

BAB 2 STUDI KELAYAKAN BISNIS DAN BISNIS SLJJ

2.1 Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang menganalisa layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasikan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan, misalnya rencana peluncuran produk baru [5].

Studi kelayakan sangat diperlukan oleh banyak kalangan, khususnya bagi para investor selaku pemrakarsa, bank selaku pemberi kredit dan pemerintah yang memberikan fasilitas tata peraturan hukum dan perundang-undangan, yang tentunya kepentingan semuanya itu berbeda satu sama lainnya. Investor berkepentingan dalam rangka untuk mengetahui tingkat keuntungan dari investasi serta jaminan kepentingan atas modal yang akan ditanamkan, bank berkepentingan untuk mengetahui tingkat keamanan kredit yang diberikan dan kelancaran pengembaliannya, serta pemerintah lebih menitikberatkan manfaat dari investasi tersebut secara makro baik bagi perekonomian, pemerataan kesempatan kerja dan lain-lain. Sedangkan untuk kepentingan pihak internal sendiri bertujuan untuk merealisasikan ide proyek yang bermuara pada peningkatan usaha dalam rangka meningkatkan laba perusahaan [5].

Studi kelayakan sering juga disebut dengan *feasibility study*. Studi kelayakan merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima atau menolak suatu gagasan usaha atau proyek yang direncanakan. Pengertian layak dalam penilaian tersebut adalah kemungkinan gagasan usaha atau proyek yang akan dilaksanakan tersebut memberikan manfaat, baik dalam arti manfaat finansial maupun dalam arti manfaat sosial. Dengan demikian studi kelayakan dapat digolongkan menjadi dua jenis, yaitu yang berdasarkan pada orientasi yang diharapkan oleh suatu perusahaan yaitu berdasarkan orientasi laba atau studi yang menitikberatkan pada keuntungan secara ekonomis. Sedangkan studi kelayakan lainnya adalah yang tidak berorientasi pada laba atau lebih kearah sosial, dimana studi tersebut lebih menitikberatkan bahwa suatu proyek dapat dijalankan dan dilakukan tanpa

memikirkan nilai atau keuntungan ekonomis.

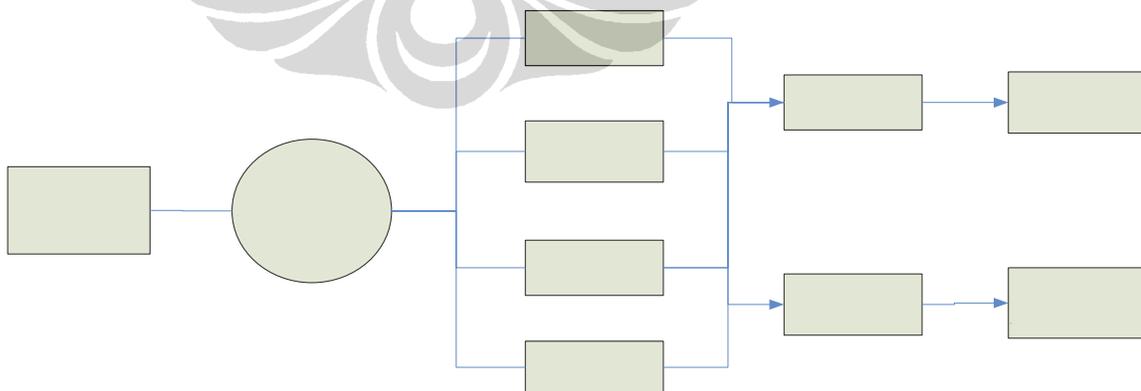
Pada umumnya royek-proyek yang berorientasi pada segi manfaat sosial adalah proyek-proyek yang dilaksanakan oleh Pemerintah dan organisasi-organisasi sosial, seperti pembuatan jalan/jembatan, rumah sakit, taman hiburan, sekolah dan lain-lain yang memberikan dampak positif terhadap perekonomian masyarakat secara keseluruhan.

