

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisa di artikan sebagai penelitian untuk melihat bagaimana akan mendirikan atau memperluaskanya bisnis tersebut guna untuk mengetahui apakah layak atau tidaknya bisnis tersebut dilaksanakan serta apakah menguntungkan bila di pandang dari aspek pasar, aspek keuangan, dan aspek sosial. Studi Kelayakan jika dilakukan dengan profesional dapat berperan penting dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi.

Bisnis adalah serangkaian usaha yang dilakukan oleh satu orang atau kelompok dengan menawarkan barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan atau laba, atau bisa juga dikatakan bahwa bisnis menyediakan barang dan jasa untuk kelancaran sistem ekonomi, (Rafsandjani dan Firdian, 2017:1)

Menurut Purnomo dkk (2017:9-10) Layak dalam penilaian studi kelayakan maksudnya ialah kemungkinan dari gagasan usaha atau proyek yang akan dilaksanakan untuk memberikan manfaat (*benefit*), baik dalam arti *financial benefit* maupun dalam arti *social benefit*. Proyek atau usaha yang dalam penilaian dilakukan dari segi *social benefit* pada umumnya ialah dilihat atau dihitung dari segi manfaat terhadap perkembangan perekonomian masyarakat secara keseluruhan. Sedangkan jika dari segi *financial benefit* adalah usaha yang dinilai dari penanaman investasi atau modal yang diberikan para investor untuk pelaksanaan usaha atau proyek tersebut.

Menurut Abdullah (2017:4), Studi kelayakan bisnis merupakan langkah strategis dan kritis karena menyangkut investasi yang akan ditanam yang hasilnya harus dapat mendatangkan manfaat bagi pengembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat, serta investasi yang di tanam dalam hitungan waktu yang wajar untuk dapat kembali, suatu rencana investasi yang memerlukan proses penilaian yang komprehensif terhadap sejumlah aspek aspek.

2.1.2 Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Kasmir dan Jakfar dalam Harahap (2018:4) usaha atau proyek akan dapat memberikan berbagai keuntungan serta manfaat kepada berbagai pihak. Setidaknya ada lima tujuan mengapa, sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan, yaitu:

1. Menghindari resiko kerugian

Resiko kerugian untuk masa yang akan datang yang penuh dengan ketidak pastian, dalam hal inilah fungsi dari studi kelayakan untuk meminimalkan resiko baik yang dapat di kendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.

2. Memudahkan Perencanaan

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

3. Memudahkan Pelaksanaan Pekerjaan

Dengan rencana yang telah disusun makan sangat membantu dan memudahkan pelaksanaan bisnisnya.

4. Memudahkan Pengawasan

Dengan melaksanakan proyek sesuai dengan rencana maka memudahkan untuk melakukan pengawasan terhadap jalanya usaha

5. Memudahkan Pengendalian

Jika dapat diawasi maka jika terjadi penyimpangan akan mudah unuk terdeteksi, sehingga mudah untuk mengendalikan penyimpangan tersebut.

2.1.3 Pihak Pihak Yang Memerlukan Studi Kelayakan Bisnis

Hasil penilaian dari studi kelayakan ini sangat di perlukan dan di butuhkan oleh pihak pihak yang berkepentingan terhadap usaha atau proyek yang akan di perjalanan.

Menurut Kasmir & Jakfar (2020:14-15) Pihak pihak yang membutuhkan studi kelayakan bisnis ialah:

a. Pemilik Usaha

Para pemilik perusahaan sangat berkepentingan terhadap hasil dan analisis studi kelayakan yang telah dibuat, hal ini disebabkan karna para pemilik tidak mau jika sampai dana yang ditanamkan akan mengalami kerugian.

b. Kreditur

Jika uang tersebut di biayai oleh pinjaman dari bank atau Lembaga keuangan lainnya, maka pihak mereka pun sangat berkepentingan terhadap hasil studi kelayakan yang telah di buat, Bank atau Lembaga keuangan lainnya tidak mau jika sampai kreditnya atau pinjaman yang diberikan akan macet, akibat usaha atau proyek tersebut sebenarnya tidak layak untuk dijalankan.

c. Pemerintah

Bagi pemerintah pentingnya studi kelayakan adalah untuk menyakinkan apakah bisnis yang akan dijalankan akan memberikan manfaat baik bagi perekonomian secara umum. Kemudian bisnis juga harus memberikan manfaat bagi masyarakat luas, seperti penyediaan lapangan pekerjaan.

d. Masyarakat luas

Bagi masyarakat luas dengan adanya bisnis, terutama bagi masyarakat sekitarnya akan memberikan manfaat seperti tersedianya lapangan pekerjaan. Baik bagi pekerja di sekitar lokasi proyek maupun bagi masyarakat lainnya.

e. Manajemen

Hasil studi kelayakan bisnis merupakan ukuran kinerja bagi pihak manajemen perusahaan untuk menjalankan apa-apa yang sudah di tegaskan. Kinerja ini dapat dilihat dari hasil yang telah dicapai, sehingga prestasi kerja bagi pihak manajemen yang menjalankan usaha.

2.2 Aspek Hukum

2.2.1 Pengertian Aspek Hukum

Untuk memulai studi kelayakan bisnis umumnya dimulai dari sisi hukum. Aspek hukum adalah aspek pemeriksaan ketentuan hukum berupa legalitas suatu badan yang harus dilakukan sebelum melakukan usaha, Aspek hukum sangat penting untuk evaluasi karena sebelum memulai suatu usaha, segala perizinan atau persyaratan lain harus di lengkapi terlebih dahulu.

Masalah – masalah yang muncul kadang-kadang begitu penting sehingga upaya yang awalnya diklaim layak dalam segala hal adalah sebaliknya. Hal ini mungkin karena kurangnya ketelitian dalam penelitian dibidang hukum pra-komitmen. Oleh karena itu dalam melakukan analisis hukum ini, harus dilakukan dengan hati-hati, dan hati-hati dalam mencari sumber informasi yang jelas bagi mereka yang memiliki kewenangan untuk mengeluarkan dokumen yang kita inginkan. Bagi mereka yang menyiapkan proyek, hal yang sama berlaku untuk bisnis.

