

ABSTRAK

Iklim persaingan yang semakin ketat dalam dunia usaha dewasa ini, menuntut setiap bidang usaha untuk lebih produktif. Pencarian lahan baru merupakan strategi yang dapat mempertahankan dan mengembangkan usaha yang sedang dijalankan. Strategi ekspansi/perluasan/pengembangan usaha yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat yang dapat meningkatkan hasil maupun pelayanan secara kualitatif dan kuantitatif.

Perusahaan yang diteliti adalah Toko Perhiasan Perak Lotus yang bergerak dalam bidang usaha jual-beli perhiasan perak yang akan membuka di kota Cimahi. Pemilik perusahaan berencana mengulang kejayaan seperti yang terjadi di dua cabang yang telah dimiliki perusahaan, yang pendapatan di kedua cabang tersebut dapat dibilang cukup memuaskan.

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode deskriptif analitis, yaitu suatu metode yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran secara sistematis dan faktual, memperoleh data secara akurat mengenai fakta, sifat, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki dan menyajikannya kembali dengan disertai analisis sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai objek yang diteliti yang pada akhirnya dapat ditarik suatu kesimpulan.

Beberapa pokok permasalahan yang dapat diidentifikasi penulis adalah sebagai berikut:

1. Berapa besar dana yang dibutuhkan oleh perusahaan dalam melakukan investasi untuk ekspansi.
2. Aspek-aspek apa saja yang paling berpengaruh pada perusahaan dalam rencananya untuk melakukan perluasan usaha.
3. Berapa hasil perhitungan dari *Payback Period*, *Net Present Value*, *Internal Rate of Return*, dan *Profitability Index* yang akan digunakan dalam melaksanakan ekspansi.
4. Apakah ekspansi tersebut layak untuk dilaksanakan atau tidak atau dengan kata lain apakah ekspansi tersebut dapat menghasilkan keuntungan ekonomis bagi perusahaan sesuai kriteria penilaian investasi.

Adapun beberapa saran yang dikemukakan penulis adalah:

1. Perusahaan sebaiknya melakukan promosi penjualan sehingga semakin banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan toko tersebut, diharapkan dapat mempertahankan penjualan toko. Selain itu perusahaan juga dapat memodifikasi barang yang dijual (khususnya barang di etalase) sehingga masyarakat akan selalu tertarik untuk mengunjungi, melihat-lihat, dan pada akhirnya membeli.
2. Jika di kemudian hari terjadi kerugian, perusahaan dapat meminimalisasi kerugian tersebut dengan cara memilih barang-barang yang langka untuk dijual lepas yang tentunya akan mengurangi biaya barang kembali, yang diharapkan dapat mengurangi kerugian yang terjadi.

Akhirnya, penulis berharap agar saran-saran yang diberikan dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam membantu perusahaan dalam melakukan perluasan investasi yang dilakukan.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Kegunaan Penelitian	4
1.5. Kerangka Pemikiran.....	5
1.6. Sistematika Penulisan.....	7

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Investasi.....	9
2.1.1. Pengertian dan Tujuan Investasi.....	9
2.1.1. Bentuk Investasi.....	13
2.1.3. Penggolongan Investasi.....	13

2.2. Ekspansi.....	15
2.2.1. Pengertian Ekspansi.....	16
2.2.2. Motif Ekspansi.....	16
2.2.3. Bentuk-Bentuk Ekspansi.....	17
2.3. Studi Kelayakan Proyek.....	18
2.3.1. Pengertian dan Tujuan Studi Kelayakan Proyek.....	18
2.3.2. Ruang Lingkup Studi Kelayakan Proyek.....	19
2.3.3. Intensitas Studi Kelayakan	20
2.3.4. Aspek-Aspek Studi Kelayakan.....	21
2.3.5. Tahapan Studi Kelayakan Proyek.....	24
2.4. Aliran Kas (Cash Flow).....	26
2.4.1. Arti Pentingnya Cash Flow.....	26
2.4.2. Relevant Cash Flow.....	26
2.4.3. Komponen Cash Flow.....	27
2.5. Metode-Metode Penilaian Investasi.....	28
2.5.1. Metode Periode Pengembalian (<i>Payback Period</i>).....	29
2.5.2. Metode Nilai Bersih Sekarang (<i>Net Present Value</i>).....	29
2.5.3. Metode Tingkat Pengembalian Internal (<i>Internal Rate of</i> Return).....	30
2.5.4. Metode Indeks Laba (<i>Profitability Index</i>).....	31