Sementara itu proyek-proyek yang berorientasi pada manfaat finansial pada umumnya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang menanamkan modalnya di dalam suatu proyek. Sasaran yang ingin dicapai dalam analisis finansial adalah hasil dari modal yang ditanamkan dalam proyek tersebut menjadi menguntungkan atau merugikan.

Mengacu pada uraian diatas, maka kegiatan usaha atau proyek yang lebih mengutamakan manfaat sosial dibanding dengan manfaat finansial sering disebut dengan analisis evaluasi proyek. Sedangkan kegiatan usaha proyek yang mengutamakan manfaat keuangan sering disebut analisa studi kelayakan bisnis.

2.1.1 Lingkup Studi Kelayakan Bisnis

Banyak faktor yang perlu dinilai dalam menyusun studi kelayakan bisnis, diantaranya menyangkut beberapa aspek seperti aspek pasar, aspek teknis/teknologi, aspek regulasi, aspek manajemen dan aspek keuangan [7]. Gambar 2.1 menunjukkan paparan mengenai masing-masing aspek-aspek tersebut.



Gambar 2.1 Lingkup studi kelayakan bisnis [7]

a. Aspek Produk atau Layanan

Aspek produk atau aspek layanan merupakan hal yang paling pertama untuk dibahas atau di kaji. Karena pada aspek inilah bisa ditentukan arah yang akan diambil untuk strategi ke depan. Dengan begitu bisa dijelaskan produk atau layanan apa saja yang bisa dimunculkan atau produk atau layanan apa yang bisa diturunkan dari produk atau layanan yang diajukan.

b. Aspek Pasar

Aspek pasar pada dasarnya merupakan inti dari penyusunan studi kelayakan bisnis. Walaupun kajian atau analisa secara teknis dan lain-lain menunjukkan hasil yang layak untuk dilaksanakan, namun menjadi tidak ada artinya apabila aspek teknis tersebut tidak mampu menghasilkan atau meningkatkan pemasaran dari produk yang ditawarkan.

Oleh karena itu kajian mengenai aspek pasar harus dilakukan secara mendalam dan bersifat realistis. Selain itu juga harus mempertimbangkan berbagai macam peluang dan kendala yang mungkin akan dihadapinya. Untuk bisnis telekomunikasi, maka teknologi yang ditawarkan kepada masyarakat harus mampu diserap dan diminati serta memberikan manfaat bagi masyarakat.

Dalam uraian aspek pasar ini, perlu dibahas hal-hal yang mencakup peluang pasar, perkembangan pasar, penetapan segmen pasar, target pasar dan posisi pasar. Selain itu harus diamati juga loyalitas pelanggan terhadap pasar yang meliputi sikap, perilaku dan kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

c. Aspek Teknologi

Dalam bisnis telekomunikasi, maka faktor yang perlu dibahas dalam aspek teknologi adalah mencakup lokasi dari pelaksanaan proyek, jenis teknologi yang digunakan, kapasitas sistem serta jumlah biaya *CAPEX (Capital Expenditure)* dan *OPEX (Operation Expenditure)* yang diperlukan. Selain itu juga perlu disusun rencana pengembangan sarana atau infrastuktur selama masa ekonomis proyek.

Suatu produk atau jasa tertentu biasanya dapat diproses dengan lebih dari satu cara. Dengan demikian, teknologi yang dipilih perlu ditentukan secara jelas. Patokan umum yang dapat dipakai misalnya adalah dengan mengetahui seberapa jauh derajat mekanisme yang diinginkan dan manfaat ekonomi yang diharapkan. Beberapa kriteria lainnya adalah kesesuaian dengan bahan yang dipakai, keberhasilan pemakainya teknologi di tempat lain, kemampuan tenaga kerja dalam pengoperasian teknologi dan kemampuan antisipasi terhadap teknologi lanjutan.

d. Aspek Regulasi

Faktor regulasi merupakan faktor yang berperan dalam mendukung keberhasilan penyelenggaraan suatu jasa telekomunikasi. Demikian pula dalam melaksanakan atau menjalankan bisnis dibidang lainnya. Oleh karenanya dalam perencanaan suatu bisnis, kajian terhadap lingkungan bisnis, khususnya aspek regulasi harus dilakukan secara menyeluruh.

