

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

Sebelum melakukan atau menjalankan sebuah bisnis, maka seorang pengusaha seharusnya mengetahui atau mempelajari bisnis yang akan dijalankan layak atau tidak layak untuk dilaksanakan. Maka dibuatlah sebuah studi kelayakan bisnis atau yang sering disebut studi kelayakan proyek, yang bertujuan untuk mengetahui, apakah usaha yang akan dijalankan atau usaha yang telah dijalankan dapat berjalan atau bertahan atau bertahan serta dikembangkan. Sebagai landasan untuk menerangkan studi kelayakan bisnis Steam Motor JALANLAIN.ID Kota Bogor. Untuk menjelaskan topik penelitian, penulis mengkompilasi dan mengutip beberapa pengertian atau teori—teori dari pemikiran para ahli.

2.1.1. Studi Kelayakan Bisnis

Kasmir dan Jakfar (2020:6) menjelaskan bahwa kelayakan bisnis ialah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. Juga dijelaskan bahwa kelayakan artinya penelitian mendalam dilakukan untuk menentukan apakah bisnis atau bidang yang akan dijalankan akan menghasilkan lebih banyak keuntungan daripada biaya yang dikeluarkan.

Analisis studi kelayakan bisnis merupakan penelitian tentang dapat tidaknya suatu proyek (biasanya merupakan proyek investasi) dilaksanakan dengan berhasil. Salah satu tujuan dilakukannya studi kelayakan bisnis adalah untuk mencari jalan keluar agar dapat meminimalkan hambatan dan risiko yang mungkin timbul dimasa yang akan datang. Mengapa hal ini dilakukan karena dimasa yang akan datang penuh dengan ketidakpastian. Dengan kata lain, studi kelayakan bisnis akan memperhitungkan hal-hal yang akan menghambat atau peluang dari investasi yang akan dijalankan. Jadi dengan adanya studi kelayakan bisnis minimal dapat memberikan pedoman atau arahan kepada usaha yang akan dijalankan nantiya (Kasmir dan Jakfar, 2020: 2-3).

Analisis kelayakan finansial berguna untuk melihat usaha dikembangkan dapat memberikan profit keuntungan atau tidak mendapatkan keuntungan serta apakah layak secara ekonomi. Pengkajian tentang aspek finansial berupa perhitungan berapa

besarnya biaya yang dibutuhkan untuk merealisasikan usaha, penentuan jumlah modal yang diperlukan dan penentuan penggunaan modal secara efisien dengan harapan untuk mendapatkan keuntungan yang optimal. Analisis kelayakan finansial untuk mengetahui gambaran usaha ke depan dan menjaga keuntungan yang bisa diperoleh.

Bisnis merupakan usaha yang tujuan utamanya adalah untuk memperoleh keuntungan atau laba. Keuntungan yang dituju adalah keuntungan finansial. Jumingan (2018:3) mengemukakan Studi kelayakan bisnis, juga disebut studi kelayakan proyek, adalah studi tentang kemampuan suatu proyek, biasanya investasi, untuk berhasil.

2.1.2. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Mengapa perlu adanya studi kelayakan sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan. Ini berarti bahwa jika proyek atau usaha ini dilaksanakan, mereka tidak akan sia-sia. Menurut Adnyana (2020:10). Sebelum usaha atau proyek dimulai, studi kelayakan harus dilakukan untuk mencapai lima tujuan:

1. Menghindari Risiko Kerugian

Karena adanya ketidakpastian di masa depan, kondisi ini yang diramalkan akan terjadi atau memang dengan sendirinya terjadi, studi kelayakan harus dilakukan untuk mengurangi risiko kerugian di masa depan atau untuk meminimalkan risiko yang tidak kita inginkan.

2. Memudahkan Perencanaan

Berapa jumlah dana yang diperlukan, kapan proyek atau bisnis akan dimulai, dan di mana lokasi yang akan dibangun, mau seperti apa dan bagaimana menjalankannya, siapa yang akan melaksanakan dan berapa besar keuntungan yang nanti akan diperoleh.

