

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Ichsan dkk, (2019:3) Pengertian studi kelayakan bisnis adalah penelitian dan penilaian tentang dapat tidaknya suatu proyek dilakukan dengan berhasil (menguntungkan). Pengertian menguntungkan berhasil atau layak, ada yang menafsirkan dalam arti sempit dan arti luas. Pengertian arti sempit, biasanya pihak swasta yang lebih berminat tentang manfaat ekonomi suatu investasi. Pengertian dalam arti luas, biasanya pemerintah atau lembaga non profit disamping manfaat ekonomi masih ada manfaat lain yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan.

Menurut Adnyana (2020:3) kegiatan dalam studi kelayakan bisnis biasanya dilakukan dalam berbagai bentuk yang di antaranya adalah sebagai berikut :

1. Pembangunan fasilitas baru, yaitu kegiatan yang benar-benar baru dan belum pernah ada sebelumnya, sehingga adanya penambahan usaha baru.
2. Perbaikan fasilitas yang sudah ada, yaitu kegiatan yang merupakan kelanjutan dari usaha yang sudah ada sebelumnya. Dalam hal ini, sudah ada kegiatan sebelumnya, namun perlu dilakukan tambahan atau perbaikan yang diinginkan.
3. Penelitian dan pengembangan, yaitu kegiatan penelitian yang dilakukan untuk suatu fenomena yang muncul di masyarakat, lalu dikembangkan sedemikian rupa sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Sedangkan Menurut Aldy dkk (2017:9) studi kelayakan bisnis juga sering disebut dengan *feasibility study* yang merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima suatu gagasan usaha atau proyek yang direncanakan atau menolaknya. Pengertian layak dalam penilaian sebagai studi kelayakan maksudnya adalah kemungkinan dari gagasan usaha atau proyek yang akan dilaksanakan memberikan manfaat (*benefit*), baik dalam arti *financial benefit* maupun dalam *artisoical benefit*. Layaknya suatu gagasan usaha atau proyek dalam arti *social benefit*. Keduanya tidak selalu menggambarkan layak dalam arti *financial benefit* dan begitu pula sebaliknya, hal ini tergantung dari segi penilaian yang dilakukan.

2.1.2. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:12), Studi kelayakan bisnis ini dilakukan agar suatu usaha atau proyek ini dijalankan tidak akan sia-sia. Dengan kata lain tidak membuang uang, tenaga, atau pikiran secara percuma serta tidak akan menimbulkan masalah yang tidak perlu hdi masa yang akan datang. Terdapat lima tujuan yang perlu diperhatikan sebelum dilakukan dan dijalkannya suatu usaha atau proyek studi kelayakan bisnis, yaitu:

1. Menghindari Risiko Kerugian

Studi kelayakan perlu dilakukan untuk mengatasi risiko kerugian di masa yang akan datang karena adanya suatu ketidakpastian di masa yang akan datang. Kondisi ini ada yang dapat diramalkan akan terjadi atau memang dengan sendirinya terjadi tanpa dapat diramalkan.

2. Memudahkan Perencanaan

Jika kita sudah dapat meramalkan apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang, maka akan mempermudah kita dalam melakukan perencanaan dan hal-hal apa saja yang perlu direncanakan. Perencanaan meliputi beberapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha atau proyek akan di jalankan, dimana lokasi proyek akan dibangun, siapa-siapa yang akan melaksanakannya, bagaimana cara menjalankannya, berapa besar keuntungan yang akan diperoleh, serta bagaimana mengawasinya jika terjadi penyimpangan.

3. Memudahkan Pelaksanaan

Pekerjaan dengan adanya berbagai rencana yang sudah disusun akan sangat memudahkan pelaksanaan bisnis. Para pelaksana yang mengerjakan bisnis tersebut telah memiliki pedoman yang harus dikerjakan. Kemudian pengerjaan usaha dapat dilakukan secara sistematis, sehingga tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang sudah disusun.

4. Memudahkan Pengawasan

Dengan telah dilaksanakannya suatu usaha atau proyek sesuai dengan rencana yang sudah disusun, maka akan memudahkan perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha.