BAB 3. OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian.....	33
3.1.1. Sejarah Perusahaan.....	33
3.1.2. Struktur Organisasi.....	34
3.2. Metode Penelitian.....	37

BAB 4. PEMBAHASAN

4.1. Kebutuhan Investasi Awal.....	40
4.2. Perkiraan Arus Kas Selama Umur Proyek.....	41
4.2.1. Kas Masuk.....	41
4.2.2. Kas Keluar.....	45
4.2.2.1. Biaya Tenaga Kerja.....	45
4.2.2.2. Biaya Listrik.....	46
4.2.2.3. Biaya Telepon.....	47
4.2.2.4. Biaya Alat Tulis.....	48
4.2.2.5. Biaya Alat Kebersihan.....	49
4.2.2.6. Biaya Lain-Lain.....	50
4.2.2.7. Biaya Penyusutan.....	51
4.2.2.8. Biaya Penyediaan Barang Kembali.....	52
4.2.2.9. Biaya Barang Kembali.....	53
4.2.2.10. Total Proyeksi Kas Keluar.....	53

4.3. Analisa Kelayakan Proyek.....	57
4.3.1. Aspek Pasar dan Pemasaran.....	57
4.3.2. Aspek Teknis.....	58
4.3.3. Aspek Organisasi.....	61
4.3.4. Aspek Keuangan.....	62
4.3.4.1. Metode Periode Pengembalian (Payback Period).....	62
4.3.4.2. Metode Nilai Bersih Sekarang (Net Present Value).....	64
4.3.4.3. Metode Tingkat Pengembalian Internal (Internal Rate of Return).....	65
4.3.4.4. Metode Indeks Laba (Profitability Index).....	67

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	68
5.2. Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA

SURAT PERNYATAAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Proyeksi Investasi Awal.....	40
Tabel 4.2.	Proyeksi Penjualan Produk Toko pada Toko Cabang Cimahi Tahun 2007.....	42
Tabel 4.3.	Asumsi Kuantitas Penjualan Setiap Tahunnya.....	44
Tabel 4.4.	Proyeksi Penjualan Produk Toko pada Toko Cabang Cimahi Tahun 2007-2011.....	44
Tabel 4.5.	Proyeksi Biaya Tenaga Kerja pada Toko Cabang Cimahi Tahun 2007-2011.....	46
Tabel 4.6.	Proyeksi Biaya Listrik pada Toko Cabang Cimahi Tahun 2007-2011.....	47
Tabel 4.7.	Proyeksi Biaya Telephone pada Toko Cabang Cimahi Tahun 2007-2011.....	47
Tabel 4.8.	Proyeksi Biaya Alat Tulis pada Toko Cabang Cimahi Tahun 2007-2011.....	48
Tabel 4.9.	Proyeksi Biaya Alat Kebersihan pada Toko Cabang Cimahi Tahun 2007-2011.....	49
Tabel 4.10.	Proyeksi Biaya Lain-Lain pada Toko Cabang Cimahi Tahun 2007-2011.....	50
Tabel 4.11.	Proyeksi Biaya Penyediaan Barang Kembali pada Toko Cabang Cimahi Tahun 2007-2011.....	52

Tabel 4.12.	Proyeksi Biaya Barang Kembali pada Toko Cabang Cimahi	
	Tahun 2007-2011.....	53
Tabel 4.13.	Total Proyeksi Kas Keluar pada Toko Cabang Cimahi	
	Tahun 2007-2011.....	54
Tabel 4.14.	Proyeksi Laba Sebelum Pajak pada Toko Cabang Cimahi	
	Tahun 2007–2011.....	54
Tabel 4.15.	Pajak Penghasilan.....	55
Tabel 4.16.	Proyeksi Net Cash Flow pada Toko Cabang Cimahi	
	Tahun 2007–2011.....	57
Tabel 4.17.	Payback Period pada Toko Cabang Cimahi	
	Tahun 2007-2011.....	63
Tabel 4.18.	Net Present Value pada Toko Cabang Cimahi	
	Tahun 2007–2011.....	64
Tabel 4.19.	Internal Rate of Return dengan Discount Factor 106%	
	pada Toko Cabang Cimahi Tahun 2007–2011.....	65
Tabel 4.20.	Internal Rate of Return dengan Discount Factor 107%	
	pada Toko Cabang Cimahi Tahun 2007–2011.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1.	Struktur Organisasi Toko Perhiasan Perak Lotus.....	35
Gambar 4.1.	Rencana Layout Toko Perhiasan Perak Lotus Cabang Cimahi.....	60