3. Mempermudah Pelaksanaan Pekerjaan.

Dengan berbagai macam rencana yang sudah dibuat akan mempermudah operasi bisnis. Para pelaksana memiliki pedoman yang harus diikuti. Pengerjaan usaha dapat dilakukan secara sistematis untuk mencapai tujuan dan sesuai dengan rencana. Untuk menyelesaikan setiap tahap, rencana itulah yang dijadikan acuan.

4. Memudahkan Pengawasan

Ini akan menjadi lebih mudah bagi perusahaan untuk mengawasi bagaimana proyek atau usaha berjalan sesuai dengan rencana. Pengawasan ini dilakukan untuk memastikan bahwa pelaksanaan usaha tidak menyimpang dari rencana.

5. Memudahkan Pengendalian

Jika pengawasan telah dilakukan, suatu kesalahan akan mudah ditemukan dan diatasi. Tujuan pengendalian adalah untuk mengembalikan pekerjaan yang melenceng ke jalan yang benar agar tujuan perusahaan dapat dicapai.

2.1.3. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis

Pihak-pihak yang berkepentingan dengan analisis proyek dalam kaitan dengan pembuatan studi kelayakan bisnis bisa dikelompokkan menjadi tiga, yaitu investor, kreditor, dan pemerintah. Pihak-pihak yang berkepentingan dalam hal ini adalah pihak-pihak yang bisa memanfaatkan studi kelayakan bisnis. Jumingan (2018:277) menyatakan bahwa manfaat dari adanya studi kelayakan bisnis adalah:

1. Manfaat bagi investor

Investor yang sebagai pemilik bisnis nantinya atau sebagai pemegang saham) akan lebih memperhatikan prospek usaha tersebut. Tingkat keuntungan yang diharapkan dari investasi bersama dengan risiko investasi dikenal sebagai prospek. Hubungan positif antara risiko investasi dan keuntungan ada: lebih banyak risiko investasi, lebih banyak keuntungan yang diminta oleh para investor.

2. Manfaat bagi kreditor

Kreditor asing, seperti Bank Dunia, harus melakukan studi kelayakan proyek untuk menilai prospeknya agar mereka dapat memberikan pinjaman.

3. Manfaat bagi pemerintah

Manfaat proyek bagi ekonomi nasional lebih penting bagi pemerintah, apakah itu menghemat devisa, menambah devisa, atau menciptakan lebih banyak kesempatan kerja. Manfaat tersebut terutama berkaitan dengan mengatasi masalah yang dihadapi negara tersebut. Pemerintah melakukan penilaian proyek untuk membantu dalam pengambilan keputusan tentang fasilitas apa yang akan diberikan kepada proyek. Misalnya, mengurangi pajak, subsidi, jaminan, dan insentif lainnya.

2.1.4. Tahapan Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan metode ilmiah. Salah satu syarat metode ilmiah adalah sistematis. Salah satu metode ilmiah, studi kelayakan bisnis biasanya terdiri dari beberapa langkah, yaitu (Sulastri, 2016:20-22):

1. Penemuan Ide

Produk yang akan dibuat berpotensi menguntungkan. Oleh karena itu, kebutuhan pasar dan produk proyek harus dipelajari. Penelitian jenis produk dapat dilakukan dengan kriteria bahwa suatu produk dibuat untuk memenuhi kebutuhan pasar yang belum terpenuhi, memenuhi kebutuhan manusia tetapi belum ada, dan mengganti produk yang sudah ada dengan produk lain yang memiliki nilai lebih. Selain itu, produk yang akan dihasilkan dapat dijual di pasar yang sehat dan memiliki permintaan yang cukup besar dalam jangka panjang.

2. Tahapan Penelitian

Langkah berikutnya adalah melakukan penelitian lebih mendalam menggunakan metode ilmiah. Proses ini dimulai dengan mengumpulkan data, mengolah data dengan memasukkan teori-teori yang relevan, menganalisis dan menginterpretasikan hasil pengolahan dengan alat analisis yang sesuai, dan menyimpulkan hasil sampai pada tujuan membuat laporan hasil penelitiannya.

