau oleh PT-PT yang lain.

d. *Targeting* (penetapan pasar)

Penetapan pasar perlu dilakukan agar hal ini dapat mengurangi risiko yang ditimbulkan untuk kedepannya. Untuk masalah target yang ditetapkan PT Fatir Djarum Aluih fokus kepada para Mahasiswa IAIN Batusangkar terutama yang berasal dari Dhamasraya. Pemilihan ini akan dilayani oleh perusahaan dengan

cara memenuhi kebutuhannya. (Hasil wawancara langsung dengan Bapak Herman, 15 Juni 2021, Pukul 15:45 Wib).

e. *Positioning* (posisi pasar)

Posisi pasar yang diinginkan oleh PT Fatir Djarum Aluih ini adalah sebagai perusahaan yang menyediakan harga-harga yang murah dan dapat melakukan tanggung jawab dengan cepat serta berkualitas. Cara perusahaan mempertahankan posisi pasar yang dipilih dengan cara mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat, yang saat sekarang terjadi sesuai fakta perusahaan menjadi Induk atau tempat kesekretariatan bagi mahasiswa Dhamasraya.

Dimana salah satu keunggulan PT Fatir Djarum Aluih mereka mengambil tarif senilai Rp.70.000 untuk setiap mahasiswa Dhamasraya dan mengambil sebanyak Rp.2.000 dari uang tarif untuk di tabung yang mana nantinya uang dari hasil tabungan kas digunakan untuk kegiatan sosial bagi mahasiswa Dhamasraya, selain itu anantara PT Fatir Djarum Aluih dengan mahasiswa Dhamasraya mereka melakukan istilah MOU namun tidak dalam bentuk tertulis PT Fatir Djarum Aluih siap meminjamkan dan memberangkatkan armadanya sebanyak apapun disaat kondisi dan waktu apapun untuk kegiatan sosial, contohnya ada yang sakit, meninggal dan sebagainya perusahaan siap memberangkatkan mahasiswa Dhamasraya secara gratis sampai ke alamat tujuannya.

Selain itu PT Fatir Djarum Aluih juga siap membantu baik secara materi maupun non materi untuk berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Ikatan Mahasiswa Dhamasraya, serta memberikan tarif harga yang lebih murah. Sehingga para pelanggan tidak mau pindah keperusahaan yang lain, begitulah perusahaan mempertahankan pasar sasaran yang telah dipilih. (Hasil wawancara langsung dengan Bapak Herman, Kamis 6 Januari 2022, 13:30 Wib).

f. Strategi pasar sasaran

Dalam dunia yang era modern dan persaingan yang ada mau tidak mau perusahaan harus menciptakan sebuah trik agar pasar sasaran tidak hilang dari jangkauan. (Berdasarkan Hasil wawancara langsung dengan Bpk Herman, Kamis 6 Januari 2022, 13:30 Wib). Diketahui bahwasannya dahulunya persaingan PT Fatir Djarum Aluih sangat-sangat banyak seperti PT Yanti, PT Batusangkar kemudian PT Falles mereka juga mengarahkan armada ke dhamasraya, ada juga armada dari Bukittinggi melalui Batusangkar sampai ke dhamasraya, namun dari berbagai cara yang perusahaan lakukan seperti antar jemput alamat, pelayanan yang memuaskan dan berbagai keunggulan yang perusahaan berikan, pesaing mundur dengan sendirinya.

Saat ini banyak mahasiswa di Batusangkar dan mereka membutuhkan armada sampe ke alamat tujuan serta berguna untuk pengiriman barang. Jadi perusahaan mendekati mereka dan para pesaing secara perlahan mundur. Sekarang tidak ada lagi pesaing untuk memiliki rute yang sama.

Untuk sekarang khusus dhamasraya perusahaan tidak memiliki pesaing dan lancar-lancar saja. Akan tetapi dahulu pernah perusahaan melakukan pembukaan cabang ke daerah Jambi dan disana banyak berbagai permasalahan yang muncul seperti persaingan diterminal, jadi orang-orang yang berangkat ke Jambi ke Tebo, mereka melakukan tindakan yang tidak diinginkan di lapangan. Semenjak kejadian itu untuk saat ini perusahaan lebih memfokuskan untuk ke wilayah Dhamasraya dan Muarobungo untuk daerah ini perusahaan tidak memiliki persaingan yang ketat.