5. Memudahkan Pengendalian

Jika dalam pelaksanaan pekerjaan telah dilakukan pengawasan, maka apabila terjadi suatu penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga akan dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut.

2.1.3. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Adnyana (2020:8) berikut ini keuntungan dengan adanya kegiatan bisnis baik bagi perusahaan, pemerintah, maupun masyarakat antara lain:

1. Keuntungan

Apabila suatu usaha dikatakan layak untuk dijalankan akan memberikan keuntungan, terutama keuntungan bagi pemilik bisnis. Keuntungan ini biasanya diukur dari nilai uang yang akan diperoleh dari hasil usaha yang dijelankannya.

2. Membuka Peluang

Pekerjaan keberadaan suatu usaha jelas akan membuka petualang pekerjaan kepada masyarakat, baik bagi masyarakat yang terlibat langsung dengan usaha atau masyarakat yang tinggal sekitar lokasi usaha. Adanya peluang pekerjaan ini akan memberikan pendapatan bagi masyarakat yang bekerja pada usaha tersebut. Begitu pula bagi masyarakat yang tinggal disekitar lokasi usaha dapat membuka berbagai macam usaha, sehingga masyarakat yang tadinya pengangguran dapat meningkatkan kesejahteraannya.

3. Manfaat Ekonomi

- a. Menambah jumlah barang dan jasa. Untuk usaha tertentu misalnya pendirian, pabrik tertentu pada akhirnya akan memproduksi barang atau jasa. Dengan tersedia jumlah barang dan jasa yang lebih banyak, masyarakat punya banyak pilihan, sehingga pada akhirnya yang akan berdampak kepada harga yang cenderung turun dan kualitas barang sejenis akan lebih meningkat.
- b. Meningkatkan mutu produk. Hal ini disebabkan oleh adanya barang dari usaha sejenis dapat memacu produsen untuk meningkatkan kualitas produknya.
- c. Meningkatkan devisa. Dalam hal ini, barang yang ditujukan untuk ekspor akan dapat menambah devisa atau akan dapat memberikan pemasukan devisa bagi negara dari barang yang kita ekspor.

d. Menghemat devisa. Artinya, apabila semula barang tersebut kita impor dan sekarang bisa diproduksi di dalam negeri, maka jelas tindakan ini dapat menghemat devisa negara.

4. Tersedianya Sarana dan Prasarana Bisnis

Memberikan manfaat bagi masyarakat secara luas terutama bagi masyarakat sekitar bisnis yang akan dijalankan. Manfaat yang dirasakan seperti tersedianya sarana, dan prasarana yang dibutuhkan, seperti jalan, telepon, air, penerangan, pendidikan, rumah sakit, rumah ibadah, sarana olahraga, serta sarana dan prasarananya.

5. Membuka Isolasi Wilayah Bagi Wilayah Tertentu

Pembukaan suatu usaha, misalnya perkebunan, jalan atau pelabuhan akan membuka isolasi wilayah. Wilayah yang tadinya tertutup menjadi terbuka, sehingga akses masyarakat akan menjadi lebih baik.

2.1.4. Tahapan Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:18). Tahapan dalam Studi Kelayakan Bisnis dilakukan untuk mempermudah pelaksanaan Studi Kelayakan Bisnis dan keakuratan dalam penilaian. Adapun tahap-tahap melakukan studi kelayakan bisnis yang umum dilakukan sebagai berikut:

- 1) Pengumpulan data dan informasi
- 2) Melakukan pengolahan data
- 3) Analisis data
- 4) Mengambil keputusan
- 5) Memberikan rekomendasi

2.1.5. Pihak Yang Memerlukan Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Sobana (2018:32) Hasil penilaian melalui studi kelayakan bisnis sangat diperlukan dan dibutuhkan oleh berbagai pihak, Adapun pihak yang berkepentingan terhadap hasil studi kelayakan tersebut antara lain :

1. Pemilik Usaha

Studi kelayakan bisnis sangat dibutuhkan para pemilik usaha karena agar dana yang ditanamkan di suatu bisnis tidak mengalami kerugian.