Beberapa faktor regulasi dalam bisnis telekomunikasi yang perlu diperhatikan antara lain lisensi, alokasi frekuensi, proses perijinan, interkoneksi dan tarif yang akan diberlakukan.

e. Aspek Ekonomi dan Keuangan

Aspek ekonomi dan keuangan yang perlu dibahas antara lain meliputi perkiraan biaya investasi atau *CAPEX*, biaya operasi dan pemeliharaan atau *OPEX*, kebutuhan modal kerja, sumber pembiayaan dan perkiraan pendapatan. Berdasarkan perhitungan terhadap variabel keuangan diatas, maka dilanjutkan dengan melakukan perhitungan dan analisis terhadap indikator kelayakan investasi/ bisnis yang dilakukan.

2.1.2 Indikator kelayakan bisnis

Yang dimaksud dengan analisis indikator kelayakan bisnis/investasi adalah melakukan perhitungan mengenai layak atau tidaknya suatu bisnis yang akan dilakukan dan dilihat dari aspek indikator kelayakan bisnis atau investasi.

Hasil yang diinginkan dari indikator kelayakan bisnis adalah penilaian apakah investasi lisensi layanan SLJJ yang akan dilakukan layak atau tidak untuk diambil. Apabila layak maka bisa langsung diterapkan strategi bisnisnya, tetapi

apabila tidak layak maka tidak usah diambil atau dilanjutkan. Atau bisa juga menjadi layak dengan syarat, seperti modal yang mencukupi, suku bunga yang tidak tinggi selama beberapa tahun kedepan, ataupun regulasi yang ada saat ini. Beberapa indikator kelayakan investasi yang perlu di analisa antara lain adalah *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, dan *Payback Periode (PP)*.

a. *Net Present Value*

NPV merupakan salah satu indikator kelayakan investasi yang sering digunakan adalah mengukur apakah suatu proyek layak atau tidak. Perhitungan *NPV* merupakan net *benefit* yang telah didiskon dengan menggunakan *SOOC (Social opportunity cost of capital)* yang sering disebut sebagai *Discount Factor*. Rumusan dari *NPV* adalah sebagai berikut[1]:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1 + K)^t} - I_0 \quad (2.1)$$

dimana :

CF_t = Aliran kas pertahun pada periode t

I_0 = investasi awal pada tahun ke-0

K = suku bunga (*discount rate*)

Kriteria penilaian :

- jika $NPV > 0$, maka usulan bisnis diterima
- jika $NPV < 0$, maka usulan bisnis ditolak
- jika $NPV = 0$, nilai perusahaan tetap walau usulan bisnis diterima atau ditolak.

b. *Internal Rate of Return (IRR)*

Yang kedua dari indikator kelayakan investasi adalah *IRR*, yang merupakan suatu tingkat discount rate yang menghasilkan *NPV* sama dengan 0 (nol). Dengan demikian apabila hasil perhitungan *IRR* lebih besar dari Discount Factor, maka dapat dikatakan investasi yang akan ditanamkan adalah layak untuk dilakukan. Apabila sama dengan *Discount Factor* dikatakan investasi yang ditanamkan akan kembali dari modal

pokok. Sedangkan apabila nilai *IRR* lebih kecil dari *Discount Factor*, maka investasi yang ditanamkan menjadi tidak layak.