Namun disamping itu perusahaan tetap melakukan antisipasi agar pelanggan tidak hilang, dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas kenyamanan kendaraan, seperti saat ini untuk membuat para sewa lebih nyaman perusahaan mempersiapkan satu buah minuman dan satu buah snack untuk para sewa yang mana itu

diberikan secara gratis oleh perusahaan yang tidak dipungut dari uang tambahan tarif mereka.

g. Kebijakan dalam pasar menghadapi produk sejenis

Kebijakan perusahaan perlu dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas dan pelayanan serta memberikan mereka kenyamanan-kenyamanan yang diinginkan apapun bentuknya. (Berdasarkan Hasil wawancara langsung dengan Bapak Herman, Kamis 6 Januari 2022, 13:30 Wib) perusahaan akan terus tetap meningkatkan kualitas yang ada, memperbaharui pelayanan dan kenyamanan sesuai dengan era modern yang sesuai etika, serta perusahaan tidak akan memberika toleransi kepada karyawan yang melakukan kebijakan kekasaran atau hal yang tidak diinginkan kepada pelanggan.

Contohnya saja, jika keberangkatan dilakukan pukul 08:30 Wib dan penumpang belum ready maka perusahaan berhak menunggu paling lama 15 menit dari waktu yang telah ditetapkan, apabila saat penungguan ini para supir atau karyawan mengeluarkan kebijakan hal yang tidak mengenakan dan menyinggung orang lain maka Bapak Herman sebagai pimpinan perusahaan secara langsung akan memberhentikan karyawan yang melakukan kesalahan. Hal ini dilakukan salah satu cara agar pasar sasaran tetap berjalan dan potensi pasar tetap utuh dan berkembang demi kenyamanan para pelanggan. (Berdasarkan Hasil wawancara langsung dengan Bapak Herman, Kamis 6 Januari 2022, 13:30 Wib).

Setelah melihat riset pasar, memiliki pasar sasaran yang jelas, posisi pasar yang diinginkan pun dapat terpenuhi dan berbagai peluang yang ada serta memenuhi armada yang dapat menjalankan bisnis tersebut, berdasarkan hasil wawancara langsung dengan direktur PT Fatir Djarum Aluih perusahaan telah memenuhi persyaratan untuk menjalankan usaha jika di pandang dari aspek pasar, maka dapat dikatakn bahwa perusahaan dikatakan layak

untuk dilanjutkan dalam pengoperasionalan maupun pengembangan dimasa yang akan datang.

2. Aspek Hukum

Pada aspek hukum ini perlu dianalisis kelayakannya agar pada saat bisnis sudah dijalankan dan pada saat bisnis baru dimulai dapat berjalan dengan baik dan tidak melanggar peraturan dan ketentuan yang berlaku. Dalam aspek hukum dan legalitas yang dibahas masalah keutuhan dan keabsahan dokumen perusahaan, mulai dari bentuk badan usaha hingga izin yang dimilikinya. Kelengkapan dan keabsahan dokumen sangat penting, karena merupakan dasar hukum yang diperlukan. Jika ada masalah dikemudian hari mohon diperhatikan untuk mendapatkan perlindungan dari pihak yang mengeluarkan dokumen.

Pendirian dan pengoperasian usaha jasa travel PT Fatir Djarum Aluih telah mendapatkan persetujuan dari pemerintah daerah setempat yang disahkan dengan surat persetujuan notaris dan izin pendirian usaha. Usaha yang dijalankan Bapak Herman sudah berbadan hukum dan usaha sudah berbentuk PT, sehingga aspek hukum dan legalitas usaha sudah ada.

