

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
RIWAYAT HIDUP	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Dasar Teori Studi Kelayakan Bisnis	13
2.2.1. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis	13
2.2.2. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis	13
2.2.3. Pihak-pihak yang Memerlukan Studi Kelayakan Bisnis	15
2.2.4. Aspek-aspek dalam Studi Kelayakan Bisnis	16
2.3. Aspek Hukum	18
2.3.1. Pengertian Aspek Hukum	18
2.3.2. Jenis-jenis Badan Usaha	18
2.3.3. Pengurusan Izin Usaha dan Izin Lokasi	20
2.4. Aspek Lingkungan	21
2.4.1. PEST (<i>Politik Economy Social Technology</i>)	21
2.4.2. Struktur Industri	22
2.4.3. Analisis SWOT	26
2.5. Aspek Pasar dan Pemasaran	31
2.5.1. Strategi Marketing Mix	32
2.5.2. Strategi Pemasaran	33
2.6. Aspek Teknis dan Teknologi	37
2.6.1. Penentuan Lokasi Bisnis	38
2.6.2. Penentuan Luas Produksi	38
2.6.3. Penentuan Layout Pabrik dan Bangunan	38
2.6.4. Pemilihan Teknologi	39
2.7. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia	40
2.7.1. Fungsi-fungsi Manajemen	40
2.7.2. Struktur Organisasi	41
2.8. Aspek Keuangan	45
2.8.1. Jenis Biaya Usaha	45
2.8.2. Jenis Modal Usaha	45

2.8.3. Arus Kas (<i>Cash Flow</i>)	46
2.8.4. Analisis Kelayakan Investasi	47
2.8.4.1. <i>Payback Period</i> (PP)	47
2.8.4.2. <i>Net Present Value</i> (NPV)	48
2.8.4.3. <i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	48
2.8.4.4. <i>Profitability Index</i> (PI)	49
2.8.4.5. Analisis Resiko	49
BAB III KERANGKA PENELITIAN	51
3.1. Kerangka Penelitian	51
3.2. Model Analisis	53
BAB IV METODE PENELITIAN	54
4.1. Pendekatan Penelitian	54
4.2. Tempat dan Waktu Penelitian	54
4.3. Metode Penentuan Informan	55
4.4. Metode Pengumpulan Data	55
4.5. Teknik Pengumpulan Data	57
4.6. Metode Pengolahan Data	58
4.7. Analisis Data	59
4.8. Kriteria Kelayakan	60
4.9. Verifikasi Data	61
4.9.1. Validitas	62
4.9.1.1. Validitas Isi (<i>Content Validity</i>)	62
4.9.1.2. Validitas yang Terkait dengan Kriteria (<i>Criterion-related Validity</i>)	62
4.9.1.3. Validitas Konstruk (<i>Construct Validity</i>)	63
4.9.2. Reliabilitas	63
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN	65
5.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	65
5.2. Aspek Hukum	65
5.2.1. Badan Usaha	65
5.2.2. Izin Usaha dan Lokasi	66
5.3. Aspek Lingkungan	67
5.3.1. PEST	68
5.3.1.1. <i>Politic</i>	68
5.3.1.2. <i>Economy</i>	69
5.3.1.3. <i>Social</i>	70
5.3.1.4. <i>Technology</i>	71
5.3.1.5. Analisis PEST	71
5.3.2. Struktur Industri	72
5.3.2.1. Pendetang Baru	72
5.3.2.2. Daya Tawar Pemasok	74
5.3.2.3. Daya Tawar Pembeli	74
5.3.2.4. Ancaman Produk Pengganti	75
5.3.2.5. Tingkat Persaingan dalam Industri	77
5.3.3. Analisis SWOT	79
5.4. Aspek Pasar	84
5.4.1. Kondisi Pasar	84