3. Tahap evaluasi

Evaluasi yaitu membandingkan sesuatu dengan satu atau lebih standar atau kriteria yang bersifat kuantitatif atau kualitatif. Ada 3 macam evaluasi:

- a. Evaluasi usaha untuk proyek yang akan didirikan.
- b. Evaluasi proyek yang akan dibangun.
- c. Evaluasi bisnis yang sudah beroperasi.

Dalam evaluasi bisnis yang akan dibandingkan, semua biaya yang akan ditimbulkan oleh usulan bisnis disertai dengan keuntungan atau keuntungan yang diharapkan akan diperoleh.

4. Tahap pengurutan usulan yang layak

Pemilihan rencana bisnis harus dilakukan jika lebih dari satu usulan rencana bisnis dianggap layak. yang mempunyaiskor tertinggi jika dibanding usulan lain berdasar kriteria penilaian yang telah ditentukan.

5. Tahap rencana pelaksanaan proyek bisnis

Setelah memilih proyek mana yang akan direalisasikan, perlu dibuat rencana kerja untuk melaksanakan proyek. Rencana kerja dimulai dengan menentukan jenis pekerjaan, jumlah waktu yang diperlukan, kualifikasi tenaga kerja, ketersediaan dana dan sumber daya, kesiapan manajemen, dan faktor lainnya.

6. Tahap pelaksanaan proyek bisnis

Setelah semua persiapan yang harus dilakukan selesai, tahap pelaksanaan proyek dimulai. Semua karyawan proyek, mulai dari tingkat paling bawah hingga pemimpin, harus bekerja sama dengan sebaik mungkin untuk memenuhi rencana.

2.1.5. Lembaga Yang Memerlukan Studi Kelayakan Bisnis

Adapun hasil penilaian yang dihasilkan oleh studi kelayakan ini sangat penting dan dibutuhkan oleh banyak pihak, terutama pihak-pihak yang berkepentingan terhadap usaha atau proyek yang akan dilaksanakan. Perusahaan yang melakukan studi kelayakan akan bertanggung jawab terhadap hasil yang mereka katakan layak, sehingga pihak-pihak yang berkepentingan merasa yakin dengan hasil telah dilakukan. Bagi pihak-pihak yang berminat dengan hasil studi kelayakan tersebut, menurut Adnyana (2020:12) antara lain:

1. Pemilik usaha

Karena mereka tidak ingin dana yang mereka investasikan akan mengalami kerugian, para pemilik perusahaan sangat berkepentingan terhadap hasil studi kelayakan. Oleh karena itu, mereka benar-benar mempelajari apakah hasil studi kelayakan memberikan keuntungan atau tidak.

2. Kreditur

Jika dana tersebut dibiayai melalui pinjaman dari bank atau lembaga lain, mereka akan sangat tertarik dengan hasil studi kelayakan yang telah dilakukan. Bank dan lembaga keuangan lainnya tidak ingin membuat kredit atau pinjaman mereka macet karena proyek atau usaha tersebut tidak layak untuk dilakukan. Oleh karena itu, untuk bisnis tertentu, pihak perbankan akan melakukan studi kelayakan menyeluruh sebelum memberikan pinjaman kepada peminjam.

3. Pemerintah

Studi kelayakan sangat penting bagi pemerintah untuk mengetahui apakah bisnis akan membantu keluarga secara keseluruhan. Setelah itu, bisnis juga harus membantu masyarakat umum, seperti menyediakan lapangan pekerjaan. Selain itu, pemerintah berharap bisnis yang akan dilakukan tidak akan merusak lingkungan, termasuk manusia, hewan, dan tumbuhan.

