

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Landasan Teori**

##### **2.1.1. Studi Kelayakan Bisnis**

Menurut Dr. I made Adyana (2020:5) studi kelayakan adalah proses menyelidiki suatu bisnis secara menyeluruh untuk menentukan apakah bisnis tersebut layak untuk dijalankan. Penelitian mendalam ini melibatkan pengkajian serius terhadap data dan informasi yang ada, serta menggunakan metode tertentu untuk mengukur dan menganalisis hasilnya.

Kelayakan berarti melakukan analisis terperinci untuk mengetahui apakah transaksi yang akan dilakukan akan menghasilkan manfaat yang lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan. Dengan kata lain, kelayakan bisa diartikan sebagai usaha yang dikelola untuk memberikan manfaat finansial dan non-finansial sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Usaha dalam konteks ini adalah suatu aktivitas yang tujuan utamanya adalah memperoleh keuntungan, yang biasanya merujuk pada keuntungan finansial. Namun, manfaat yang diperoleh tidak hanya finansial, melainkan juga non-finansial. Dengan melakukan studi kelayakan, suatu bisnis bisa mengetahui apakah bisnis tersebut layak atau tidak.

Aspek-aspek yang dinilai dalam studi kelayakan meliputi aspek hukum, pasar dan pemasaran, keuangan, teknis atau operasional, manajemen dan organisasi, ekonomi dan sosial, serta lingkungan hidup. Untuk mengevaluasi semua aspek tersebut, perlu dibentuk tim yang terdiri dari berbagai spesialisasi.

Menurut Kasmir (2020:1) studi kelayakan bisnis adalah studi tentang kelayakan suatu proyek, biasanya proyek investasi. Proyek mengacu pada penciptaan perusahaan baru atau pengenalan produk baru (barang atau jasa) ke dalam lini produk yang sudah ada.

Studi kelayakan bisnis mempertimbangkan semua faktor dalam analisis terpadu, termasuk aspek teknologi, pasar dan pemasaran, keuangan, administrasi, hukum, serta manfaat proyek, untuk mengevaluasi kesuksesan proyek secara keseluruhan terhadap perekonomian nasional.

Dari uraian diatas Jelas bahwa studi kelayakan sangat menentukan keberhasilan sebuah bisnis, yang dievaluasi dari perspektif pemasaran, sumber daya, hukum, dan keuangan untuk mencapai manfaat dan tujuan yang diinginkan.

## **2.2. Pendidikan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh A. M. Irfan Taufan Asfar dkk (2020) kata pendidikan berasal dari bahasa Yunani "*paedagogie*" dengan akar kata "*pais*" yang berarti anak dan "*again*" yang berarti bimbingan. Jadi "*paedagogie*" berarti bimbingan yang diberikan kepada anak. Dalam bahasa Inggris pendidikan diterjemahkan menjadi "*education*". *Education* dari bahasa Yunani "*educare*" yang berarti mengeluarkan apa yang tersimpan dalam jiwa anak dan membimbingnya menuju pertumbuhan dan perkembangan.

Menurut Ki Hajar Dewantara (tokoh pendidikan nasional Indonesia), mendefinisikan pendidikan sebagai usaha keras untuk mendorong tumbuhnya budi pekerti (kekuatan batin), pikiran (intelektual), dan tubuh anak. Beliau juga meletakkan dasar-dasar pendidikan nasional yang dikenal dengan "Panca Dharma," yaitu prinsip kemandirian, kebangsaan, kemanusiaan, kebudayaan, dan alam. Pendidikan bertujuan memberikan kebebasan kepada peserta didik untuk mengembangkan individualitasnya, sekaligus menanamkan nilai-nilai tinggi dalam kehidupan bermasyarakat.

Dengan konsepsi seperti yang telah diuraikan di atas, Dewantara telah meletakkan dasar kodrat anak sebagai faktor pertama dan utama yang terkenal dengan semboyan "Marilah kita berhambra kepada sang anak". Konsep ini menekankan pentingnya sifat anak dan kebebasan untuk menjadi individu yang beradab sesuai budaya dan identitas bangsa Indonesia.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa hakikat pendidikan adalah proses interaksi antara pendidik dan peserta didik untuk mencapai tujuan pendidikan. Proses ini terjadi dalam lingkungan tertentu dengan menggunakan berbagai tindakan yang disebut alat pendidikan.