5.4.2. STP	85
5.4.2.1. Segmentasi Pasar (<i>Segmenting</i>)	85
5.4.2.2. Target Pasar (<i>Targeting</i>)	86
5.4.2.3. Posisi Pasar (<i>Positioning</i>)	86
5.4.3. Marketing Mix (4P)	87
5.4.3.1. <i>Product</i>	87
5.4.3.2. <i>Price</i>	87
5.4.3.3. <i>Place</i>	88
5.4.3.4. <i>Promotion</i>	89
5.5. Aspek Teknis dan Teknologi	91
5.5.1. Lokasi Bisnis	91
5.5.2. Luas Produksi	93
5.5.3. Layout Bangunan	94
5.5.4. Teknis dan Teknologi Gedung Walet	96
5.5.5. Teknik Rumah Burung Walet	97
5.5.6. Teknologi Rumah Burung Walet	102
5.6. Aspek Manajemen	103
5.6.1. Struktur Organisasi	103
5.6.2. Tugas dan Wewenang	104
5.7. Aspek Keuangan	106
5.7.1. Estimasi Biaya	106
5.7.1.1. Modal kerja	106
5.7.1.2. Investasi yang dibutuhkan	108
5.7.1.3. Proyeksi penjualan	109
5.7.1.3.1. Proyeksi penjualan skenario pesimis	110
5.7.1.3.2. Proyeksi penjualan skenario moderat	111
5.7.1.3.3. Proyeksi penjualan skenario optimis	112
5.7.2. Perhitungan kriteria kelayakan investasi (PP, NPV, IRR, dan PI)	112
5.7.2.1. Perhitungan skenario pesimis	113
5.7.2.2. Perhitungan skenario moderat	115
5.7.2.3. Perhitungan skenario optimis	116
BAB VI KESIMPULAN	118
6.1. Kesimpulan	118
6.2. Saran	119
6.3. Keterbatasan Penelitian	121
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah ekspor sarang burung walet Indonesia membukukan kenaikan rata-rata 6% per tahun	5
Tabel 1.2. Banyaknya pengusaha dan lokasi sarang burung walet di kota Banjarmasin tahun 2012 dan 2013	8
Tabel 2.1. Matriks SWOT	27
Tabel 2.2. Faktor strategis internal (IFAS)	28
Tabel 2.3. Faktor strategis eksternal (EFAS)	29
Tabel 4.1. Metode penentuan informan	55
Tabel 4.2. Metode pengumpulan data pada setiap aspek	56
Tabel 5.1. Ringkasan segi sosial walet	71
Tabel 5.2. Ringkasan ancaman pendatang baru	73
Tabel 5.3. Hasil analisis ancaman pendatang baru	73
Tabel 5.4. Hasil analisis ancaman daya tawar pemasok	74
Tabel 5.5. Hasil analisis ancaman daya tawar pembeli	75
Tabel 5.6. Ringkasan ancaman produk pengganti	76
Tabel 5.7. Hasil analisis ancaman produk pengganti	77
Tabel 5.8. Ringkasan persaingan dalam industri	77
Tabel 5.9. Hasil analisis tingkat persaingan dalam industri	78
Tabel 5.10. Penilaian bobot faktor internal	81
Tabel 5.11. Penilaian bobot faktor eksternal	81
Tabel 5.12. Pembobotan faktor internal	82
Tabel 5.13. Pembobotan faktor eksternal	82
Tabel 5.14. Jumlah ekspor sarang burung walet Indonesia membukukan kenaikan rata-rata 6% per tahun	85
Tabel 5.15. Ringkasan pemilihan lokasi bisnis	89
Tabel 5.16. Analisis kriteria kelayakan aspek pasar perusahaan	91
Tabel 5.17. Modal kerja yang dibutuhkan untuk usaha rumah burung walet	107
Tabel 5.18. Investasi yang dibutuhkan untuk membangun rumah burung walet ukuran 10m x 15m x 5 lantai di Kabupaten Kapuas	108
Tabel 5.19. Perkembangan jumlah sarang burung walet setiap tahunnya	110
Tabel 5.20. Proyeksi penjualan sarang burung walet skenario pesimis	111
Tabel 5.21. Proyeksi penjualan skenario moderat	111
Tabel 5.22. Proyeksi penjualan skenario optimis	112
Tabel 5.23. Asumsi data keuangan yang digunakan	112
Tabel 5.24. Perhitungan <i>cashflow</i> skenario pesimis	113
Tabel 5.25. Hasil penilaian kelayakan skenario pesimis	114
Tabel 5.26. Perhitungan <i>cashflow</i> skenario moderat	115
Tabel 5.27. Hasil penilaian kelayakan skenario moderat	116
Tabel 5.28. Perhitungan <i>cashflow</i> skenario optimis	116
Tabel 5.29. Hasil penilaian kelayakan skenario optimis	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	<i>The Five Forces Model of Competition Model</i>	24
Gambar 2.2.	Matriks strategi IFAS-EFAS	31
Gambar 2.3.	4P dari bauran pemasaran	34
Gambar 2.4.	Strategi pemasaran	35
Gambar 2.5.	Fungsi-fungsi manajemen dalam suatu perusahaan	41
Gambar 2.6.	Struktur organisasi sederhana	42
Gambar 2.7.	Struktur organisasi fungsional	42
Gambar 2.8.	Struktur organisasi divisional	43
Gambar 2.9.	Struktur <i>strategic business unit</i>	44
Gambar 2.10.	Struktur organisasi matriks	44
Gambar 3.1.	Kerangka pemikiran	52
Gambar 3.2.	Model analisis	53
Gambar 5.1.	Tata cara pengurusan izin usaha mendirikan rumah walet	67
Gambar 5.2.	Posisi matriks analisis SWOT	82
Gambar 5.3.	Contoh produk sarang burung walet kotor dari hasil panen kami di Kapuas	86
Gambar 5.4.	<i>Marketing mix</i> usaha rumah burung walet di Kapuas	90
Gambar 5.5.	Lokasi rumah burung walet kami yang berdiri di Kapuas tahun 2013 dan telah berproduksi sampai sekarang	91
Gambar 5.6.	Denah ruangan lantai 5 pada bangunan rumah walet	93
Gambar 5.7.	Layout letak gedung walet di tanah seluas 30 x 35 m ²	94
Gambar 5.8.	Sketsa bentuk bangunan gedung walet	95
Gambar 5.9.	Teknik disain lantai, tembok, dan plafon	97
Gambar 5.10.	Papan sirip pada plafon yang telah ditempati oleh walet	98
Gambar 5.11.	Tweeter mengeluarkan rekaman suara burung walet agar rumah burung walet disukai oleh burung walet dan cepat berkembang	100
Gambar 5.12.	Teknologi audio dan <i>timer</i> yang dipasang pada rumah burung walet	101
Gambar 5.13.	Struktur organisasi apabila pemilik sekaligus konsultan	102
Gambar 5.14.	Struktur organisasi yang digunakan untuk kerjasama dengan investor	103