2. Investor

Studi kelayakan usaha berperan penting untuk memilih jenis investasi yang paling menguntungkan dan sebagai jaminan atas modal yang ditanamkan.

3. Pemerintah dan Masyarakat luas

Penyusun studi kelayakan harus perhatikan beberapa kebijakan yang telah ditetapkan oleh pemerintah karena secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi kebijakan perusahaan.

4. Manajemen

Studi kelayakan dapat dibuat oleh pihak luar (eksternal) perusahaan maupun pihak internal perusahaan (sendiri). Sebagai pihak yang menjadi *project leader*, sudah tentu pihak manajemen perlu mempelajari studi kelayakan itu, misalnya di dalamnya hal pendanaan, berapa yang akan dialokasikan dari modal sendiri, rencana pendanaan dari investor dari pihak kreditor.

2.1.6. Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis

A. Aspek Non Finansial

1. Aspek Hukum

Menurut Daoed (2021:20) dalam studi kelayakan bisnis, terdapat beberapa aspek yang dapat diteliti dan dinalisis. Aspek hukum dalam studi kelayakan bisnis 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. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
- d. Surat tanda daftar perusahaan
- e. Surat izin tempat usaha dari Pemerintah Daerah setempat
- f. Surat tanda rekanan dari Pemerintah Daerah setempat
- g. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

2. Aspek Pasar dan Pemasaran

Menurut Sobana (2018:33) untuk menganalisis aspek pemasaran, seorang wirausahawan harus melakukan penelitian pemasaran dengan menggunakan sistem informasi pemasaran yang memadai berdasarkan analisis dan prediksi apakah bisnis yang akan dirintis atau dikembangkan memiliki peluang pasar yang memadai atau tidak.

Menurut Melati (2022:17) pasar dan pemasaran merupakan dua aspek yang dapat dibedakan satu sama lain. Secara sempit, pasar dapat dimaknai sebagai tempat bertemunya penjual barang/jasa dengan konsumen, dan juga sebagai tempat terjadinya transaksi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pasar juga dapat dibedakan berdasarkan lingkungannya, menjadi pasar berskala *local*, nasional atau global atau berdasarkan jangka waktu transaksinya, menjadi pasar berjangka pendek atau panjang. Pasar juga dapat dibedakan menjadi pasar grosir (*whole sale*) dan pasar ritel atau berdasarkan produknya, seperti pasar keuangan atau pasar komoditi. Saat ini, makna pasar tidak hanya diartikan sebagai tempat secara fisik semata, namun juga dapat berupa tempat secara virtual. Sedangkan pemasaran untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara memuaskan, yang berarti untuk terpenuhinya harapan pelanggan atau bahkan melebihi dari yang diharapkan pelanggan.

Di antara manfaat yang akan diperoleh apabila kepuasan pelanggan terpenuhi oleh perusahaan adalah pelanggan akan melakukan pembelian ulang atas produk yang ditawarkan, serta akan terjalinnya hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggan untuk jangka panjang yang bisa mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.

A. *Product* (Produk)

Menurut Adnyana (2020:39) Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Unsur-unsur di dalamnya antara lain jenis-jenis produk, kualitas, desain, *features*, *brand name*, kemasan, ukuran, pelayanan, dan garansi. Dalam pemasaran, produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen tidak hanya mengacu pada bentuk fisik produk, melainkan satu paket kepuasan yang didapat dari pembelian produk. Kepuasan tersebut

merupakan akumulasi kepuasan fisik, psikis, simbolis, dan pelayanan yang diberikan oleh produsen. Produk identik dengan barang.

Dalam akuntansi, barang adalah objek fisik yang tersedia di pasar. Adapun produk yang tidak berwujud disebut sebagai jasa. Dalam manajemen produk, identifikasi dari produk adalah barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Kata produk digunakan dengan tujuan untuk mempermudah pengujian pasar dan daya serap pasar, yang akan sangat berguna bagi tenaga pemasaran, manajer, dan bagian pengendalian kualitas.