Terdapat beberapa hal yang perlu di perhatikan pada aspek hukum bisnis PT Fatir Djarum Aluih yaitu meliputi

a. Bentuk Badan Usaha

Pada saat sekarang transportasi Fatir telah berbentuk badan hukum yaitu sebuah PT, awal dahulu Bapak Herman agak lambat dalam pendirian PT awal tahun 2010 sampai berjalan di tahun 2017 Bapak Herman baru mampu untuk mendirikan sebuah PT, karena dalam pendirian sebuah PT harus memiliki minimal 5 buah armada dan sewaktu itu surat-surat armada harus berada diatas tahun 2015, sedangkan di tahun 2010 berjalan Bapak Herman baru memiliki 3 buah armada.

Tidak hanya itu dahulu pada masa Bapak Herman minimal pendirian PT dikaji dalam bentuk modal perusahaan harus memiliki minimal 1000 lembar saham yang mana jika di uangkan berkisaran

Rp. 100.000.000 itu harus dimiliki oleh orang yang membuat PT. Syarat lainnya ketika syarat umum dan khusus telah terpenuhi maka notaris akan mengeluarkan berbagai dokumen penting kebutuhan PT seperti Surat izi perusahaan, tanda daftar perusahaan, dan surat penting lainnya. Usaha Bapak Herman yang terpilih adalah Perseroan Terbatas (PT) karena memenuhi seluruh kriteria yang berlaku. (Hasil wawancara langsung dengan Bapak Herman, Kamis 6 Januari 2022, 13:30 Wib).

b. Kelengkapan Umum perizinan perusahaan

Kelengkapan umum ini diperlukan pada saat bisnis baru dimulai dan saat bisnis sudah berjalan karena terdapat beberapa kelengkapan yang harus diperbaharui secara berkala. Untuk persyaratan umum dalam pendirian sebuah PT itu sangat gampang yang terpenting perusahaan tau dan mampu untuk mengarahkan usaha kedalam bidang apa,serta dilengkapi dengan minimal 2 orang untuk menduduki posisi sebagai Direktur, dan sebagai Komisaris serta dilengkapi dengan KTP masing-masing orang yang terlibat sebagai direktur dan komisaris.

Selanjutnya untuk persyaratannya dalam bidang transportasi perusahaan harus berhubungan dengan dinas satu pintu, dari dinas satu pintu dikeluarkan surat yang direkomendasikan untuk dinas perhubungan dan dari dinas perhubungan nantinya baru harus memiliki persyaratan khusus sendiri. Setelah pengumpulan data selesai pihak notaris akan mengeluarkan beberapa surat perizinan pelayanan untuk kelengkapan dokumen umum yang harus dipenuhi seperti PT Fatir Djarum Aluih telah memiliki surat perizinan secara umum yang meliputi:

1. Akte pendirian perusahaan

Atas nama notaris Dellon Anas,SH,M.Kn berdasarkan SK kementerian dan Hak Asasi Manusia RI tanggal 31 Desember 2013,No.AHU-1.181.AH.02.01-Tahun 2013. Akta Perseroan Terbatas Fatir Djarum Aluih, memiliki akta perusahaan nomor 2

pada tanggal 02 Oktober 2018 dengan penghadap Bapak Herman dan Bapak Ondrizal.

2. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, untuk perusahaan yang dikelola Bapak Herman untuk PT Fatir Djarum Aluih memiliki Nomor TDP 03.12.1.49.00203 yang berlaku sampai dengan tanggal 11 November 2023.

3. Surat keputusan menteri pengesahan pendirian badan hukum

Berdasarkan keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-0047992.AH.01.01 Tahun 2018 tentang pengesahan pendirian badan hukum perseroan terbatas, PT Fatir Djarum Aluih memiliki daftar perseroan nomor AHU-0134061.AH.01.11 Tahun 2018 tanggal 10 Oktober 2018.

4. Lampiran keputusan pengesahan pendirian perusahaan

Berdasarkan keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-0047992.AH.01.01. Tahun 2018 tentang Pengesahan Pendirian Badan Hukum Perseroan Terbatas.

PT Fatir Djarum Aluih menjelaskan Bapak Herman sebagai Direktur dan Bapak Ondrizal sebagai Komisaris, memiliki Daftar Perseroan Nomor AHU-0134061.AH.01.11.Tahun 2018 Tanggal 10 Oktober 2018.