### **2.3. Taman Kanak Kanak.**

Menurut Nurbian Dhieni dkk (2020:7) Taman Kanak-Kanak (TK) adalah salah satu jenis satuan PAUD dalam sistem pendidikan formal yang menyelenggarakan program pendidikan bagi anak usia 4 hingga 6 tahun, dengan prioritas pada anak usia 5 dan 6 tahun.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Armalena dkk (2022) TK adalah jenjang pendidikan formal pertama sebelum memasuki pendidikan dasar, yang bertujuan mendukung pertumbuhan dan perkembangan jasmani serta rohani anak sesuai sifat alamiahnya. Oleh karena itu, pendidikan di TK harus memberikan kesempatan kepada anak untuk mengembangkan semua aspek kepribadiannya melalui bermain, yang merupakan prinsip dasar fitrah anak.

Pendidikan anak usia dini, khususnya di TK, bertujuan mendorong tumbuh kembang anak secara umum dan menekankan perkembangan seluruh aspek kepribadian anak.

Berdasarkan definisi di atas, Taman Kanak-Kanak adalah lembaga pendidikan anak usia dini dalam jalur formal yang bertujuan membantu pertumbuhan dan perkembangan anak untuk persiapan jenjang pendidikan selanjutnya.

### **2.4. Aspek Pemasaran**

#### **2.4.1. Pengertian Pemasaran**

Beberapa konsep dan definisi dari para ahli dalam berbagai buku, Menurut Yoesoep dkk (2023:1) Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, mengembangkan, dan mempertahankan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pelanggan yang dituju.

Tujuan utamanya adalah mencapai keuntungan maksimal dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Proses ini terdiri dari empat langkah: analisis pasar, perencanaan pemasaran, pelaksanaan pemasaran, dan pengendalian pemasaran. Komponennya meliputi produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), distribusi (*place*), proses (*process*), orang (*people*), dan bukti fisik (*physical evidence*).

Menurut Satriadi dkk (2021:2) Manajemen pemasaran adalah serangkaian perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan pengendalian pemasaran suatu produk agar perusahaan dapat mencapai target secara efektif dan efisien.

Tujuannya adalah menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan antara produsen dan konsumen.

Menurut Pebi kurniawan dkk (2023: 1) Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan menjaga pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran guna mencapai tujuan perusahaan.

Dari beberapa definisi di atas, pemasaran adalah proses analisis yang dilakukan organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan dengan menganalisis kebutuhan berbagai pihak yang saling menguntungkan.

#### **2.4.2. Segmentasi, Target, Posisi Pasar**

Menurut Adnyana dkk (2020:25-26) Segmentasi pasar adalah pengelompokan konsumen yang menjadi target perusahaan ke dalam kategori berdasarkan Segmentasi, Target, dan Posisi Pasar (STP). Ini bertujuan untuk memposisikan merek pada pelanggan sehingga merek tersebut memiliki keunggulan kompetitif yang berkesinambungan. Produk yang memiliki keunggulan kompetitif penting bagi konsumen berdasarkan persepsi mereka.

##### **A. Segmentasi Pasar**

Segmentasi pasar membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang mungkin memerlukan produk atau bauran pemasaran yang berbeda. Variabel utama untuk segmentasi menurut Kotler meliputi:

1. Segmentasi Geografis seperti bangsa, provinsi, kabupaten, kecamatan, iklim.
2. Segmentasi Demografis seperti Umur, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras.
3. Segmentasi Psikografi seperti kelas sosial, gaya hidup, karakteristik, kepribadian.
4. Segmentasi Perilaku Konsumen seperti pengetahuan, sikap, kegunaan, tanggapan, terhadap suatu produk.

##### **B. Target pasar**

Menetapkan pasar sasaran melibatkan evaluasi keaktifan setiap segmen dan memilih satu atau lebih segmen untuk dilayani. Langkah-langkah menetapkan target pasar meliputi:

1. Evaluasi Segmen Pasar
  - a. Ukuran dan pertumbuhan segmen, seperti data penjualan terakhir, proyeksi laju pertumbuhan, dan margin laba dari setiap segmen.

- b. Struktural segmen yang menarik dilihat dari segi profitabilitas.
  - c. Sasaran dan sumber daya perusahaan.
2. Memilih Segmen Pasar
- Memilih segmen pasar yaitu menentukan satu atau lebih segmen yang memiliki nilai tinggi bagi perusahaan, menentukan segmen mana dan berapa banyak yang dapat dilayani.
- a. Pemasaran serbasama, yaitu melayani semua pasar dan tawaran pasar dalam arti tidak ada perbedaan.
  - b. Pemasaran Serbaaneka, yaitu merancang tawaran untuk semua pendapatan, tujuan, atau kepribadian. Misalnya dengan membedakan desain produk yang ditujukan untuk industri mobil.
  - c. Pemasaran terpadu, yakni khusus untuk sumber daya manusia yang terbatas.
3. Posisi Pasar
- Menentukan posisi pasar yang kompetitif untuk produk di pasar. Tujuannya adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk ke dalam benak konsumen.