4. Masyarakat luas

Adanya bisnis bagi masyarakat luas, terutama bagi masyarakat sekitar, akan memberikan keuntungan seperti lapangan kerja bagi pekerja proyek dan masyarakat lainnya. Kemudian ada keuntungan tambahan karena area tersebut terbuka dari ketertutupan. Selain itu, keberadaan bisnis akan memberikan rekomendasi dan prasarana, seperti ketersediaan fasilitas umum seperti listrik, jalan, jembatan, telepon, rumah sakit, sekolah, tempat ibadah, tempat olahraga, taman, dan fasilitas lainnya.

5. Manajemen

Hasil studi kelayakan bisnis menunjukkan seberapa baik manajemen perusahaan melakukan tugasnya. Hasil yang dicapai menunjukkan kinerja ini. Ini juga menunjukkan seberapa baik manajemen usaha bekerja.

2.1.6. Aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis

Ada beberapa aspek yang perlu dilakukan studi untuk menentukan kelayakan suatu usaha. Masing-masing aspek bekerja sama dengan satu sama lain, jadi jika salah satu aspek tidak memenuhi syarat, maka perbaikan atau tambahan diperlukan.

Aspek Studi Kelayakan bisnis menurut Kasmir & Jakfar (2020:25) :

1. Aspek Nonfinansial seperti:

- a. Aspek hukum
- b. Aspek pasar dan pemasaran
- c. Aspek teknis atau operasi
- d. Aspek manajemen sumber daya manusia
- e. Aspek lingkungan

2. Aspek Finansial

Aspek finansial dengan berdasarkan kriteria investasi seperti:

- a. *Profitability Index* (PI)
- b. *Intern Rate of Return* (IRR)

c. *Net Present Value* (NPV)

d. *Payback Period* (PP)

1) Aspek Non Finansial

A. Aspek Hukum

Dalam bagian ini, masalah kelengkapan dan keabsahan dokumen perusahaan, mulai dari bentuk badan usaha hingga izin yang dimiliki, akan dibahas. Dokumen harus lengkap dan sah karena mereka merupakan dasar hukum yang akan digunakan apabila timbul masalah dikemudian hari. Pihak-pihak yang menerbitkan atau mengeluarkan dokumen dapat memastikan bahwa dokumen tersebut sah dan sempurna.

B. Aspek Pasar dan Pemasaran

untuk menentukan apakah perusahaan yang akan diinvestasikan memiliki peluang pasar yang tepat. Dengan kata lain, seberapa besar potensi pasar yang tersedia untuk produk yang ditawarkan dan seberapa besar persentase pasar yang dikuasai oleh para pesaing yang tersedia saat ini. Selanjutnya, bagaimana strategi pemasaran akan diterapkan untuk menangkap peluang pasar yang ada. Dalam hal ini, perlu dilakukan riset pasar, baik dengan terjun langsung maupun dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber, untuk mengetahui pasar nyata dan potensinya. Setelah mengetahui pasar nyata dan potensinya, barulah dibuat strategi pemasaran. Yang diperlukan dalam aspek pasar dan pemasaran adalah pasar mana yang akan dimasuki perusahaan, seberapa besar pasar yang ingin dimasuki atau yang tersedia dimasa yang akan datang. Untuk mengetahui itu perlu dilakukan pengukuran terhadap permintaan yang diukur berdasarkan permintaan sekarang dan seterusnya. Untuk memasarkan sebuah produk, pemasar perlu merencanakan aktivitas-aktivitas pemasaran dan mengembangkan program pemasaran yang lengkap untuk menciptakan, berbagi, dan mengirimkan nilai kepada pelanggan.

Sarana bauran pemasaran yang terdapat 7 (tujuh) komponen dalam strategi pemasaran yang disebut 7P, yaitu:

a. (*Product*) Produk adalah barang, jasa, atau ide yang dirancang dan ditawarkan oleh suatu perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan pelayanan berkualitas tinggi yang dijamin.