Untuk menentukan besarnya nilai *IRR* harus dilakukan perhitungan nilai NPV1 dan NPV2 dengan cara iterasi. Apabila nilai NPV1 telah menunjukkan angka positif, maka discount factor yang kedua harus lebih besar dari SOCC, dan sebaliknya apabila NPV menunjukkan angka negatif, maka discount factor yang kedua berada di bawah SOCC. Rumusan *IRR* adalah sebagai berikut [5] :

$$I_0 = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1 + IRR)^t} \quad (2.2)$$

Dimana :

t = tahun ke

n = jumlah tahun

I_0 = nilai investasi awal

CF = arus kas bersih

IRR = tingkat bunga yang dicari harganya

Nilai *IRR* dapat dicari misalnya dengan coba-coba atau yang biasa dikenal dengan *trial and error*. Kriteria penilaian : Jika *IRR* yang didapat ternyata lebih besar dari rate of return yang ditentukan maka investasi dapat diterima.

Rumus *IRR* untuk interpolasi ialah :

$$IRR = P_1 - C_1 * \frac{P_2 - P_1}{C_2 - C_1} \quad (2.3)$$

Dimana :

P_1 = Tingkat bunga ke 1

P_2 = Tingkat bunga ke 2

C_1 = NPV ke 1

C_2 = NPV ke 2

c. *Profitability Index (PI)*

Profitability Index adalah perbandingan antara nilai sekarang (present value) dari rencana penerimaan-penerimaan kas bersih dimasa yang akan datang dengan nilai sekarang dari investasi yang telah dilaksanakan. Jadi *profitability index* dapat dihitung dengan membandingkan antara *PV* kas masuk dengan *PV* kas keluar. [5]

Rumus :

$$PI = \frac{PVkasmasuk}{PVkaskeluar} \quad (2.4)$$

Kriteria Penilaian :

-Jika $PI > 1$, maka usulan bisnis dikatakan menguntungkan :

-Jika $PI < 1$, maka usulan bisnis tidak menguntungkan

d. *Payback Periode (PP)*

Payback Periode adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi (*initial cash investment*) dengan menggunakan aliran kas, dengan kata lain payback period merupakan rasio antara initial cash investment dengan cash inflow-nya yang hasilnya merupakan satuan waktu. Selanjutnya nilai rasio ini dibandingkan dengan maximum payback periode yang dapat diterima [5]:

$$PaybackPeriod = \frac{NilaiInvestasi}{KasMasukBersih} * 1 \text{ tahun} \quad (2.5)$$

Kriteria penilaian :

Jika *Payback Period* lebih pendek waktunya dari maksimum payback period-nya maka usulan investasi dapat diterima.

Dengan adanya perkembangan teknologi yang begitu cepat, semakin cepat pengembalian biaya investasi, maka pernggantian aset baru akan semakin mudah dilakukan. Terlambatnya pengembalian investasi dari proyek yang dikerjakan

akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan karena aset lama, walaupun masih baik ditinjau dari segi teknis, namun dari segi ekonomis akan kurang menguntungkan lagi. Hal ini disebabkan karena kemungkinan perusahaan lain menggunakan teknologi baru yang dapat menyebabkan harga pokok bertambah rendah dan kualitas produksi semakin baik.

Analisa aspek keuangan bertujuan untuk menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan, dengan membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan, seperti ketersediaan dana, biaya modal, kemampuan bisnis untuk membayar kembali dana tersebut dalam waktu yang telah ditentukan dan menilai apakah bisnis akan dapat berkembang terus.

2.2 Perkiraan / Peramalan

Perkiraan atau peramalan merupakan alat yang sangat penting dalam membuat prediksi berapa besarnya permintaan (*demand*). Ada dua pendekatan yang dapat dipakai dalam membuat peramalan suatu bisnis, yaitu analisis kuantitatif dan analisis kualitatif. Analisis kuantitatif banyak menggunakan pendekatan model matematik dengan menggunakan data yang berifat historis dan kausal. Sedangkan analisis kualitatif banyak menggunakan pendekatan yang bersifat subjektif yang berhubungan dengan pengambilan keputusan, misalnya : emosi, pengalaman pribadi, serta sistem nilai yang dianut.