#### **2.4.3. Bauran pemasaran**

Bauran pemasaran atau marketing mix Susi Melinasari dkk (2023:74), bauran pemasaran adalah bagian penting dari perusahaan untuk mencapai keberhasilan. Menurut wijaya dalam Maisah dkk (2020:328) pemasaran jasa pendidikan penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memenangkan kompetisi antar sekolah.

Menurut Imam Machali dalam Maisah dkk (2020:328-332) unsur dalam bauran pemasaran terdiri dari tujuh aspek utama, yaitu (*product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*). Adapun uraian teoritis mengenai ketujuh aspek tersebut, ialah sebagai berikut:

1. *Product* (produk)  
Produk diartikan sebagai sekumpulan atribut berupa fitur, fungsi, manfaat, dan penggunaan, yang digunakan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.
2. *Price* (harga)  
Harga yang merupakan sejumlah yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk.

3. *Promotion* (promosi)  
Promosi yang merupakan kegiatan perusahaan dalam mengkomunikasikan penjualan produknya di pasaran dan berhubungan langsung dengan masyarakat.
4. *Place* (lokasi)  
Lokasi berarti berhubungan dengan tempat perusahaan jasa atau produk harus bermarkas dan melakukan aktivitas kegiatannya.
5. *People* (orang)  
Sumber daya manusia adalah semua orang atau pelaku yang terlibat dalam proses penyampaian jasa kepada konsumen serta mempengaruhi persepsi konsumen.
6. *Process* (proses)  
Proses merupakan suatu prosedur, mekanisme, dan rangkaian kegiatan untuk menyampaikan jasa dari produsen kepada konsumen.
7. *Physical Evidence* (bukti fisik)  
Bukti fisik merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan, yang langsung berinteraksi dengan konsumennya.

## **2.5. Aspek Sumber Daya Manusia**

### **2.5.1. Pengertian Sumber Daya Manusia**

Menurut Ramadhani dkk (2023:1) perusahaan menyadari bahwa karyawan adalah aset berharga yang dapat memberikan keunggulan kompetitif. Manajemen sumber daya manusia adalah pengelolaan karyawan sebagai aset berharga untuk mencapai tujuan perusahaan secara efektif dan efisien. Beberapa definisi manajemen sumber daya manusia menurut para ahli:

1. Dessler (2009) Manajemen sumber daya manusia adalah proses memperoleh, melatih, menilai, dan memberi kompensasi kepada karyawan, serta memperhatikan hubungan kerja, kesehatan, keselamatan, dan masalah keadilan mereka.
2. John Bratton dan Jeffrey Gold: Manajemen sumber daya manusia adalah pendekatan strategis dan koheren untuk mengelola dan mengembangkan sumber daya manusia yang paling berharga dalam organisasi, dengan memperhatikan budaya organisasi dan perspektif jangka panjang.
3. Leon C. Megginson dan Paul H. Pietri: Manajemen sumber daya manusia mencakup perencanaan, pengadaan, pengembangan, pengintegrasian, penggunaan, dan penggajian sumber daya manusia dalam organisasi.

### 2.5.2. Fungsi Sumber Daya Manusia

Fungsi manajemen sumber daya manusia menurut Sri Mulyati dkk (2022:7).

1. *Plan*

Plan adalah merencanakan tenaga kerja secara efektif dan efisien untuk memenuhi kebutuhan perusahaan dan membantu mencapai tujuannya melalui program personalia.

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian adalah mengorganisasikan seluruh pegawai dengan menetapkan pembagian kerja, hubungan kerja, pendelegasian wewenang, integrasi, dan koordinasi dalam suatu struktur organisasi.

3. Pengarahan

Pengarahan adalah membimbing seluruh karyawan untuk bekerja sama secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat.

4. Pengendalian

Pengendalian adalah mengendalikan seluruh karyawan untuk mematuhi peraturan perusahaan dan bekerja sesuai rencana. Jika terjadi penyimpangan atau kesalahan, tindakan korektif dan perbaikan akan dilakukan.

5. Pengadaan

Pengadaan adalah proses penarikan, seleksi, penempatan, orientasi, dan pelatihan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan dengan pegawai yang tepat.