Yuridis adalah hukum atau peraturan yang wajib dipatuhi oleh masyarakat, baik secara tertulis maupun secara lisan. Tujuan dari aspek yuridis atau hukum ialah untuk meneliti keabsahan, keaslian, dan kesempurnaan atas dokumen - dokumen yang dimiliki. Dan penelitian keabsahan dokumen dapat dilakukan sesuai dengan lembaga yang mengeluarkan dan yang mengesahkan dokumen tersebut atau dokumen yang bersangkutan. Bisnis yang akan didirikan harus memperhatikan legalitas, menurut Harahap (2018 : 38-39)

Hal-hal dalam ketentuan ketentuan hukum yang menyangkut pada semua hal legalitas rencana bisnis yang akan dilakukan oleh pengusaha, ialah :

1. Formulir Perizinan dan Surat Pernyataan (dengan materai)
2. KTP Pemilik dan Penanggung Jawab
3. NPWP Pemilik dan Penanggung Jawab
4. NPWP Perusahaan
5. Akte Pendiri Perusahaan
6. KTP dan Surat Kuasa Pengurus
7. Izin Gangguan (HO)

8. Sertifikat Laik Sehat (SLS)
9. Surat Pernyataan Penolahan Lingkungan (SPPL)
10. Upaya Pengelolaan Lingkungan dan Upaya Pemantauan Lingkungan (UKL-UPL)
11. Bukti Kepemilikan Tanah atau Bangunan
12. Proposal Teknis
13. Memastikan Dmsili Usaha Restoran (KHUSUS DKI JAKARTA)

2.2.2 Tujuan Analisis Hukum

Menurut Purnomo dkk (2017:61) ada beberapa spesifik tujuan dari dilaksanakannya analisis aspek hukum pada studi kelayakan bisnis yaitu:

1. Menganalisis legalitas atas usaha yang dijalankan,
2. Menganalisis ketepatan bentuk badan hukum dengan ide bisnis yang akan dilaksanakan
3. Menganalisis kemampuan bisnis yang akan diusulkan dalam memenuhi persyaratan perizinan,
4. Menganalisis jaminan-jaminan yang bisa disediakan jika bisnis akan dibiayai dengan pinjaman.

2.2.3 Jenis-Jenis Badan Usaha

Kegiatan bisnis tidak dapat lepas dari badan usaha dan perizinan yang diperlukan untuk menjalankan usaha. Bentuk badan usaha yang dipilih tergantung pada modal yang dibutuhkan dan jumlah pemilik, Harahap (2018: 43) berikut jenis-jenis badan usaha yang ada di Indonesia, antara lain sebagai berikut:

1. BUMN (Badan Usaha Milik Negara)
BUMN yaitu badan usaha yang semua modalnya ataupun sebagian modalnya dimiliki oleh pemerintah dan status pegawainya bekerja di BUMN adalah pegawai negeri.
 - a. Perjan (Perusahaan Jawatan) untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat sehingga Bentuk BUMN yang semua modalnya dimiliki oleh pemerintah. Badan usaha ini berorientasi pada pelayanan masyarakat.

b. Perum (Perusahaan Umum)

Walaupun perusahaan umum namun perusahaan jenis ini masih dikelola oleh pemerintahan. Karena perusahaan jenis ini sahamnya tidak sepenuhnya milik pemerintah dan tidak sepenuhnya juga milik umum.

c. Persero

Badan usaha yang dikelola pemerintah atau Negara yang bertujuan untuk mencari keuntungan dan untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat hingga persero tidak akan mengalami kerugian.

2. BUMS

BUMS ialah badan usaha yang dimodali maupun didirikan oleh seorang atau kelompok swasta

a. Perusahaan perseorangan

Perusahaan perseorangan merupakan salah satu bentuk usaha yang dimiliki seseorang dan ia bertanggung jawab sepenuhnya terhadap semua resiko dan kegiatan usaha. Menurut Basswasta dalam Harahap (2018:46)

b. Firma

Firma ialah asosiasi yang dibentuk sehingga menjalankan perusahaan dengan nama yang sama dan anggotanya tidak terbatas pada komitmen social dengan pihak ketiga.

c. Persekutuan Komanditer (CV)

Persekutuan komanditer ialah suatu badan usaha yang menghubungkan modal dan dananya dengan dua atau lebih, yang akan dibagi menjadi dua jenis nama anggota. Setiap investor anggota CV masuk dalam kategori investor aktif dan investor pasif. Investor aktif ialah investor yang memberikan modal sekaligus ide atau tenaga untuk kegiatan operasional perusahaan. Investor pasif ialah investor yang hanya menyetorkan modal atau assetnya kepada perusahaan. Untuk pembagian keuntungan akan disepakati oleh kedua belah pihak.

d. Perseroan terbatas (PT)

Perusahaan yang modalnya terdiri dari saham-saham dan tanggung jawab dari sekutu pemegang saham terbatas, yang sesuai dengan jumlah saham yang dimilikinya. Karena modalnya terdiri dari saham-saham dan dapat diperjualbelikan maka perubahan kepemilikan perusahaan bisa dilakukan tanpa perlu membubarkan perusahaan. Harahap(2018-54)

e. Koperasi

Koperasi ialah badan hukum yang beranggotakan orang atau badan hukum yang berlandaskan kegiatan yang berdasar asas kekeluargaan, serta sebagai gerakan ekonomi rakyat

f. Yayasan

menurut undang-undang nomr 16 tahun 2001 tentang yayasan ialah, badan hukum yang terdiri dari kekayaan yang dipisahkan dan diperuntukkan untuk mencapai tujuan tertentu di bidang social, keagamaan, dan kemanusiaan yang tidak mempunyai anggota. Harahap (2018-62)

2.3 Aspek Pemasaran.

2.3.1 Pengertian Dasar Pemasaran

Salah satu kegiatan ekonomi yang telah membantu menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi menentukan harga barang dan jasa dan faktor penting dalam menciptakan nilai adalah produksi, pemasaran dan konsumsi atau suatu aktivitas untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang akan melalui penciptaan proses pertukaran yang saling menguntungkan kedua belah pihak. Dalam kegiatan pemasaran ini, aktivitas pertukaran merupakan hal sentral, definisi yang paling sesuai dengan tujuan tersebut ialah pemasaran yaitu suatu proses social yang manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain, Kotler dalam Eko Purwanto(2020 : 64)

Definisi dari pemasaran ini sendiri ialah bersandar pada konsep inti yang meliputi kebutuhan, keinginan, dan permintaan. Manusia harus terlebih dahulu menemukan kebutuhannya, sebelum ia memenuhinya. Upaya pemenuh kebutuhan tersebut dapat dilakukan dengan membina hubungan, dengan demikian, pemasaran juga dapat dipahami sebagai upaya memuaskan kebutuhan pembeli dan penjual.