5. Surat Nomor Induk Berusaha Perusahaan

Pemerintah Republik Indonesia, lembaga Pengelola dan Penyelenggara OSS berdasarkan ketentuan pasal 24 ayat (1) peraturan pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, Menerbitkan

Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada PT Fatir Djarum Aluih 9120100111474.

6. Surat Izin Usaha Angkutan

Berdasarkan Keputusan Kepala Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Tenaga Kerja Kabupaten Tanah Datar Tentang Izin Usaha Angkutan No. 05/TUA/PNPTSP/NAKER/XI-2018 memutuskan memberikan Izin Usaha Angkutan Darat Lainnya untuk penumpang kepada PT Fatir Djarum Aluih.

7. NPWP Perusahaan

Berdasarkan Kementerian Keuangan Republik Indonesia Direktorat Jendral Pajak PT Fatir Djarum Aluih yang beroperasi di Jorong Pabalutan Nagari Rambatan memiliki Nomor Pajak Wajib Pajak 86.192.025.40204000

8. KTP Direktur Perusahaan

Direktur PT Fatir Djarum Aluih ialah Bapak Herman, kelahiran Batusangkar 25 Juli 1982 yang berdomisili di Jorong Pabalutan, Nagari Rambatan bekerja sebagai wiraswasta dengan NIK 1304033507420085.

c. Kelengkapan perizinan khusus

Selain dibutuhkan kelengkapan umum untuk menjalankan suatu bisnis, dibutuhkan juga kelengkapan khusus yang perlu dipenuhi oleh PT Fatir Djarum Aluih. Kelengkapan khusus adalah kelengkapan spesifik yang diperlukan oleh PT Fatir Djarum Aluih.

Seperti syarat khususnya harus memiliki armada minimal sebanyak 5 buah, berkisaran tahun 2015 ke atas, memiliki kantor untuk pusat administrasi, dan nanti harus memiliki surat jalan yang dikeluarkan oleh dinas perhubungan, surat jalan ini diberikan untuk menjelajahi rute-rute perusahaan yang telah ditetapkan, seperti PT Fatir Djarum Aluih melakukan rute Talawi-Sijunjung-Muarobungo-Dhamasraya, itu nanti perusahaan akan diberikan surat jalan ke daerah tersebut. Diluar dari daerah yang ditetapkan

jika perusahaan tidak memiliki surat izin perjalanan maka perusahaan tidak diperbolehkan untuk beroperasi di daerah tersebut.

Setelah mengumpulkan data mengenai peraturan-peraturan yang berkaitan dengan bisnis yang dijalankan oleh PT Fatir Djarum Aluih serta persyaratan yang harus dipenuhi perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur perusahaan dapat diketahui bahwa seluruh persyaratan dapat dipenuhi oleh perusahaan sehingga bisnis dapat dinyatakan layak untuk dijalankan dari aspek hukum.

d. Risiko dalam aspek hukum

Walaupun suatu usaha telah berbentuk badan hukum namun yang namanya risiko tetap ada dalam setiap bisnis yang dijalankan, untuk meminimalisir risiko yang ada data yang telah diperoleh perlu untuk di cek keabsahan data dilakukan melalui notaris yang mana telah ditetapkan keasliannya karena notaris pun telah berbadan hukum.

Selain itu dampak yang ditimbulkan jika salah dalam melakukan penilaian terhadap aspek hukum jika sebuah perusahaan telah melakukan kesalahan yang berkaitan hukum perusahaan harus berhubungan langsung tahap awal yaitu notaris dan nanti notaris akan mengurus segalanya, jika hal ini telah sampai ke kepolisian maka jalan terakhir perusahaan harus memiliki pengacara, yang mengacu kepada dokumen-dokumen yang ditetapkan PT Fatir Djarum Aluih.

Permasalahan yang berkaitan dengan risiko kefatalan hukum dihadapkan kepada pengacara penyelesaiannya, namun jika ada beberapa kendala dalam perjalanan yang tidak berkaitan dengan hukum maka pihak direktur dan pihak perusahaan yang akan menyelesaikan segalanya. Dalam aspek hukum risiko juga muncul dari keterlambatan dalam pembaharuan surat penting yang digunakan untuk operasional, surat yang paling penting

diperbaharui yaitu surat jalan armada dari dinas perhubungan yang dilakukan pembaharuan selama 3-5 tahun masa aktif, setelah itu diperbaharui kembali agar tetap bisa digunakan, hal ini sama halnya dengan SIM.