B. *Price* (Harga)

Adnyana (2020:40) Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Unsur-unsur di dalamnya antara lain mencakup daftar harga, potongan, bonus, jangka waktu pembayaran, aturan kredit. Setiap perusahaan selalu mengejar keuntungan guna kesinambungan produksi. Keuntungan yang diperoleh ditentukan pada penetapan harga yang ditawarkan. Harga suatu produk atau jasa ditentukan pula dari besarnya pengorbanan yang dilakukan untuk menghasilkan jasa tersebut dan laba atau keuntungan yang diharapkan. Oleh karena itu, penentuan harga produk dari suatu perusahaan merupakan masalah yang cukup penting, karena dapat mempengaruhi hidup matinya serta laba dari perusahaan.

C. *Promotion* (Promosi)

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:58), promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang di tawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru.

Empat macam sarana promosi yang dapat digunakan antara lain:

- a. Periklanan (*advertising*)
- b. Promosi penjualan (*sales promotion*)
- c. Publisitas (*publicity*)
- d. Penjualan pribadi (*personal selling*)

D. *Place* (Tempat atau Distribusi)

Menurut Adnyana (2020:42) Penentuan lokasi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada. Dengan demikian sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh konsumennya. Hal yang tidak boleh diabaikan dalam langkah kegiatan memperlancar arus barang/jasa adalah memilih saluran distribusi (*distribution channel*). Masalah pemilihan saluran distribusi adalah masalah yang berpengaruh bagi marketing, karena kesalahan dalam memilih dapat menghambat bahkan memacetkan usaha penyaluran produk/jasa dari produsen ke konsumen Distributor-distributor atau penyalur ini bekerja aktif untuk mengusahakan perpindahan bukan hanya secara fisik tapi dalam arti agar jasa-jasa tersebut dapat diterima oleh konsumen.

Dalam memilih saluran distribusi ini, ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu sebagai berikut.

- a. Sifat pasar dan lokasi pembeli
- b. Lembaga-lembaga pemasaran terutama pedagang-pedagang perantara
- c. Pengendalian persediaan, yaitu menetapkan tingkat persediaan yang ekonomis
- d. Jaringan pengangkutan

3. Aspek Teknis/Produksi

Menurut Putri dkk, (2021:125) Aspek teknis merupakan salah satu aspek dalam studi kelayakan bisnis yang menerangkan proses produksi dan teknis operasional serta teknologi yang diterapkan, hingga produk atau jasa diterima oleh konsumen. Hal yang termasuk dalam aspek ini di antaranya: perencanaan produksi (termasuk kapasitas produksi, perencanaan kualitas produk/ jasa, pemilihan produk, manajemen persediaan, pemilihan teknologi, fasilitas produksi termasuk pengembangan gugus kerja, peralatan dan mesin produksi, pergudangan, lokasi dan layout pabrik, penugasan SDM atau *man power*, termasuk pembentukan tim.

1. Penentuan Lokasi

Penentuan lokasi usaha merupakan prioritas utama dalam aspek teknis atau operasi yaitu menganalisis masalah penentuan lokasi. Pemilihan lokasi sangat penting

mengingat apabila salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya.

2. Luas Produksi

Penentuan luas produksi adalah berkaitan dengan beberapa jumlah produksi yang dihasilkan dalam waktu tertentu dengan mempertimbangkan kapasitas teknis dan peralatan yang dimiliki serta biaya yang paling efisien.

3. Tata Letak (*Layout*)

Menurut Daoed (2121:84) Tata letak atau *layout* layanan yang baik dapat mendorong pelanggan untuk merasa nyaman dan nyaman dengan layanan ini. Ketersediaan ruang dan memenuhi kebutuhan ruangan juga merupakan persyaratan layanan mutlak. Fleksibilitas tata letak layanan di masa depan. Keamanan adalah ukuran penentu tata letak layanan pelanggan yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan pada penyedia layanan. Faktor keindahan dari sebuah layanan adalah seperti itu di toko pakaian yang selalu memprioritaskan keindahan ruang, baik tampilan maupun ruang.

4. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Menurut Sunarji (2018:91). Manajemen (*management*) merupakan pencapaian sasaran-sasaran organisasi dengan cara yang efektif dan efisien melalui perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian sumber daya organisasi. Dalam rangka pencapaian sasaran atau tujuan suatu bisnis tentunya melalui suatu proses manajemen.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2017) beberapa fungsi manajemen dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Perencanaan (*planning*)

Proses menentukan arah yang akan ditempuh dan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam proses ini, ditentukan tentang apa yang harus dilakukan, kapan dan bagaimana melakukannya serta dengan cara apa hal tersebut akan dilaksanakan.

2. Pengorganisasian (*organizing*)

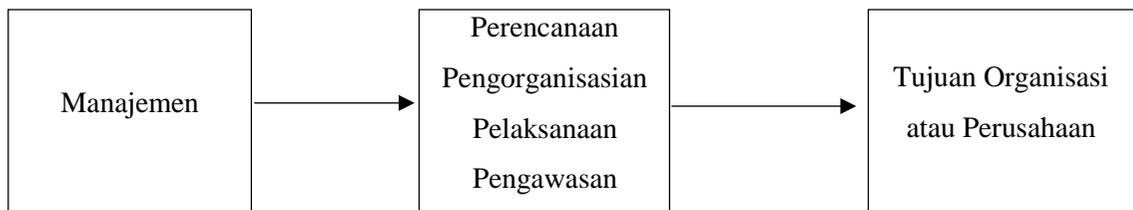
Proses mengelompokkan kegiatan-kegiatan atau pekerjaan-pekerjaan dalam unit-unit. Tujuannya adalah supaya tertera dengan jelas antara tugas, wewenang, dan tanggung jawab serta hubungan kerja dengan sebaik mungkin dalam bidangnya masing-masing.

3. Pelaksanaan (*actuating*)

Proses untuk menjalankan kegiatan atau pekerjaan dalam organisasi. Dalam menjalankan organisasi, para pemimpin/manajer harus menggerakkan bawahannya (para karyawan) untuk mengerjakan pekerjaan yang telah ditentukan dengan cara memimpin, memberi perintah, memberi petunjuk, dan memberi motivasi

4. Pengawasan (*controlling*)

Proses untuk mengukur dan menilai pelaksanaan tugas apakah telah sesuai dengan rencana. Jika dalam proses tersebut terjadi penyimpangan, maka akan segera dikendalikan.



Gambar 2.1 fungsi-fungsi manajemen

Sumber: Kasmir dan Jakfar (2020:07)

B. Aspek Finansial

Menurut Daoed (2021:129) aspek keuangan dari studi kelayakan bisnis adalah untuk menentukan rencana investasi dengan menghitung biaya dan manfaat yang diharapkan dengan membandingkan pengeluaran dan pendapatan, seperti ketersediaan dana, biaya modal awal, kemampuan untuk membayar dana dalam waktu tertentu dan menilai apakah perusahaan akan terus tumbuh. Berinvestasi dalam berbagai bidang bisnis(bisnis) tentu membutuhkan sejumlah modal (uang), di samping keterampilan lainnya.

Menurut Adnyana (2020:32) dalam menentukan layak atau tidaknya suatu investasi, ada beberapa alat atau metode analisis yang dapat digunakan yaitu :

1. *Net Present Value* (NPV) Metode nilai sekarang (Net Present Value / NPV) merupakan metode analisis keuangan yang memasukan faktor nilai waktu uang karena nilai uang akan bertambah sejalan dengan jalannya waktu.
2. *Internal Rate of Return* (IRR) merupakan metode penilaian kelayakan proyek dengan menggunakan perluasan metode nilai sekarang.
3. *Profitability Index* (PI) yaitu metode yang menggunakan rasio atau perbandingan antara jumlah nilai sekarang arus kas selama umur ekonomisnya dan pengeluaran awal proyek dengan menghitung melalui perbandingan antara nilai sekarang (*present value*) dari rencana penerimaan penerimaan kas bersih di masa yang akan datang dengan nilai sekarang (*present value*) dari investasi yang telah dilaksanakan.
4. *Payback periode* (PP) yaitu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi.