2.3.2 Bauran Pemasaran

Salah satu unsur dalam strategi pemasaran adalah bauran pemasara yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan yang berkaitan dengan penentuan perusahaan dalam menyajikan penawaran produk pada satu segmen pasar tertentu, yang termasuk sasaran pasarannya. Menurut Ritonga dkk (2018: 117) terdapat 4 komponen yang dikenal dengan istilah 4-P yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Promotion* (Promosi), dan *Place* (Tempat). Namun seiring dengan perkembangan kondisi pasar sekarang ini yang sangat dinamis, menyebabkan beberapa pakar bidang pemasaran merasa perlu menambahkan 3 komponen lagi, yaitu *People* (Orang), *Process* (Proses), *Physical Evidance* (Bukti Fisik). Sehingga pada bauran pemasaran (Marketing mix) terdapat 7-P

1. *Product* (Produk), ialah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar guna mendapatkan perhatian untuk dibeli, dan digunakan dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan dari konsumen.
2. *Price* (Harga), ialah sejumlah nominal yang diserahkan dalam pertukaran atau memberi untuk mendapatkan barang atau jasa. Mengingat sifatnya yang sangat fleksibel, ada baiknya untuk mengikuti dinamika pasar agar bisa menetapkan harga pada level yang tepat.
3. *Promotion* (Promosi), ialah kegiatan atau berbagai usaha dalam memberikan informasi atau untuk mengenalkan dan meyakinkan konsumen atau pasar terhadap produk/ jasa yang dijual. Atau kegiatan yang harus mampu mengubah persepsi konsumen menjadi positif terhadap bisnis yang kita jalankan.
4. *Place* (Tempat), ialah penentuan lokasi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, tujuan utamanya yaitu agar konsumen mudah menjangkau lokasi yang ada.

5. *People*(orang)

People dalam *marketing mix* dimaksudkan sebagai (Pimpinan dan Staf, Pelanggan serta Pesaing)

6. *Process* (Proses)

Langkah-langkah yang dilakukan antara penjual dan konsumen. Didalamnya meliputi pelayanan serta proses transaksi. Beri pengalaman pelayanan yang memuaskan bagi konsumen lewat teknik agar mereka merasa puas.

7. *Physical Evidance* (Bukti Fisik)

Semua hal yang berbentuk peralatan atau perangkat yang digunakan untuk mendukung berjalanya bisnis kita.

2.3.3 Segmentasi Target Posisi di Pasar

1. Segmentasi pasar

Tindak lanjut dari mendefinisikan pasar sebagai segmen pasar karena sifat pasar yang heterogen, pasar harus di pisah untuk membentuk segmen yang relatif homogeny. Setelah pasar menjadi homogen perusahaan harus membuat keputusan pemilihan sasaran yang lebih jelas. Sugiyanto dkk (2020: 49)

a. Aspek Geografis

Menggambarkan tentang konsumen berdasarkan perbedaan waktu atau tempat seperti, Bangsa, Negara, profinsi, serta kabupaten

b. Aspek Demografis

Menggambarkan tentang Perbedaan terhadap usia, jenis kelamin, serta pendapatan.

c. Aspek Psikografis

Menggambarkan tentang kelas sosial, kepribadian, serta gaya hidup.

d. Aspek Perilaku

Menggambarkan pengelompokan konsumen seperti, mengutamakan manfaat, kualitas, fungsi, ataupun peristiwa tertentu terhadap suatu prodak.

2. Menetapkan Pasar Sasaran

Untuk menetapkan sasaran pasar perusahaan harus melakukan analisis sehingga dapat memutuskan beberapa segmen pasar yang akan dicakup dan kemudian memilih segmen mana yang akan dilayani. Menurut Sugiyanto dan Haryoko (2020:166) dapat dilakukannya analisis menggunakan tiga faktor:

a. Ukuran dan pertumbuhan segmen

Perusahaan harus mengumpulkan menganalisis data tentang penjualan terakhir, lalu proyeksikan laju pertumbuhan penjualan dan margin laba yang diharapkan untuk berbagai segmen.

b. Kemenarikan struktur segmen

Perusahaan mempelajari struktur yang utama yang dapat mempengaruhi daya Tarik segmen dalam jangka panjang serta yang profitabilitas.

c. Sasaran dan sumber Daya,

Perusahaan harus mempertimbangkan tujuan dan sumber dayanya di seluruh segmen pasar. Meski ada segmen yang bagus, namun bisa di jatuhkan jika tidak memiliki prospek jangka panjang. Maka masih perlu mempertimbangkan kemampuan perusahaan dalam menyediakan sumber daya, misalnya keterampilan penempatan staf untuk memasuki pasar lebih baik dari pesaing.

3. Menentukan Posisi Pasar

Dalam menentukan posisi pasar maka ada tiga langkah yang akan dilakukan, yaitu:

- a. Mengidentifikasi keunggulan kompetitif
- b. Memilih keunggulan kompetitif
- c. Mewujudkan dan mengkomunikasikan posisi

2.4 Aspek Teknis dan Teknologi

Meneliti kelayakan perusahaan dengan aspek teknis dan teknologi secara teknis diidentifikasi dari pilihan teknologi tertentu, rencana bisnis dapat dilakukan oleh cara yang layak atau tidak atau tidak cocok. Baik pada saat bangunan proyek dan jumlah campuran. Menurut Suliyanto dalam Purnomo dkk (2017:134) Beberapa hal yang perlu dipahami dalam kaitanya dengan aspek teknis dan teknologi ialah menentukan lokasi bisnis, tata letak (*layout*) bisnis, pemilihan peralatan dan teknologi.

1. Lokasi bisnis

Pemilihan lokasi sangat penting karena lokasi dimana bisnis akan dijalankan akan memiliki pengaruh yang besar terhadap biaya operasional dan investasi.

2. Tata letak (*layout*)

Merupakan keseluruhan bentuk dan penempatan fasilitas pelatihan yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan pelatihan motivasi.

3. Pemilihan peralatan dan teknologi

Dalam pemilihan peralatan dan teknologi merupakan hal yang penting, karena kesalahan dalam pemilihan peralatan dan teknologi yang digunakan akan menimbulkan kerugian.

2.5 Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia adalah sumber daya organisasi yang memiliki peran penting dalam mencapai tujuannya. Banyak pendapat mengatakan bahwa faktor penentu dalam memenangkan persaingan bisnis ialah sumber daya manusia. Itu berarti sumber daya manusia dapat terus menerus mampu mengembangkan diri secara proaktif. Sejalan dengan perkembangannya yang semakin menarik perhatian banyak orang, bahkan sekarang sudah menjadi asset yang berharga dan perlu dijaga.