Namun untuk surat-surat yang lain perusahaan tidak perlu melakukan pembaharuan karena pada awal perusahaan didirikan sampai waktu PT berakhir operasional itu waktunya tidak ditetapkan karena surat yang telah dikeluarkan oleh kementerian terus berlaku. Selain itu tidak hanya masalah hukum saja perusahaan juga mengalami beberapa kendala terhadap karyawannya, pada saat ini perusahaan baru mampu memberikan bonus untuk karyawannya, namun untuk masalah hukum seperti pemberian BPJS Ketenagakerjaan, Asuransi jiwa dari Perusahaan belum mampu untuk memberikannya, namun pada saat sekarang perusahaan lagi merancang dan mempersiapkan hal-hal tersebut agar dapat terealisasikan.

Namun saat ini perusahaan bertanggung jawab atas suatu musibah yang menimpa karyawannya dan perusahaan menanggung semua biaya yang dibutuhkan, sampai karyawan tersebut mampu untuk bekerja kembali. Bentuk pertanggung jawaban perusahaan terhadap pelanggan pun cukup besar, contohnya terjadi kecelakaan di jalan, perusahaan melihat dari seberapa parahnya seorang korban, jika mereka terluka parah perusahaan memberikan biaya pengobatan selama dirumah sakit, jika luka ringan perusahaan memberikan kembali tarif yang telah dibayarkan, dan jika terjadi kematian dalam kecelakaan perusahaan memberikan uang duka atas kejadian tersebut.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian penulis di PT Fatir Djarum Aluih Kecamatan Rambatan tentang Studi Kelayakan Bisnis Travel Ditinjau Dari Aspek Pasar serta Aspek Hukum dapat ditarik kesimpulan bahwa. Aspek pasar perlu diteliti terlebih dahulu sebelum PT Fatir Djarum Aluih mendirikan usahanya hal ini bertujuan agar pelayanan yang diberikan kepada pelanggan lebih baik, tujuan pasar yang dituju lebih efektif dan efisien. Dalam aspek pasar kelayakan pengembangan bisnis travel PT Fatir Djarum Aluih sebagai penyedia jasa utama dapat mengembangkan sayapnya dalam mencari potensi pasar yang lebih luas tidak hanya sasaran utama nya daerah Dhamasraya namun perusahaan juga dapat melakukan ekspansi kedaerah PT Fatir Djarum Aluih sebagai penyedia jasa utama dapat mengembangkan sayapnya dalam mencari potensi pasar yang lebih luas, tidak hanya pengembangan utamanya daerah Dhamasraya namun perusahaan juga dapat melakukan ekspansi kedaerah lainnya seperti Sawahlunto, Talawi, Sijunjung, Muarobungo yang memiliki pelanggan-pelanggan yang membutuhkan alat transportasi untuk berpergian kedaerah lain, serta mendapatkan mahasiswa yang cukup banyak dari daerah yang perusahaan jelajahi.

Perusahaan memiliki minim persaingan untuk daerah yang dituju hal ini yang menyebabkan salah satu pasar sasaran yang dituju mudah untuk dicapai. Perusahaan memiliki tujuan pasar sasaran yang jelas, yaitu pasar sasaran utama yang dituju adalah mahasiswa IAIN Batusangkar yang berasal dari Dhamasraya, hal ini disebabkan karena mahasiswa dari daerah ini cukup banyak yaitu sekitar 800 orang dan mereka rata-rata menggunakan travel untuk melakukan perjalanan, selain itu perusahaan juga dapat mengatasi persaingan potensi pasar yang ada dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan kenyamanan para penumpangnya. Melihat hal ini secara keseluruhan aspek pasar ini menunjukkan kelayakan usaha Bapak Herman dapat untuk dijalankan saat

ini dan memiliki peluang untuk dapat membuka unit cabang baru dimasa yang akan datang.