2.1.7 Toko Sembako

Menurut Artikel Anggara (2022) toko sembako adalah toko yang menjual kebutuhan sehari-hari. Sembilan bahan pokok atau yang lebih dikenal dengan sembako, adalah kebutuhan yang dibutuhkan oleh semua orang karena barang yang dijual selalu dibutuhkan oleh banyak orang setiap harinya. Toko sembako termasuk salah satu bisnis yang setiap hari selalu ada transaksi. Maka dari itu, toko sembako menjadi sebuah bisnis yang menjanjikan dan tak pernah mati.

Sebagai pebisnis terkadang menganggap remeh terhadap bisnis ini. Akan tetapi, nyatanya bisnis ini tak boleh diremehkan. Karena jika dilakukan dengan benar, usaha ini berpotensi memberikan keuntungan yang sangat besar dan sesuai dengan yang diharapkan.

Menurut Artikel Caca (2020) menjelaskan bahwa menciptakan dan membuka usaha memang menjadi impian banyak orang, sebab banyak sekali keuntungan yang bisa kita dapatkan dari situ. Selain bisa menjadi bos dari diri sendiri, jam kerja bisa diatur dengan fleksibel juga potensi penghasilan yang bisa lebih besar dibandingkan bekerja sebagai karyawan.

Selain itu dengan membuka usaha sendiri kita tidak hanya membantu diri kita tetapi juga membantu orang lain dengan memberi kesempatan mereka bekerja pada usaha kita.

Adapun bidang usaha yang diminati adalah usaha sembako, dengan alasan kebutuhan pokok masyarakat ini tidak pernah habis. Terutama Ibu Rumah Tangga yang sedari dulu sudah sangat sadar perlunya kebutuhan tersebut.

1. Tujuan Berdirinya

1. Banyak manfaat dan tujuan didirikannya warung sembako baik bagi diri sendiri maupun masyarakat sekitar.
2. Bagi pemiliknya sendiri usahanya ini untuk memenuhi kebutuhan keluarganya dan usaha mandiri. Selain itu, juga untuk :
 - a. Menerapkan kemampuan berwirausaha
 - b. Memenuhi kebutuhan konsumen
 - c. Memunculkan bakat untuk berbisnis
 - d. Mendapatkan penghasilan
 - e. Merupakan bakat pemilik dalam bidang usaha dan bisnis Bagi Masyarakat (pembeli/konsumen)

2. Penjualan Produk

Warung sembako ini menjual berbagai macam barang dan bahan makan yang bisa didapatkan juga di toko-toko, seperti:

1. Sembako : gula pasir, gula jawa, cabai, bawang merah, bawang putih, lengkuas, sayur sayuran, buah buahan, beras, tepung terigu, telur ayam.
2. Makanan ringan : jajanan, minuman kaleng, makanan kaleng, roti dll.
3. Alat alat rumah tangga : panci, wajan, soled, baskom, ember, centong, piring, gelas, sendok, garpu.
4. Lainnya : obat obatan, sampo, sabun, alat alat tulis, bensin, kabel, tali.

3. Target Dan Segmentasi Pasar

1. Wilayah yang di jadikan tempat usaha yaitu wilayah Desa karena biasanya di desa banyak penduduk dan letak warung tersebut lebih baik jika dekat dengan tempat tinggal warga.
2. Melihat banyaknya peluang bisnis pada penjualan bahan sembako, sehingga bisa di jadikan manfaat peluang ini.

2.2. Penelitian Terdahulu

Banyak yang telah melakukan analisis mengenai studi kelayakan bisnis beberapa diantaranya adalah sebagai berikut:

Fitra (2018) Tinjauan studi kelayakan usaha badan usaha milik desa (nagari) kamang hilia sejahtera kenagarian kamang hilia, kecamatan kamang magek, kabupaten agam, provinsi sumatera barat.