- b. (*Price*) Jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk mendapatkan produk. Seperti daftar harga, potongan harga dan lain sebagainya.
- c. (*Place*) Tempat adalah distribusi atau penempatan bagian yang sangat penting, perusahaan harus memposisikan dan mendistribusikan produk di tempat yang mudah diakses oleh pembeli potensial.
- d. (*Promotion*) Promosi adalah komponen pemasaran yang sangat penting karena dapat meningkatkan *brand recognition* dan penjualan, misalnya promosi penjualan, periklanan dan penjualan langsung.
- e. (*People*) Orang memiliki hubungan langsung dengan bisnis. Penelitian menyeluruh sangat penting untuk menentukan apakah ada cukup banyak orang di pasar sasaran yang tertarik pada barang dan jasa tertentu.
- f. (*Process*) Proses adalah sistem dan juga proses organisasi yang mempengaruhi pelaksanaan layanan.
- g. (*Physical Evidence*) Bukti fisik berkaitan dengan bisnis dan produk itu rasakan di pasar. Ini adalah bukti fisik kehadiran dan pendirian bisnis. Konsep ini adalah *branding*.

C. Aspek Teknis/Operasi

Lokasi bisnis, seperti kantor pusat, cabang, pabrik, atau gudang, akan diteliti dalam aspek ini sampai dengan kepada usaha perluasan selanjutnya. Apakah lokasi harus dekat dengan pasar, bahan baku, tenaga kerja, pemerintah, lembaga keuangan, atau pelabuan adalah salah satu dari banyak faktor yang mempengaruhi penelitian lokasi. Selanjutnya, dalam hal penggunaan teknologi, apakah padat karya menawarkan kesempatan kerja atau sebaliknya.

D. Analisis Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia

Selanjutnya perlu dianalisis adalah kesiapan perusahaan yang berkaitan dengan manajemen sumber daya manusia mulai dari pengadaan sampai pada penempatannya di jabatan tertentu untuk menjalankan kegiatan perusahaan. Konsep manajemen sumber daya manusia mengacu pada strategi, teknik, dan praktik untuk mengelola atau mengatur karyawan untuk mencapai tujuan perusahaan. Aspek ini menilai pengelola bisnis dan struktur organisasi yang ada. Jika proyek dijalankan oleh profesional, mereka akan berhasil, mulai dari merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikannya jika ada masalah. Dengan

cara yang sama, struktur yang dipilih untuk organisasi harus sesuai dengan bentuk dan tujuan.

E. Analisis Aspek Lingkungan

Saat ini, ini adalah analisis yang paling dibutuhkan karena setiap proyek yang dijalankan akan memiliki dampak yang signifikan terhadap lingkungan sekitar, baik di darat, air, atau udara. Pada akhirnya, ini akan berdampak pada kehidupan manusia, hewan, dan tumbuhan.

2) Aspek Finansial

Penelitian ini biaya apa saja yang akan dikeluarkan, seberapa besar biaya yang akan dikeluarkan, dan seberapa besar pendapatan yang akan diterima jika proyek selesai, adalah tujuan dari penelitian di bidang ini. Metode yang biasa digunakan dalam analisis keuangan studi kelayakan bisnis dan investasi adalah *Profitability Index (PI)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, *Net Present Value (NPV)*, *Payback Period (PP)*. Semua teknik ini digunakan untuk mengetahui seberapa baik investasi tersebut berhasil.

a) *Payback Period (PP)*

Metode *payback period* disebut juga dengan metode *non-discounted cashflow*. Metode ini bertujuan untuk melakukan pengukuran investasi dengan melihat kekuatan pengambilan modal tanpa mempertimbangkan nilai waktu terhadap uang (*time value of money*).

b) *Net Present Value (NPV)*

Metode *net present value* merupakan penilaian investasi berdasarkan nilai sekarang dari *cashflow* yang masuk dimasa yang akan datang. Unsur-unsur utama dalam menggunakan metode NPV adalah mengidentifikasi nilai *discount rate* (nilai r)

c) *Internal Rate of Return (IRR)*

Metode IRR merupakan cara untuk menentukan spesifik *rate of return* dari *cashflow* suatu proyek selama masa investasi. Metode IRR dapat menggambarkan profitabilitas suatu investasi dalam presentase, dan apabila terdapat banyak ketidak pastian mengenai *discount rate* atau sangat sulit menentukan *discount rate* yang paling sesuai, maka IRR dapat dijadikan pedoman.

d) *Protafitability Index* (PI)

Protafitability Index merupakan rasio antara pengeluaran awal dan nilai arus kas bebas masa depan. Walaupun kriteria investasi NPV memberikan suatu ukuran nilai *absolute* dari suatu proyek *protafitability index* menjadi ukuran relatif yang diinginkan proposal investasi.