2.3 Metode *Time Series*

Metode *time series* mendasarkan diri pada data dan keadaan masa lampau. Jika keadaan di masa yang akan datang cukup stabil dalam arti tidak banyak berbeda dengan keadaan masa lampau, metode ini dapat memberikan hasil peramalan yang cukup akurat. Teknik peramalan dalam metode ini hanya dibahas khusus untuk metode trend, karena pada umumnya metode trend dapat digunakan untuk jangka waktu menengah dan panjang [6]. Metode ini pun terdiri dari berbagai macam metode.

2.3.1 Metode Trend Simple Exponensial

Metode ini digunakan jika data yang tersedia cenderung naik atau turun

dengan perbedaan yang tidak terlalu banyak, tetapi secara keseluruhan cenderung naik [2]. Fungsi persamaan dari metode ini adalah :

$$Y^1 = ab^x \quad (2.6)$$

Yang dapat diubah dalam fungsi logaritma :

$$\log Y^1 = \log a + (\log b)X \quad (2.7)$$

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

$$\log a = \left(\sum \log Y \right) : n \quad (2.8)$$

$$\log b = \left\{ \sum X (\log Y) \right\} : \sum X^2 \quad (2.9)$$

Dengan : Y = Variable Permintaan

n = Jumlah data

X = Jumlah tahun

2.3.2 Metode Regresi Linier Sederhana

Metode ini berdasarkan pada hubungan sebab akibat atas terjadinya variasi dari suatu variable dan hubungan sebab akibat tersebut nampak dalam fungsi persamaan regresi [6]. Pada regresi linier sederhana, hanya satu variable yang dianggap berpengaruh atas terjadinya variable lain dari fungsi persamaan liniernya :

$$Y = a + b X \quad (2.10)$$

Dengan :

X = Variable bebas / Independent

Y = Variable terikat / Dependent

a, b = Koefisien Regresi

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

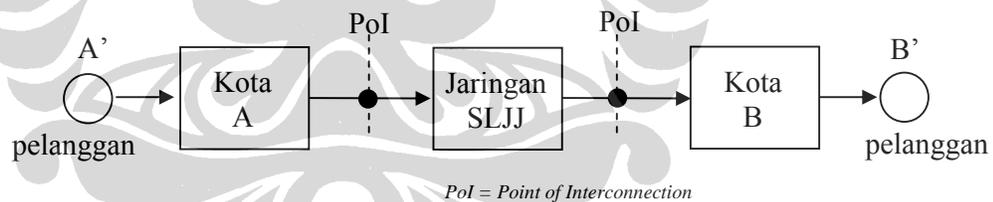
$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \quad (2.11)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b \frac{\sum X}{n} \quad (2.12)$$

2.4 Definisi SLJJ (Sambungan Langsung Jarak Jauh)

Sambungan Langsung Jarak Jauh atau yang biasa disingkat dengan SLJJ dapat diartikan sebagai panggilan telepon ke pelanggan telepon lain yang berada di daerah dengan kode area yang berbeda dengan pelanggan telepon pemanggil[8].

Dalam memanggil nomor tujuan, pemanggil perlu untuk mendial kode area + nomor telepon tujuan. Dimana kode area adalah kode suatu daerah yang unik. Gambar 2.2 yang menunjukkan skema umum panggilan SLJJ yang dilakukan oleh pelanggan telepon tetap di suatu kota ke pelanggan telepon tetap lainnya di kota lain.