2.5.1 Perencanaan Dasar Sumber Daya Manusia

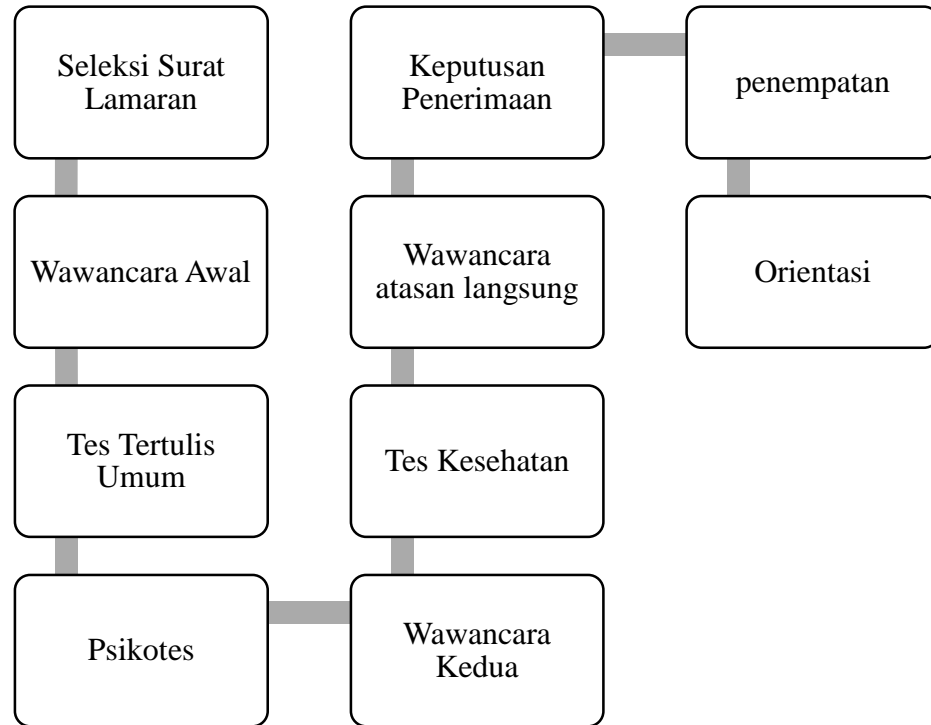
Perencanaan sumber daya manusia merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mengantisipasi permintaan bisnis dan lingkungan pada organisasi pada waktu yang akan datang dan untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja yang ditimbulkan oleh kondisi-kondisi tersebut. Sobana (2018: 175)

Menurut Dewi dan Harjoyo (2019:12-13) peranan perencanaan dari sumber daya manusia semakin penting untuk dilaksanakan karena perubahan terus terjadi,

1. Seleksi penerimaan karyawan

Artinya memilih karyawan yang sesuai dengan persyaratan yang di tetapkan, agar proses seleksi mendapat hasil yang baik, maka perlu dilakukan tahapan seleksi. Tujuannya adalah dengan terpilihnya karyawan setelah melalui tahap seleksi, maka akan mendapatkan karyawan yang mau dan mampu untuk bekerja sesuai dengan bidang pekerjaannya, namun karyawan yang tidak lolos pada tahapan tertentu akan di anggap tidak memenuhi syarat dan tidak diperbolehkan mengikuti tahapan selanjutnya. Dengan demikian, jumlah setiap langkah akan berkurang karena pasti ada beberapa langkah yang gagal dan tidak menghormati nilai standar yang dipertahankan. Menurut R.Supomo dan Eti Nurhayati, dalam Harjoyo dan Dewi (2019:31) ada beberapa definisi seleksi menurut beberapa ahli, ialah:

- a. Menurut James A.F Stoner, proses seleksi meliputi penilaian dan penetapan diantara calon-calon pengisi jabatan. Aplikasi dari penilaian, wawancara, dan pengecekan referensi ialah yang biasa digunakan dalam penetapan keputusan seleksi.
- b. Menurut Dale Yoder, seleksi ialah suatu proses ketika calon karyawan di bagi menjadi dua karyawan, yaitu yang akan di terima dan di tolak
- c. Melayu S.P Hasibuan menjelaskan bahwa seleksi adalah suatu kegiatan pemilihan dan penentuan pelamar yang di terima dan di tolak untuk menjadi karyawan pada perusahaan. Seleksi ini di dasarkan kepada spesifikasi tertentu dari setiap perusahaan yang bersangkutan.



Gambar 2.1
Tahapan Proses Seleksi

2. Penempatan karyawan

Menempatkan orang yang tepat pada tempat yang tepat merupakan keputusan yang harus diambil secara cermat oleh manajemen perusahaan karena penataan karyawan mengikuti tahapan seleksi yaitu menempatkan calon yang potensial untuk diterima pada jabatan dan pekerjaan yang membutuhkan dan sekaligus melimpahkan tanggung jawab tugas dari jabatan yang bersangkutan kepada calon pegawai.

3. Pengembangan karyawan

Nilai penting dari pengembangan karyawan adalah mengembangkan kemampuan karyawan agar lebih kompeten dalam bekerja, sehingga dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan mereka dibidang lain. Selain itu juga sangat membantu dalam meningkatkan motivasi dan loyalitas karyawan kepada perusahaan. Pengembangan seringkali dipandang sebagai peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan pendidikan.

Tujuan dari pengembangan menurut Hasibuan dalam Dewi dan Harjoyo (2019:48-49), ialah:

a. Produktivitas kerja

Dengan pengembangan, produktivitas kerja karyawan akan meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi menjadi semakin baik karena *technical skill*, *human skill*, dan *managerial skill* karyawan semakin terasah.

b. Efisiensi

Pengembangan karyawan bertujuan untuk meningkatkan efisiensi tenaga, waktu, bahan baku, serta biaya produksi relative kecil agar daya saing perusahaan semakin besar.

c. Kerusakan

Pengembangan bertujuan untuk mengurangi kerusakan properti, produksi dan mesin. Karena keahlian karyawan semakin baik dan terampil dalam melaksanakan pekerjaan.