Tidak hanya dari aspek pasar saja PT Fatir Djarum Aluih juga dapat dipandang dari aspek hukum, karena perusahaan telah memiliki legalisasi. Legalisasi suatu perusahaan adalah unsur yang terpenting karena legalitas merupakan jati diri yang mengesahkan badan usaha sehingga dapat diakui oleh masyarakat. Legalitas perusahaan PT Fatir Djarum Aluih telah sah menurut undang-undang dan peraturan, dimana perusahaan dilindungi dengan berbagai dokumen hingga sah dimata hukum.

Nama PT Fatir Djarum Aluih telah disahkan, pengesahan dimulai sejak dibuatnya akta pendirian didepan notaris, diumumkan diberita Negara dan didaftarkan dalam Daftar Perusahaan. Apabila tidak ada pihak yang keberatan atas pemakaian nama perusahaan berarti sudah ada pengakuan dan nama perusahaan telah legal dipergunakan. Hal ini didukung dengan adanya beberapa surat-surat pendirian perusahaan yang penting, salah satu surat penting yang mengesahkan adanya sebuah perusahaan PT Fatir Djarum Aluih berupa akta pendirian perusahaan No 2, Tanggal 02 November 2018.

PT Fatir Djarum Aluih memiliki legalisasi dalam operasionalnya maka perusahaan sudah mendapatkan jaminan atas keberlangsungan perusahaannya, seperti mempunyai sarana perlindungan hukum, sarana promosi, bukti kepatuhan terhadap hukum, mempermudah mendapatkan proyek serta mempermudah dalam pengembangan usaha . Melihat bukti-bukti yang ada PT Fatir Djarum Aluih telah memenuhi persyaratan dan berkas-berkas perusahaan telah lengkap dalam aspek hukum yang mana perusahaan dikatakan sangat layak untuk dioperasionalkan. Dalam hal ini ditinjau dari aspek pasar maupun aspek hukum PT Fatir Djarum Aluih dalam menjalankan bisnisnya layak untuk dijalankan, dan dikembangkan untuk masa yang akan datang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian penulis di PT Fatir Djarum Aluih Kecamatan Rambatan tentang Studi Kelayakan Bisnis Travel Ditinjau Dari Aspek Pasar serta Aspek Hukum penulis memberikan saran bahwa: Seharusnya perusahaan lebih memperluas potensi pasar sasaran yang dituju, tidak hanya terpaku untuk satu pasar sasaran saja, tapi memiliki banyak potensi pasar sasaran dimasa yang akan datang. Dapat mengoptimalkan pemasaran baik dari sosial media yang ada saat ini maupun melalui cara lain seperti pemasangan selebaran dan lain-lain. Dapat melakukan pembaharuan surat izin berjalan sesuai dengan tanggal yang ditetapkan, dan dapat mengurus surat izin untuk perjalanan untuk daerah-daerah yang belum memiliki surat izin. Dapat merealisasikan perencanaan perusahaan seperti pembuatan BPJS Ketenagakerjaan untuk kesejahteraan para karyawan, dan tetap mempertahankan serta meningkatkan pelayanan dan kenyamanan para pelanggan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Buku

- Agustin, Hamdi. 2017. *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. Depok: PT Raja Grafindo persada.
- Darmawan, Akhmad. 2020. *Studi Kelayakan Bisnis*. Purwokerto: UM Purwokerto press Tahun 2020.
- Harahap, Sunarji. 2018. *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif*. Sumatera Utara: FEBI-UIN SU Press.
- Jakfar, Kasmir. 2006. *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*. Depok: Kencana.
- Jumingan.2014. *Studi Kelayakan Bisnis Teori&Pembuatan Proposal Kelayakan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Moleong, Lexy. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Suwarsono,Husnan Suad. 2000. *Studi Kelayakan Proyek*. Yogyakarta:Unit Penerbit dan Percetakan.
- Pasaribu Ali Musa. 2012. *Kewirausahaan Berbasis Agribisnis*. Yogyakarta : CV. ANDI OFFSET.
- Purnomo, Rohmat Aldy. 2017. *Studi Kelayakan Bisnis*. Ponorogo: Unmuh Ponorogo Press.
- Saifudin, Azwar. 2004. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sobana, dadang Husen. 2018. *Studi Kelayakan Bisnis*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sucipto, Agus. 2010. *Studi Kelayakan Bisnis Analisis Integratif dan Studi Kasus*. Malang: UIN Maliki Press (Anggota IKAPI).
- Sugiyanto. 2020. *Studi Kelayakan Bisnis*. Banten: Yayasan Pendidikan Sosial Indonesia Maju (YPSIM).
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal

- Bintoro,Arif. 2013. *Studi Kelayakan Produk Baru*. Jurnal Pasti. Volume VIII. Nomor 1.

- Fitriani, Rini. 2017. *Aspek Hukum Legalitas Perusahaan atau Badan Usaha Dalam Kegiatan Bisnis*. Jurnal Hukum Samudera Keadilan.
- Kristiana, Yustisia. 2019. *Analisi Kelayakan Bisnis WaterPark di Pulau Bintan*. Jurnal Manajemen. Volume 14. Nomor 2.
- Maknun, Muhamad Haris. 2017. *Analisis Kelayakan Pembukaan Cabang Laboratorium Klinik Kesehatan Patra Medica Di Kabupaten Boyolali*. Jurnal Teknoin. Volume 23. Nomor 2.
- Naryono, Endang. 2018. *Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Finansial Dengan Menggunakan Payback Period Pada Produk Mebeler Di PT Nadera Sukabumi*. Jurnal Ekonomedia.
- Nurjanah, Santi. 2013. *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis Pada PT Dagang Jaya Jakarta*.
- Pandoyo, Karlina Maya. 2020. *Studi Kelayakan Bisnis Tour& Travel Pada PT Indoloka Wisata Mandiri*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis dan Publik. Volume 1. Nomor 2.
- Philemon, andrianus timoty, dkk. 2017. *Studi Kelayakan Bisnis Online Travel Agent*. Jurnal Growup Idea Bandung.
- Prastowo, Heri. 2014. *Perbandingan Kelayakan Pembelian Dan Sewa Mobil Kendaraan Operasional di PT Panarub Industry*. Jurnal Sinergi. Volume 18. Nomor 1.
- Saputra, Wahyu Tri. 2014. *Analisis Kelayakan Bisnis Travel Dengan Konsep Shuttle To Shuttle Jurusan Bandung-Jakarta*. Jurnal Online Institut Teknologi Nasional. Nomor 04. Volume 02.
- Setijono, Andreas. 2019. *Analisis Kelayakan Rencana Investasi Travel Baru Menggunakan Metode Hesitant Fuzzy Sets*. Jurnal Of Industrial Engineering and Management systems. Volume 12. Nomor 2.
- Tanaka, Lukas Ardianto, Dkk. 2017. *Studi Kelayakan Bisnis Uniquephotocard di Mall Ciputra World Surabaya*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. Volume 1. Nomor 6.
- Yanuar, Doni. 2016. *Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pasar, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan pada UMKM MakananKhas Bangka di Kota Pangkal Pinang*. Jurnal E-Kombis. Volume II. Nomor 1.

Skripsi

- Fitriani, Anggun. 2019. *Penegakan Hukum Terhadap Pemilik Travel PT Nabila Putra Mandiri Yang Menggelapkan Dana Jamaah Umrah*. Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Depok.
- Kent, Kevin. 2018. *Studi Kelayakan Pendirian Perdagangan Eceran Sepatu*. Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Depok.
- Sari, Intan Permata. 2019. *Studi Kelayakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pembuatan Tahu di Desa Lubuk Sahung Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma Ditinjau Dari Prespektif Ekonomi Islam*. Skripsi Institut Agama Islam (IAIN) Bengkulu.
- Sari, Seftia Yollanda. 2018. *Studi Kelayakan Pendirian Toko Baju Gamis*. Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici.
- Syofyan, Ihsan Syarif. 2019. *Analisis Perencanaan Investasi Bisnis Perjalanan Umrah PT Birama Idaman Express di Kota Bandung*. Skripsi Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.