2.1.7. Media Sosial

Adanya social media di tengah-tengah masyarakat modern selain dapat mempermudah aktifitas sosial sesama para penggunanya juga dapat membantu dalam hal meningkatkan keefektifan berkomunikasi. Selain sebagai tempat untuk berbagi informasi dan aktivitas sosial, saat ini social media juga banyak dimanfaatkan untuk berbagai macam kegiatan pemasaran. Menurut Sania (2019: 9), media sosial telah menjadi ladang bisnis bagi sebagian orang saat ini; jika digunakan dengan benar, ini dapat menjadi kemajuan yang baik. Kekuatan dari social media dapat berperan sebagai salah satu media pemasaran dan menjadikannya dilirik serta dapat diandalkan. Media sosial yang berbasis internet mengubah cara penyebaran informasi dari satu audiens ke banyak audiens. Tiga contoh nyata yang dapat dibuktikan adalah bahwa pemasaran melalui media sosial membutuhkan waktu yang lebih sedikit, biaya yang lebih rendah, dan jangkauan yang lebih luas.

Dari beberapa pengertian ahli di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan teknologi komunikasi yang pada saat ini banyak digunakan oleh masyarakat diseluruh dunia sebagai media untuk melakukan komunikasi. Penggunaan media sosial berasal dari berbagai kalangan tanpa melihat status sosial, jarak dan waktu, juga media sosial merupakan sebuah gaya hidup di masyarakat saat ini.

Jejaring sosial merupakan salah satu bagian dari media sosial, layanan jejaring sosial merupakan kegiatan bersosialisasi menggunakan perangkat lunak. Perangkat lunak tersebut dapat menjadi media untuk membangun hubungan sosial secara online. Biasanya layanan-layanan ini memiliki berbagai fitur yang memungkinkan para member-nya untuk saling berkomunikasi dan berinteraksi, seperti menggunakan media chat, messaging, email, video, chat audio, *file sharing*, forum diskusi atau blog.

Jejaring sosial cukup memberikan pengaruh yang besar terhadap dunia pada generasi muda saat ini. Melalui jejaring sosial yang digunakan dapat mengikuti perkembangan salah satunya tren fashion yang sedang digemari banyak orang saat ini, serta berbagai hal atau berita yang sedang hangat diperbincangkan pada saat ini.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan studi kelayakan bisnis relative banyak dilakukan. Namun demikian penelitian tersebut memiliki variasi yang berbeda seperti penggunaan variabel penelitian, lokasi penelitian, jumlah responden yang berbeda dan lain sebagainya. Beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan studi kelayakan bisnis dapat disajikan di bawah ini.

Ilham Adi Nugroho, Abu Bakar dan Lisye Fitria (2014) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kelayakan Usaha Pencucian Kendaraan Bermotor Studi Kasus Purwokerto Timur Jawa Tengah” Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa usaha Pencucian Kendaraan Bermotor Studi Kasus Purwokerto Timur Jawa Tengah layak untuk dijalankan dilihat dari hasil analisis terhadap aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/ produksi, dan aspek manajemen organisasi. Hasil analisis aspek keuangan juga menghasilkan nilai NPV lebih dari nol sebesar Rp. 34.863.387 yang lebih besar dari nol. Nilai IRR lebih besar dari pada nilai Minimum Attractive Rate of Return (MARR), yaitu sebesar 21,04%. dan PP selama 3 tahun.