d. Kecelakaan

Pengembangan karyawan, bertujuan untuk mengurangi tingkat kecelakaan karyawan sehingga jumlah biaya pengobatan karyawan semakin berkurang

e. Pelayanan

Pengembangan karyawan, dalam hal pelayanan bertujuan untuk meningkatkan pelayanan yang lebih baik dari karyawan kepada nasabah perusahaan. Karena pemberian pelayanan yang baik merupakan daya penarik yang sangat penting bagi rekan-rekan perusahaan bersangkutan.

f. Moral

Melalui pengembangan, moral karyawan lebih baik karena keahlian dan keterampilan sesuai dengan pekerjaan sehingga mereka antusias untuk menyelesaikan pekerjaan dengan baik.

g. Karier

Melalui pengembangan, ini kesempatan untuk meningkatkan karir karyawan semakin besar, karena keahlian, keterampilan dan prestasi kerja menjadi lebih baik.

h. Konseptual

Dengan pengembangan, karyawan menjadi semakin cakap dan cepat dalam mengambil keputusan yang lebih baik.

i. Kepemimpinan

Melalui pengembangan, kepemimpinan seorang manajer akan menjadi lebih baik, *human relation*-nya lebih luwes, motivasinya lebih terarah sehingga pembinaan kerjasama baik secara vertical maupun horizontal menjadi harmoni.

j. Balas jasa

Dengan pengembangan, balas jasa karyawan akan meningkat karena prestasi kerja mereka semakin besar.

k. Konsumen

Pengembangan karyawan akan memberikan manfaat yang baik bagi masyarakat konsumen karena mereka akan memperoleh barang atau pelayanan yang lebih bermutu.

2.5.2 Kompensasi

Secara umum kompensasi dapat di gambarkan sebagai bentuk imbalan jasa untuk karyawan sebagai bentuk penghargaan terhadap kontribusi mereka untuk perusahaan. Karna pada dasarnya, orang bekerja dengan tujuan hidup mereka. Seorang karyawan akan bekerja dan menunjukkan loyalitas kepada perusahaan, oleh karena itu perusahaan juga memberikan penghargaan atas prestasi kerja karyawan tersebut dengan pemberian kompensasi. Dengan kompensasilah manajemen perusahaan akan memotivasi karyawan agar berprestasi dalam kerja seraya meningkatkan kinerjanya.

1. Tujuan pemberian kompensasi

Secara keseluruhan, kompensasi dimaksudkan untuk membantu perusahaan mencapai tujuan strategisnya, berhasil dalam bisnis, dan memastikan ekuitas internal dan eksternal. Karena sistem kompensasi itu memperkuat nilai organisasi utama dan memfasilitasi pencapaian organisasi.

Menurut Enny (2019:37-38) tujuan manajemen kompensasi yang efektif meliputi:

- a. Memperoleh SDM yang berkualitas
Kompensasi yang cukup tinggi sangat dibutuhkan untuk memberi daya Tarik pelamar.
- b. Mempertahankan karyawan yang ada
Karyawan dapat keluar jika besaran kompensasi tidak kompetitif, dan akibatnya akan menimbulkan perputaran karyawan yang semakin tinggi dalam perusahaan
- c. Menjamin keadilan
Manajemen kompensasi selalu berusaha agar keadilan internal dan eksternal dapat terwujud
- d. Penghargaan terhadap perilaku yang diinginkan
Pemberian kompensasi hendaknya memperkuat perilaku yang diinginkan dan bertindak sebagai insentif untuk perbaikan perilaku masa depan.
- e. Mengendalikan biaya
Sistem kompensasi yang rasional membantu perusahaan memperoleh dan mempertahankan para karyawan dengan biaya yang beralasan.

2. Jenis-jenis pemberian kompensasi

Ada banyak jenis kompensasi yang diberikan perusahaan terhadap karyawan. Namun garis besar kompensasi dibagi menjadi dua macam saja, yaitu:

1. Kompensasi langsung (*direct Compensation*)

a. Gaji

Balasan jasa yang dibayarkan secara periode kepada karyawan tetap serta mempunyai jaminan yang pasti.

b. Upah

Balas jasa yang diberikan pekerja harian dengan pedoman atas perjanjian yang disepakati membayarnya. Upah tidak sama dengan gaji, jika gaji dibayarkan rutin dan tetap, sedangkan upah jumlahnya dapat berubah-ubah tergantung pada keluaran yang dihasilkan dan sesuai dengan kesepakatan.

c. Insentif

Merupakan imbalan langsung yang dibayarkan kepada karyawan karena kinerjanya melebihi standar yang ditentukan.

2. Kompensasi tidak langsung (*Fringe benefit*)

Adalah kompensasi tambahan yang diberikan berdasarkan kebijakan perusahaan terhadap semua karyawan sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan para karyawan. Seperti asuransi, tunjangan, uang pensiun, dan lain-lain.

2.5.3 Pemberhentian

Pengakhiran atau pemutusan (PHK) adalah menghentikan hubungan kerja suatu perusahaan dengan karyawannya yang disebabkan oleh sesuatu yang membutuhkan hak-hak kewajiban untuk mengakhiri antara pengusaha (perusahaan) dengan pekerjanya. Pemberhentian yang dilakukan perusahaan harus berdasarkan dengan Undang – undang No 12 Tahun 1964 KUHP dan sejjin P4D atau P4P atau dengan keputusan pengadilan. Pemberhentian yang berdasarkan Undang – undang haruslah berperikemanusiaan dan menghargai pengabdian yang diberikan kepada perusahaan, misalnya memberikan uang pensiunan atau pesangon.

Menurut Hasibuan dalam Masram dan Mu'ah (2017:49-51) menyebutkan beberapa alasan-alasan karyawan diberhentikan dari perusahaan, ialah:

a. Undang – undang

Undang-undang dapat menyebabkan seorang karyawan dapat diberhentikan dari perusahaan, antara lain anak-anak karyawan WNA, karyawan yang terlibat organisasi terlarang, dan karyawan yang dihukum akibat perbuatannya yang melanggar hukum.

b. Keinginan perusahaan

Perusahaan ingin melakukan pemberhentian terhadap karyawan berdasarkan karyawan sudah berusia lanjut yang tidak memiliki keuntungan lagi buat perusahaan, atau karyawan tersebut merugikan perusahaan seperti korupsi.

c. Keinginan karyawan

Karyawan yang menginginkan sendiri untuk berhenti dari perusahaan karena kurang mendapat kepuasan kerja di perusahaan yang bersangkutan. Misalnya jasanya rendah, lingkungannya kurang baik atau perlakuan kurang baik

d. Pensiun

Pensiun adalah pemberhentian karyawan atas keinginan dari perusahaan, undang-undang ataupun dari karyawan itu sendiri. Keinginan perusahaan mengurangi karyawan dikarenakan usia lanjut mengakibatkan produktivitas kerjanya rendah, cacat fisik, kecelakaan dalam melaksanakan pekerjaan.