Hasil Penelitian ini bertujuan untuk melihat kelayakan aspek keuangan usaha grosir sembako Badan Usaha Milik Desa (Nagari) Kamang Hilia Sejahtera di Kenagarian Kamang Hilia Kecamatan Kamang Magek Kabupaten Agam Provinsi Sumatera Barat yang dilakukan pada tahun 2018. Penelitian bersifat deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode cash flow analysis, payback period, net present value, profitability index, internal rate of return, dan average rate of return. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai net cash flow Badan Usaha Milik Desa (Nagari) Kamang Hilia Sejahtera adalah positif yaitu Rp.21.774.000, nilai payback period adalah 1,15 tahun, nilai net present value positif sebesar Rp.10.680.034,47, nilai profitability index adalah positif 1,37, sedangkan nilai internal rate of return adalah 46,7% dan nilai average rate of return adalah 57,23%. Berdasarkan standar penilaian maka semua metode yang digunakan memberikan kesimpulan bahwa usaha grosir sembako milik Badan Usaha Milik Desa (Nagari) Kamang Hilia Sejahtera dalam kategori layak untuk dilaksanakan.

Irawan (2020) Analisis Kelayakan Usaha Pembukaan Cabang Baru “UD.HARIAN” ditinjau dari Aspek Keuangan. UD HARIAN salah satu usaha yang bergerak di bidang usaha ini berada di Dekat Terminal Lama Solok milik bapak H. Herman yang usahanya berjalan ditahun 2000. Berdasarkan hasil penelitian perhitungan di atas diperoleh nilai NPV sebesar Rp. 115.458.205, PI sebesar 1,7, IRR sebesar 47,1% dan Payback Period (PP) selama 7 bulan 1,5 hari. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa rencana pembukaan cabang baru “UD HARIAN” layak untuk dilakukan. Karena waktu pengembalian investasi selama 7 bulan 1,5 hari ini lebih cepat dari rencana pengembalian investasi yaitu selama 18 bulan.

Isa (2021) Analisis Kelayakan Finansial Usaha Keripik Singkong di Kecamatan Saronggi,

Kabupaten Sumenep. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fluktuasi pendapatan tersebut. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif pada manajemen pemasaran, penawaran dan permintaan, serta analisis kelayakan finansial menggunakan kriteria investasi R/C ratio, NPV, IRR, dan PP. Hasil analisis yang disebabkan faktor internal yaitu pengelompokan dan target pasar tertuju pada tokodelontong dan minimarket Basmalah di wilayah Madura dan Surabaya, hasil penelitian kriteria investasi menunjukkan bahwa nilai R/C ratio sebesar 1,75, nilai NPV sebesar Rp.1.367.850.000, nilai IRR sebesar 54,13% dan nilai PP yaitu 17 bulan. Hasil analisis yang disebabkan faktor eksternal menunjukkan bahwa permintaan dan penawaran pada UD. Navisa menyebabkan fluktuasi pendapatan karena pengaruh kenaikan harga dan kebutuhan pokok.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