Gambar 2.2 Skema panggilan layanan SLJJ pada telepon tetap [8]

Panggilan dari pelanggan A akan diteruskan oleh sentral lokalnya ke sentral TOL (disebut juga sentral telepon SLJJ TELKOM) di kota A. Lalu dengan menggunakan kode area yang didial oleh pelanggan A, maka sentral SLJJ tadi akan mengirimkan panggilan tadi menuju kota dimana sentral Tol tempat pelanggan B berada. Kemudian dari sentral TOL B, panggilan akan diteruskan ke sentral telepon tujuan lokal pelanggan B [8].

Ketentuan seperti tadi memang masih berlaku sampai sekarang di seluruh Indonesia kecuali beberapa kota. Meskipun pemegang lisensi layanan SLJJ sekarang dimiliki oleh dua operator yaitu TELKOM dan INDOSAT, tapi pada kenyataannya baru beberapa kota saja yang membuka kode akses SLJJ secara bebas.

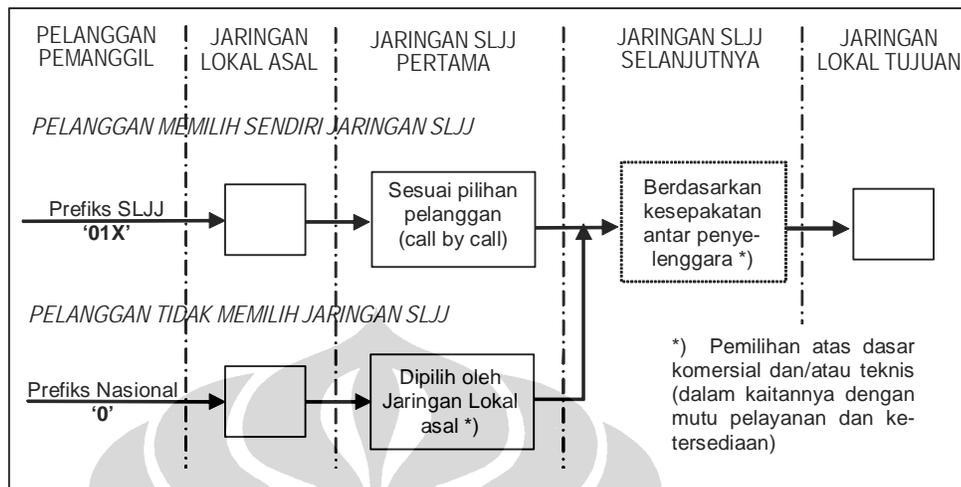
Dengan dimilikinya dua operator pemegang lisensi SLJJ berarti ada dua kode akses SLJJ yang harus identik untuk membedakan kedua operator tersebut. Sehingga pelanggan telepon tetap yang ingin melakukan panggilan SLJJ tidak cukup hanya dengan mendial kode area kota tujuan dan nomor telepon tujuan saja, tapi pelanggan harus memilih menggunakan kode akses SLJJ Telkom atau menggunakan kode akses SLJJ Indosat. Hanya saja, bagi operator yang hanya memiliki layanan telepon tetap maka harus memiliki hubungan interkoneksi dengan pemilik layanan SLJJ apabila ingin menyalurkan panggilan tersebut.

Interkoneksi merupakan keterhubungan dan kerjasama antar jaringan dari penyelenggara jaringan yang berbeda. Tapi tidak hanya terbatas pada penyambungan fisik dua jaringan yang dikelola oleh penyelenggara yang berbeda. Sehingga SLJJ sangat berkaitan dengan interkoneksi antar jaringan yang ada.

Metode pemilihan kode akses SLJJ sendiri dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu metode *pre-selection* dan metode *call-by-call selection*. Pada metode *pre-selection*, pelanggan yang akan melakukan panggilan SLJJ dapat langsung mendial kode area + nomor telepon tujuan tanpa perlu menentukan kode akses SLJJ mana yang akan digunakannya. Hal ini dimungkinkan karena pelanggan telah menentukan sejak awal operator SLJJ mana yang akan digunakannya untuk melakukan panggilan SLJJ dan data kode akses pilihan pelanggan ini disimpan pada database di dalam sistem jaringan operator pelanggan yang bersangkutan. Jadi setiap kali pelanggan akan melakukan panggilan SLJJ, dia akan menggunakan kode akses SLJJ yang telah dipilih sebelumnya.