e. Kontrak Kerja Berakhir

Karyawan kontrak akan di berhentikan apabila kontrak kerja sudah berakhir.

f. Meninggal dunia

Karyawan yang meninggal dunia dengan otomatis hubungan kerja dengan perusahaan akan terputus. Perusahaan tersebut akan memberikn pesangon atau uang pensiun bagi keluarga yang ditinggalkanya sesuai dengan peraturan yang ada.

g. Perusahaan dilikuidasi

Dalam hal terjadi likuidasi perusahaan, hal pemberihentian karyawan diatur dalam peraturan perusahaan, perjanjian bersama dan peraturan perundang-undang yang berlaku. Untuk menentukan suatu perseroan dilikuidasi atau dinyatakan pailit, harus didasari pada peraturan perundang – undangan.

2.6 Aspek Keuangan

2.6.1 Tujuan Studi Aspek Keuangan

Kajian aspek keuangan dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sumber keuangan dan arus kas yang diharapkan dari suatu proyek bisnis, dan untuk mengetahui apakah rencana bisnis tersebut layak atau tidak. Selain itu kajian aspek keuangan juga bertujuan untuk menentukan rencana investasi dengan menghitung biaya dan manfaat yang diharapkan dengan membandingkan biaya dan pendapatan, seperti ketersediaan modal awal, biaya investasi awal dan kemampuan pengembalian modal tersebut. Serta untuk menilai apakah proyek dapat terus berkembang.

2.6.2 Kebutuhan Dana dan Sumbernya

Agar dapat membiayai suatu investasi, umumnya diperlukan dana yang relative besar, dana ini dapat diambil dari berbagai sumber, seperti modal sendiri atau utang, atau keduanya. Pilihan untuk menggunakan modal sendiri atau utang atau kombinasi dari keduanya tergantung pada jumlah modal yang diperlukan atas kebijaksanaan pemilik bisnis. Menurut Adnyana (2020:92) Modal dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu modal inter dan modal ekstern

1. Modal Intern

Modal yang berasal dari intern adalah modal atau dana yang dibentuk atau dihasilkan sendiri di dalam perusahaan, alasan perusahaan menggunakan sumber dana intern karena:

- a. Dengan adanya dana yang berasal dari dalam perusahaan, maka perusahaan tidak mempunyai kewajiban untuk membayar bunga.
- b. Setiap saat tersedia jika dibutuhkan
- c. Dana yang tersedia sebagian telah memenuhi kebutuhan dana perusahaan.
- d. Biaya pemakaian relative murah.

Sumber dana inter adalah sumber dana yang dibentuk atau dihasilkan sendiri didalam perusahaan antara lain terdiri dari laba ditahan dan penyusutan.

2. Modal Ekstern

Modal yang berasal dari sumber ekstern ialah modal yang bersumber dari luar perusahaan. Alasan perusahaan menggunakan sumber dana dari ekstern, ialah:

- a. Jumlah dana yang digunakan tidak terbatas
- b. Dapat dicari dari berbagai sumber
- c. Dapat bersifat fleksibel

Sumber-sumber ekster perusahaan ialah, *Supplier*, bank, dan pasar modal.

a. *Supplier*

Supplier memberikan dana kepada suatu perusahaan dalam bentuk penjualan barang secara kredit, baik untuk jangka pendek maupun jangka menengah.

b. Bank

Bank adalah lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan antara pihak yang memiliki dana, serta sebagai lembaga yang berfungsi memperlancar lalu lintas pembayaran.

c. Pasar Modal

Pasar modal ialah suatu lembaga yang mempertemukan dua kelompok yang saling berhadapan tetapi yang kepentingannya saling mengisi. Jadi fungsi dari pasar modal ialah mengalokasikan secara efisien arus dana dari unit ekonomi yang mempunyai surplus tabungan kepada unit ekonomi yang mempunyai defisit tabungan.

2.6.3 Biaya Kebutuhan Investasi

Investasi ialah dukungan atau persetujuan dari sejumlah total dana atau sumber modal lain yang dibuat pada atau sebelum masa pendirian usaha untuk tujuan memperoleh keuntungan di masa depan. Menurut Harahap (2018:130) mengelompokkan komponen biaya kebutuhan investasi secara umum, yaitu :

- a. Biaya Prainvestasi
 - 1) Biaya Pembuatan Studi
 - 2) Biaya pengurusan izin-izin

- b. Biaya pembelian aktiva tetap
 - 1) Aktiva tetap berwujud
 - a) Tanah
 - b) Mesin
 - c) Peralatan, Dll
 - 2) Aktiva tetap tidak berwujud
 - d) Goodwill
 - e) Hak cipta, dll
- c. Biaya Operasional
 - 1) Upah karyawan
 - 2) Biaya listrik
 - 3) Pajak, dll

2.6.4 Proyeksi Rugi-Laba

Proyeksi rugi Laba merupakan gambaran untuk melihat kemungkinan bagaimana memperoleh keuntungan atau kerugian pada tiap tahun. Untuk membuat perkiraan laba rugi, perusahaan harus terlebih dahulu menghitung proyeksi nilai jual, biaya produksi, dan biaya operasi. Biaya operasional adalah biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan kantor dan pemasaran produk. Biaya produk dan operasi juga dapat dikelompokkan menjadi variabel dan biaya tetap

2.6.5 Proyeksi Arus Kas

Proyeksi arus kas sangat berguna untuk menyusun proyeksi neraca. Arus kas merupakan catatan dari penerimaan dan pengeluaran kas dalam satu periode tertentu. Selisih antara keduanya (masuk dan keluar) biasa disebut dengan arus kas bersih.