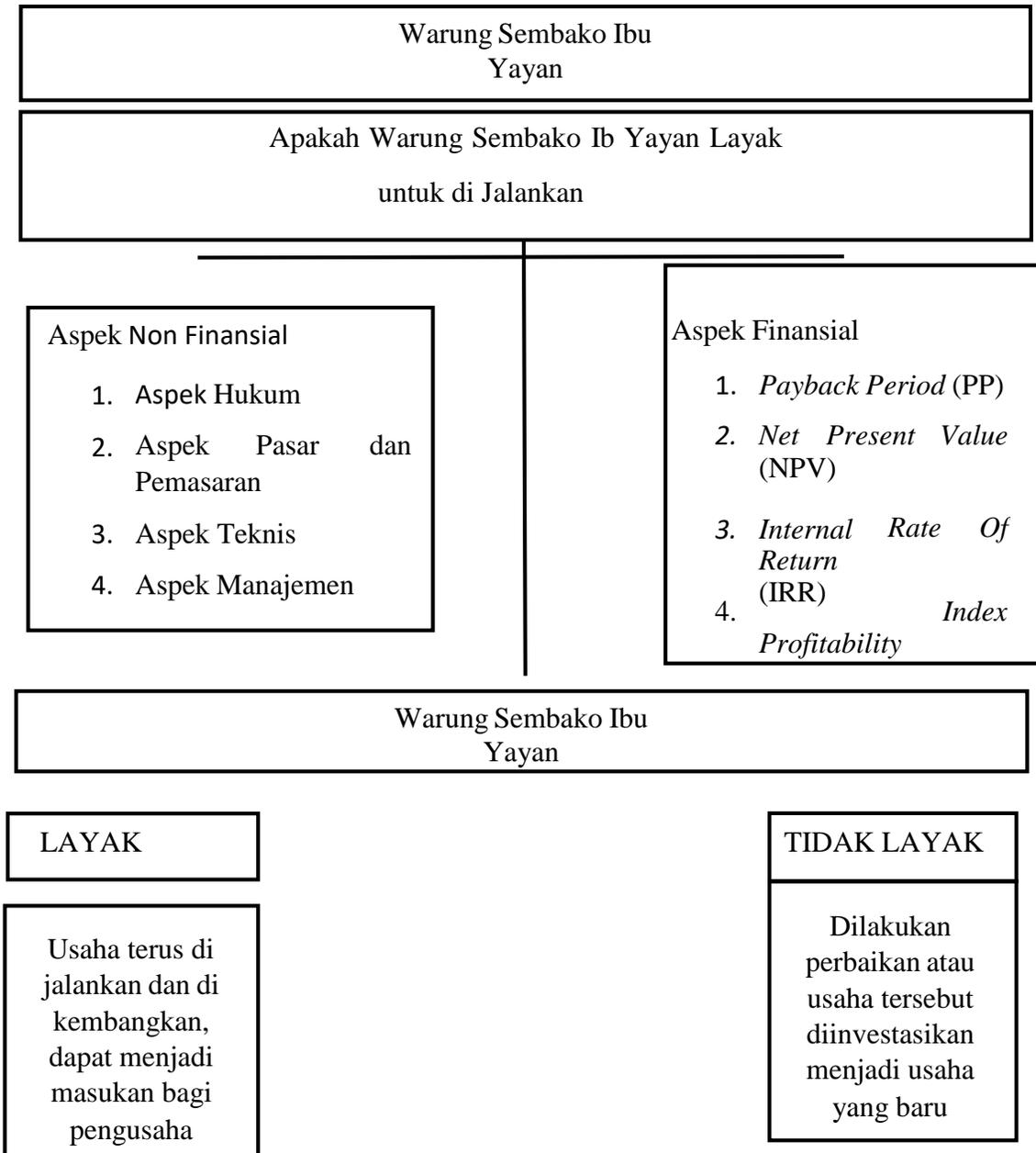
PENELITI	JUDUL	HASIL
Halkaldri Fitra (2018)	Tinjauan studi kelayakan usaha badan usaha milik desa (nagari) kamang hilia sejahtera kenagarian kamang hilia, kecamatan kamang magek, kabupaten agam, provinsi sumatera barat.	Hasil yang dihasilkan positif yaitu Rp.21.774.000, nilai payback period adalah 1,15 tahun, nilai net present value positif sebesar Rp.10.680.034,47, nilai profitability index adalah positif 1,37, sedangkan nilai internal rate of return adalah 46,7% dan nilai average rate of return adalah 57,23%.
Hendri Irawan (2020)	Analisis Kelayakan Usaha Pembukaan Cabang Baru "UD.HARIAN" ditinjau dari Aspek Keuangan.	hasil penelitian perhitungan di atas diperoleh nilai NPV sebesar Rp. 115.458.205, PI sebesar 1,7, IRR sebesar 47,1% dan Payback Period (PP) selama 7 bulan1,5 hari dapat disimpulkan bahwa usaha UD.HARIAN layak dilakukan.

Zulfa Nur Isa (2021)	Analisis Kelayakan Finansial Usaha Keripik Singkong di Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep.	hasil penelitian kriteria investasi menunjukkan bahwa nilai R/C ratio sebesar 1,75, nilai NPV sebesar Rp. 1.367.850.000, nilai IRR sebesar 54,13% dan nilai PP yaitu 17 bulan dapat disimpulkan bahwa usaha tersebut layak.
----------------------	---	---

Sumber : scholar.google.com

2.3. Kerangka Berpikir

Menurut Sugiyono (2012:89) kerangka berpikir merupakan sintesa tentang hubungan antara variable yang disusun dari berbagai teori yang telah di deskripsikan. Kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian ini terlihat dalam Gambar 2.2



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