Supmaya Wulan (2010) juga melakukan penelitian Studi Kelayakan Usaha Pencucian Mobil Otomatis Pada Perusahaan AUTO CAR Di Bandar Lampung. Dalam mengembangkan usaha AUTO CAR Di Bandar Lampung. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Berdasarkan analisis kuantitatif dengan menggunakan Analisis Finansial dan Analisis Pay Back Period diperoleh hasil Net Present Value (NPV) = 215.734.000 bahwa $NPV > 0$ berarti rencana usaha pencucian mobil layak dilaksanakan. Hasil Net Benefit Cost Ratio (Net B/C) = 1,22, ini menunjukkan bahwa $Net\ B/C > 1$ berarti rencana usaha pencucian mobil layak dilaksanakan. Hasil perhitungan Internal Rate of Return (IRR) = 22,96%, ini menunjukkan bahwa $IRR > \text{tingkat bunga yang berlaku (15\%)}$ berarti rencana usaha pencucian mobil layak dilaksanakan. Hasil analisis Pay Back Period menyatakan bahwa jangka waktu kembalinya investasi/ modal adalah 3 tahun 1 bulan.

Arif (2019) Studi Kelayakan Bisnis pengembangan usaha Toko Peralatan Memanah *Browbrother* Indonesia diwilayah kota Bogor. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan aspek *Nonfinansial* seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek manajemen sumberdaya manusia, dan aspek teknis. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan bahwa PP selama 6 bulan, NPV sebesar Rp. 131.346.268 IRR sebesar 29,9% PI 1,525%. Hasil kelayakan ini menunjukkan bahwa usaha *browbrother* di kota Bogor layak berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, aspek lingkungan dan aspek finansial.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