2.6.6 Kriteria Penilaian Investasi

Kriteria-kriteria yang biasa digunakan untuk menilai investasi ialah sebagai berikut: harahap (2018:132-135)

- a. NPV (*net present value*)
merupakan metode analisis keuangan yang memasukkan faktor nilai waktu uang karena nilai uang akan bertambah sejalan dengan jalannya waktu

$$NPV = PVAKB - PVI$$

Keterangan :

PVAKB = Present Value Arus Kas Bersih

PVI = Present Value Investasi

NPV

Jika NPV (+) investasi di terima

Jika NPV(-) investasi ditolak

b. *Internal rate of return*(IRR)

Alat untuk mengukur tingkat pengembalian modal sendiri yang dipergunakan dalam menjalankan usaha.

$$IRR = P1 - C1 \times \frac{P1 - P2}{C1 - C2}$$

Keteranngan

R= *Internal rate* yang dicari

P1 = tingkat bunga ke-1

P2 = tingkat bunga ke-2

C1 = NPV ke-1

C2 = NPV ke-2

Ketentuan untuk mengambil keputusan dengan menggunakan IRR ialah sebagai berikut :

1. Apabila IRR lebih besar daripada tingkat biaya modal yang diperhitungkan, proyek investasi layak untuk dilaksanakan.
2. Apabila IRR lebih kecil daripada tingkat biaya modal, proyek investasi tersebut ditolak.

c. *Break Even Poin(BEP)*

BEP ialah suatu tingkat produksi dimana total *revenue* sama dengan *total cost* (TR=TC) atau bisa disebut dengan titik impas. (Harahap: 131), Terdapat tingkatan BEP dilihat dari tiga segi, yaitu

1. Jumlah produksi

Bertujuan untuk mengetahui jumlah produksi yang menghasilkan profit serta jumlah produksi yang dapat menghasilkan maximum profit (MR-MC)

2. Waktu

Untuk mengetahui berapa lama usaha yang direncanakan dapat menutupi modal atau segala biaya yang dikeluarkan.

3. Jumlah biaya

Maksudnya jumlah biaya yang dikeluarkan berada dalam keadaan BEP.

d. *Pay back period (PP)*

Apabila kas bersih setiap tahun sama (PP)

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih/th}} \times 12 \text{ bulan}$$

e. Metode *Profitability Index (PI)*

Metode *Profitability Index (PI)* ini caranya adalah dengan menghitung melalui perbandingan antara nilai sekarang (*Present Value*) dari rencana penerimaan – penerimaan kas bersih dimasa yang akan datang dengan nilai sekarang (*Present Value*) dari investasi yang telah dilaksanakan jadi *Profitability Index* dapat dihitung dengan membandingkan antaar PV kas masuk dengan PV kas keluar.

2.6.7 Analisis rasio keuangan

Analisis rasio keuangan ialah analisis alat prestasi perusahaan yang menggambarkan berbagai hubungan dan indikator keuangan. Analisis rasio keuangan bertujuan untuk menunjukkan perubahan dalam kondisi keuangan-keuangan masa lalu atau pencapaian penambangan masa lalu dan menjelaskan tren perubahan model untuk menunjukkan risiko dan peluang modal yang tersedia di perusahaan terkait tersebut atau yang melekat pada perusahaan yang bersangkutan tersebut.

Menurut Munawir dalam Sobana (2018:260) rasio menggambarkan suatu hubungan atau pertimbangan antara suatu jumlah tertentu dan jumlah yang lain untuk menilai baik atau buruknya keadaan atau posisi dari keuangan suatu perusahaan tersebut.

2.7 Pengukuran menggunakan rasio keuangan

2.7.1 Analisis Rasio Likuiditas (*Liquidity Ratio*)

Rasio Likuiditas ialah rasio yang digunakan dalam mengukur seberapa liquidnya sesuatu perusahaan, dengan membandingkan seluruh komponen yang ada di aktiva lancar dengan komponen di pasiva lancar, atau lebih mudahnya untuk mengukur kemampuan sebuah perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Sobana (2018:262)

a. *Current Ratio*(CR)

Current Ratio (Rasio lancar) ialah perbandingan antara jumlah aktiva lancar dan utang lancar. Menunjukkan tingkat keamanan kreditor jangka pendek atau kemampuan perusahaan untuk membayar hutang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Current Ratio (CR)} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

b. *Quick Ratio*

Untuk mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan persediaan. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Quick Rasio} = \frac{(\text{aktiva Lancar} - \text{Persediaan})}{\text{Utang lancar}} \times 100\%$$

c. *Inventori to Net working Capital*

Yaitu rasio yang mengukur atau membandingkan antara jumlah persediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Inventori to NWC} = \frac{\text{Inventory}}{\text{Current Asset} + \text{Current Liabilities}}$$

d. *Cash ratio*

Yaitu alat untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar hutang. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Cash or Cash Equivalent}}{\text{Current Liabilities}} \text{ atau } \text{Cash ratio} = \frac{\text{kas} + \text{Bank}}{\text{Current Liabilities}}$$

2.7.2 Analisis Rasio Solvabilitas atau Leverage Ratio

Kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan apabila perusahaan tersebut dilikuidasi, baik kewajiban keuangan jangka pendek maupun jangka panjang, atau rasio yang digunakan dalam mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang.

Keuntungan dengan mengetahui Solvabilitas atau Leverage Ratio ialah: Harahap(2018:138)

- 1) Dapat menilai kemampuan perusahaan terhadap kewajiban terhadap pihak lain.
- 2) Menilik kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap.
- 3) Mengetahui keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dan modal.

a. *Debt to Equity Rasio*

Debt to Equity Rasio yaitu untuk mengetahui perbandingan antara total utang dengan modal sendiri. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Rasio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$$

b. *Debt Assets Ratio*

Debt Total Assets Ratio ialah perbandingan antara total utang (utang lancar dan utang jangka panjang) dan total aktiva. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Debt to Total Assets Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

c. *Long Term Debt to Equity Ratio*

Ialah rasio antara hutang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya untuk mengukur berapa bagian dari setiap modal sendiri yang dijadikan jaminan hutang. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$\text{LTDER} = \frac{\text{long Term Debt}}{\text{Equity}} \times 100$$

d. *Tangible Aseet debt Coverage*

Yaitu rasio yang digunakan untuk mengetahui rasio antara aktiva tetap berwujud dengan hutang jangka panjang. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$\text{TADC} = \frac{\text{Fixed Asset}}{\text{Hutang Jangka Panjang}} \times 100\%$$

e. *Current liabilities to net worth*

Yaitu rasio antara hutang lancar dengan modal sendiri, hal ini untuk menunjukkan bahwa dana pinjaman yang segera akan ditagih. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Current Libilities to ne work} = \frac{\text{current Liabilities}}{\text{Equity}}$$

2.7.3 Rasio aktivitas (*activity ratio*)

a. Perputaran piutang

Rasio yang digunakan dalam mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode. Semakin tinggi rasio menunjukkan bahwa modal kerja yang ditanamkan dalam piutang semakin rendah. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Turnover receivable} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Rata – rata Piutang}}$$

b. Perputaran persediaan

Yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanam dalam persediaan ini berputar dalam satu period. Cara pencariannya yaitu dengan membandingkan antara harga pokok barang yang dijual dengan rata-rata persediaan.