Dalam metode *Call-by-Call selection*, setiap kali pelanggan yang akan melakukan panggilan SLJJ dia harus mendial kode akses SLJJ dahulu baru diikuti dengan kode area dan nomor telepon tujuan (kode akses SLJJ + kode area + nomor telepon tujuan). Jadi penentuan kode akses SLJJ mana yang akan digunakan pelanggan dilakukan pada saat pelanggan akan melakukan setiap

panggilan SLJJ. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada Gambar 2.3.



Gambar 2.3 Skema panggilan layanan SLJJ sesuai FTP 2000 [8]

Terkait dengan penerapan kode akses SLJJ TELKOM dan INDOSAT di kedua sistem jaringan operator tersebut, muncul beberapa kontroversi di pihak-pihak yang terkait. Masing-masing pihak memiliki argumentasi masing-masing dan merasa benar dengan argumentasinya, sehingga penerapan 2 kode akses SLJJ ini sampai saat ini belum dapat diterapkan dan karena itulah pemerintah mengeluarkan surat peringatan pertama dan kedua kepada TELKOM [9].

Pemerintah berpendapat, penghapusan monopoli dalam bisnis SLJJ ini bertujuan untuk meningkatkan performance dan daya saing sehingga dapat berbicara lebih banyak di level yang lebih tinggi. Pemerintah juga berpendapat bahwa dengan penghapusan monopoli ini, kualitas layanan yang diterima masyarakat akan menjadi lebih baik dan tarif layanan SLJJ akan lebih bersaing. Karena itulah pemerintah mendesak TELKOM untuk segera mengimplementasikan penggunaan 2 kode akses SLJJ di jaringan telepon miliknya. Dalam hal ini, pemerintah menyadari bahwa dalam tahap implementasinya, TELKOM adalah pihak yang dirugikan, karena itu pemerintah akan memberikan kompensasi berupa materi sebesar Rp 478 miliar dan juga lisensi penyelenggaraan SLI kepada TELKOM [9].

Pembukaan kode akses SLJJ merupakan keputusan publik yang diterbitkan melalui Peraturan Menteri. Kebijakan ini dimaksudkan sebagai sarana mewujudkan industri telekomunikasi yang kompetitif sesuai dengan semangat UU No. 36 tahun 1999. Kode akses SLJJ diperlukan untuk mengakomodasi bertambahnya jumlah operator telepon tetap kabel maupun nirkabel. SLJJ berfungsi menghubungkan antara penyelenggara jaringan telepon lokal.

Untuk dapat melakukan SLJJ setiap jaringan lokal diberi kode akses. Jakarta 021, Surabaya 031 kemudian Bandung 022 dan seterusnya. Karena sifatnya dahulu masih monopoli maka kode akses tersebut hanya dikuasai untuk operasional Telkom. Lalu setelah ada banyak operator telepon tetapnya, maka ada pertanyaan lagi yaitu kode akses 021 itu milik TELKOM atau untuk kota Jakarta ? Bagi pihak TELKOM tentu jawabnya adalah milik TELKOM Jakarta. Persoalannya, bagaimana bila pelanggan PSTN BTEL di kota Surabaya hendak menelpon sesama pelanggan BTEL di kota Jakarta ? Dalam konfigurasi saat ini, maka sambungan semacam ini masih melewati fasilitas SLJJ milik TELKOM dan dikenai biaya interkoneksi. Tentu biaya ini yang menjadi keuntungan bagi TELKOM namun tidak bagi operator penyelenggara layanan telepon tetap.