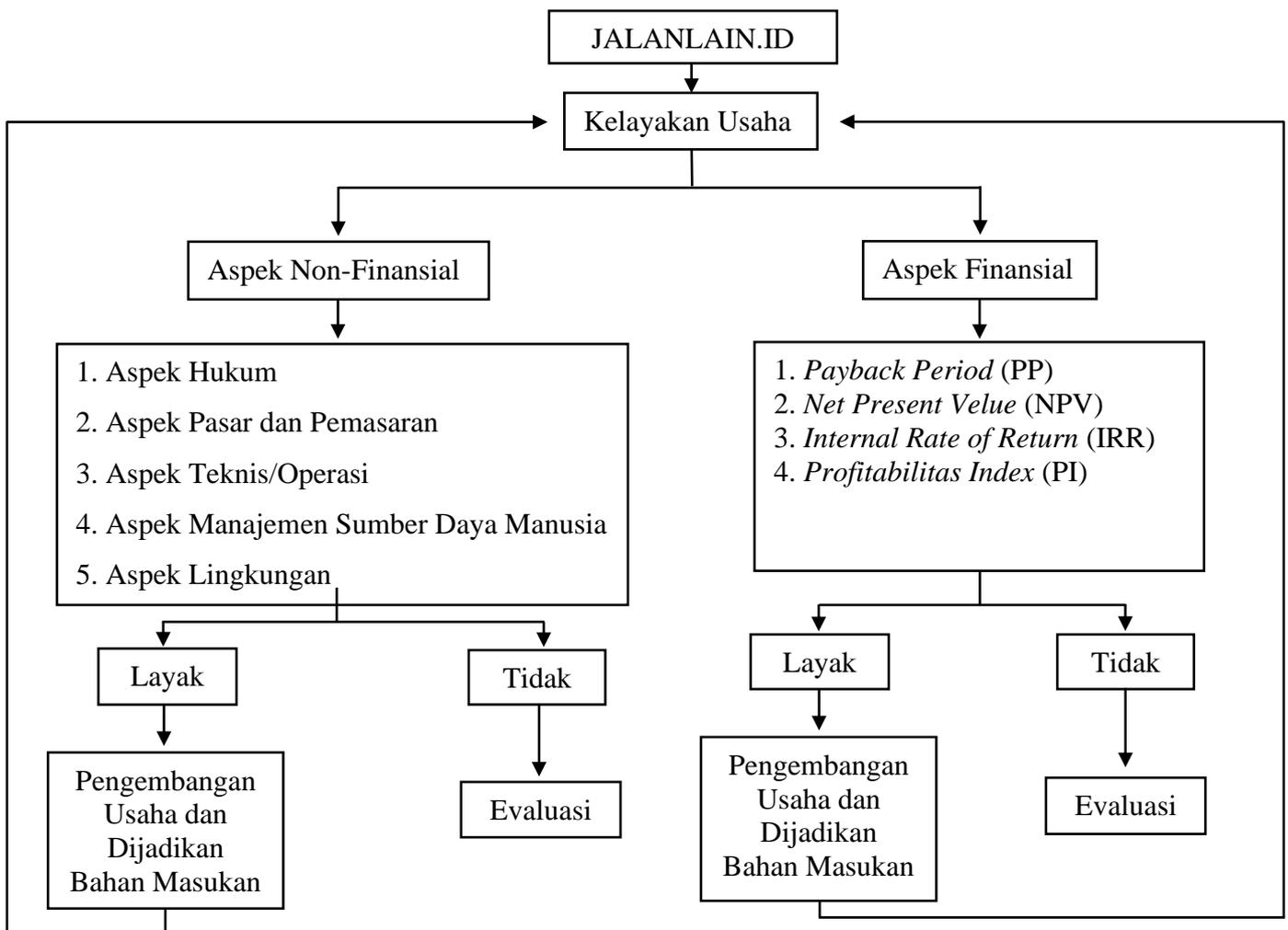
PENELITI	JUDUL	HASIL
Ahmad Arif (2019)	Studi Kelayakan Bisnis Pengembangan Toko Peralatan Memanah <i>Browbrother</i> Indonesia di Wilayah Kota Bogor	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Toko Peralatan Memanah <i>Browbrother</i> Indonesia di Wilayah Kota Bogor ini menghasilkan nilai NPV sebesar Rp. 131.346.268, IRR sebesar 29,9% dan PI sebesar 1,525 sebelum 6 bulan
Sapmaya Wulan. (2010)	Studi Kelayakan Usaha Pencucian Mobil Otomatis Pada Perusahaan AUTO CAR Di Bandar Lampung.	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Berdasarkan analisis kuantitatif dengan menggunakan Analisis Finansial dan Analisis Pay Back Period diperoleh hasil Net Present Value (NPV) = 215.734.000 bahwa $NPV > 0$ berarti rencana usaha pencucian mobil layak dilaksanakan. Hasil Net Benefit Cost Ratio (Net B/C) = 1,22, ini menunjukkan bahwa $Net\ B/C > 1$ berarti rencana usaha pencucian mobil layak dilaksanakan. Hasil perhitungan Internal Rate of Return (IRR) = 22,96%, ini menunjukkan bahwa $IRR >$ tingkat bunga yang berlaku (15%) berarti rencana usaha pencucian mobil layak dilaksanakan. Hasil analisis Pay Back Period menyatakan bahwa jangka waktu kembalinya investasi/ modal adalah 3 tahun 1 bulan. Berdasarkan analisis kualitatif dengan aspek teknis, pemasaran, ekonomis dan aspek manajemen, maka rencana usaha pencucian mobil layak untuk dilaksanakan.

PENELITI	JUDUL	HASIL
Ilham Adi Nugroho, Abu Bakar dan Lisyte Fitria (2014)	Analisis Kelayakan Bisnis Pencucian Kendaraan Bermotor Studi Kasus Purwokerto Timur Jawa Tengah	Hasil dalam penelitian ini menghasilkan nilai NPV lebih dari nol sebesar Rp. 34.863.387 yang lebih besar dari nol. Nilai IRR lebih besar dari pada nilai Minimum Attractive Rate of Return (MARR), yaitu sebesar 21,04%. dan PP selama 3 tahun.

Sumber: Kampus Terkait (2024)

2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan tentang bagaimana teori hubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2020:95). Di bawah ini adalah gambaran kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini.



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual

Sumber: Penulis (2024)