$$\text{Inventory turnover} = \frac{\text{Harga pokok Barang Yang Dijual}}{\text{Rata – rata Persediaan}}$$

c. *Working capita turnover*

Yaitu rasio yang digunakan untuk mengetahui berapa penjualan yang dapat di peroleh atas setiap modal kerja yang digunakan. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$\text{NWCTurnover} = \frac{\text{Net Sales}}{\text{Working Capital}}$$

d. *Fixxed asset turnover*

Yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur semua penggunaan aktiva perusahaan. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Asset turnover} = \frac{\text{Sales}}{\text{Total Asset}}$$

2.7.4 Analisis Rasio Rentabilitas

Analisis rasio rentabilitas ialah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba perusahaan selama suatu periode tertentu. Hal ini dapat diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivitya secara produktif.

a. Profit margin

Rasio ini diukur antara profit margin dengan penjualan. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Net profit margin} = \frac{\text{Net Profit After Tax (EAT)}}{\text{Net Sales}} \times 100\%$$

b. *Return on Investment* (ROI)

Return on Investment yaitu mengukur tingkat kembalian investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Net of Return on Investment} = \frac{\text{Laba Bersih (setelah pajak)}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

c. *Return on Equity*(REO)

Return on Equity ialah untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Adapaun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\text{REO} = \frac{\text{Total bersih (setelah pajak)}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$$

2.7.5 Penelitian terdahulu

Penelitian yang dilakukan Windias Farah Nabila dan Rita Nurmalina (2019) yang berjudul: “Analisis Kelayakan Usaha Minyak Serai Wangi Pada Kondisi Risiko di PT. Musim Panen Harmonis”,

PT. Musim Panen Harmonis ialah perusahaan yang memproduksi minyak sereh wangi. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui kelayakan usaha ini baik secara non-finansial dan finansial dari kondisi normal atau kondisi resiko. Metode penelitian yang digunakan meliputi analisis kelayakan aspek non-finansial, aspek finansial, dan aspek sekenario dengan penilaian resiko. Berdasarkan analisis pada usaha PT.Musim

Panen Harmonis layak secara aspek non-finansial dan aspek finansial. Pada kondisi normal nilai dari NPV ialah sebesar RP. 7.415.711.072, IRR sebesar 14.02 persen, Net/BC sebesar 1,65 dan *payback period* selama 9 tahun 1 bulan. Hasil analisis risiko usaha terhadap risiko produksi dan harga output juga dinyatakan layak secara aspek finansial kriteria investasi terhadap kondisi tertinggi dan kondisi terendah.

Penelitian yang dilakukan Gerry Anugrah Dwiputra (2017) yang berjudul: “Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Rumah Makan Krebo Jantan” Tujuan dari penelitian ini ialah mengetahui kelayakan usaha pada rencana pengembangan bisnis makanan dengan batasan penelitian pada penilaian aspek pasar dan aspek keuangan. Metode yang digunakan ialah *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) untuk aspek pasarnya sedangkan untuk aspek keuangan menggunakan metode NPV, IRR, PBP, objek dalam wawancara dan kuesioner ialah pemilik usaha dan warga sekitar tempat usaha yang berada di daerah Cilegon, Banten.

Hasil dari penelitian aspek pasar menunjukkan Rumah Makan Krebo Jantan memiliki *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* yang telah di analisis dan diantisipasi dampak resikonya dengan baik. lalu pada aspek keuangan menunjukkan hasil dari *Metode net Present Value*(NPV) Rp 29.577.421 *Metode Internal Rate of Return*(IRR) 20,494% dan *metode Payback period*(PBP) menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mengembalikan seluruh biaya investasi adalah 4 tahun 8 bulan. Hasil dari analisis finansial menunjukkan bahwa semua kriteria kelayakan secara finansial sudah terpenuhi, sehingga pengembangan usaha layak dilaksanakan dengan kondisi yang masih normal.

Penelitian yang dilakukan Eko Suwito Handjojo, Rizal Syarief dan Sugiyono (2017) yang berjudul: Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Teh Papua (*Vernonia amygdalina*).

Tujuan dari penelitian ini ialah menganalisis kelayakan usaha pendirian industri kecil teh papua, teh papua ialah salah satu kearifan lokal tanah papua dimana tanaman ini telah digunakan turun temurun untuk mengatasi wabah malaria dan penyakit gula darah kronis. Metode dari penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Dan proses pengambilan datanya melalui observasi, survey, dan wawancara terhadap pelaku usaha. Untuk aspek keuangan dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa untuk *Net Present*

Value (NPV) Rp 316.068.835 Internal Rate of Return (IRR) 45,17% Net Benefit Cost Ratio(Net B/C) 2,48 Payback Period(PBP) menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mengembalikan seluruh biaya investasi ialah 2 tahun 8 bulan. Dan hasil dari analisis finansial menunjukkan bahwa semua kriteria kelayakan secara finansial sudah terpenuhi. Sehingga pengembangan usaha layak untuk dilaksanakan.

Tabel 2.1 penelitian terdahulu

Peneliti	Judul	Hasil
Windias Farah Nabila dan Rita Nurmalina (2019)	Analisis Kelayakan Usaha Minyak Serai Wangi Pada Kondisi Risiko di PT.Musim Panen Harmonis	<ul style="list-style-type: none"> • NPV sebesar Rp 7.415.711.072 • IRR 14,02 persen • Net B/C 1,65 • <i>Payback period</i> 9 tahun 1 bulan
Gerry Anugrah Dwiputra(2017)	Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Rumah Makan Krebo jantan	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Net Present Value (NPV)</i> Rp 29.577.421 • <i>Metode internal Rate of Return (IRR)</i> 20,494% • <i>Metode Payback Period (PP)</i> 4tahun 8 bulan.
Eko Suwito Handjojo, rizal Syarief dan Sugiyono (2017)	Analisis Kelayakan Bisnis Usaha The Papua (<i>Vernonia amygdalina</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Net Present Value(NPV)</i> Rp 316.068.835 • <i>Internal Rate of Return (IRR)</i> 45% • <i>Net Benefit Cost Ratio (net B/C)</i> 2,48 • <i>Payback period(PBP)</i> 2,8 atau 2 tahun 8 bulan

2.8 Kerangka berfikir

Tabel: 2.2 Kerangka Berfikir