6. Pengembangan

Pengembangan adalah meningkatkan keterampilan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan melalui pendidikan dan pelatihan.

7. Kompensasi

Memberikan kompensasi langsung dan tidak langsung, baik berupa uang maupun barang, kepada karyawan sebagai imbalan atas layanan yang diberikan kepada perusahaan.

8. Integrasi

Integrasi adalah memadukan kepentingan perusahaan dengan kebutuhan karyawan untuk membangun kemitraan yang harmonis dan saling menguntungkan.

9. Pemeliharaan

Pemeliharaan adalah memelihara atau meningkatkan kondisi fisik, mental, dan loyalitas karyawan agar mereka dapat bekerja sama sampai pensiun.

## 10. Disiplin

Mendorong karyawan untuk mematuhi peraturan kelembagaan dan norma-norma sosial.

## 11. Pemutusan Hubungan Kerja

Pemutusan hubungan kerja adalah mengelola pemutusan hubungan kerja karyawan yang dapat disebabkan oleh keinginan karyawan, kebijakan lembaga pendidikan, berakhirnya kontrak kerja, pensiun, atau alasan lainnya, sesuai dengan UU No. 12 Tahun 1964 (Susan Eri,2019).

## 2.6. Aspek Operasional

### 2.6.1. Pengertian Manajemen Operasional

Sugiyanto (2020:65) menuliskan bahwa Aspek operasional penting dilakukan sebelum perusahaan dijalankan. Analisis kelayakan teknis dan operasional perusahaan harus dilakukan untuk mencegah akibat fatal di kemudian hari.

Menurut Adnyana (2020:70) Analisis aspek teknis operasional bertujuan untuk memastikan bahwa secara teknis dan pilihan teknologi, rencana bisnis dapat dilaksanakan dengan layak baik saat pembangunan proyek maupun saat operasional rutin.

### 2.6.2. Tata Letak (layout)

Terdapat dua jenis *layout* pabrik, yaitu *layout* proses (*layout* fungsional) dan *layout* garis (*layout* produk).

1. *Layout* proses (*layout* fungsional) yaitu mesin dan peralatan dengan fungsi yang sama dikelompokkan dalam satu ruang tertentu.
2. *Layout* garis (*layout* produk) adalah Mesin dan peralatan disusun berdasarkan urutan operasi proses pembuatan produk.

Kriteria untuk melakukan pemilihan *layout* pabrik diantaranya adalah:

1. Adanya konsistensi dengan teknologi produksi
2. Adanya harus produk dalam proses yang lancar.
3. Penggunaan ruangan yang optimal.
4. Terdapat kemungkinan untuk penyusunan ataupun ekspansi.
5. Meminimalisasi biaya produksi dan memberikan jaminan keselamatan tenaga kerja.

## **2.7. Aspek ANDALALIN**

Menurut ulfa dan Nurmaidah (2020:43) analisis dampak lalu lintas atau disebut Andalalin adalah suatu penelitian mengenai dampak lalu lintas dari suatu kegiatan yang dihasilkan dari pembangunan atau pengembangan di suatu kawasan tertentu. Pembangunan di satu kawasan seperti pembangunan supermarket, rumah sakit, kampus atau sekolah dapat menyebabkan perubahan lalu lintas disekitarnya, hal ini terjadi disebabkan oleh perubahan tata guna lahan yang menghasilkan pergerakan arus lalu lintas keluar masuk lokasi tersebut sehingga akan berpengaruh pada pola pelayanan transportasi di wilayah yang bersangkutan.

### **2.7.1. Dampak Yang Ditimbulkan**

Pentingnya ANDALALIN adalah untuk memastikan bahwa tidak ada dampak negatif yang merugikan. Tetapi ANDALALIN yang dilakukan pendiri usaha lembaga pendidikan ini berupa penyediaan lahan parkir yang luas dan hanya antar jemput siswa dapat menguntungkan bagi masyarakat sekitar atau tidak dan kenyamanan peserta didik.

1. Memiliki lahan parkir yang meluas
2. Tidak mengganggu aktivitas warga setempat

Dampak yang timbul seperti diatas, maka perlu penyelesaiannya. Adapun alternatif yang dimaksud sebagai berikut:

#### **A. Persyaratan Umum**

Adapun persyaratan umum pada prasana taman kanak kanak yang perlu diperhatikan demi kenyamanan dan rasa aman peserta didik. Diantaranya:

##### **1. Prasarana Utama**

Prasarana ini harus dimiliki oleh jenis layanan pendidikan usia dini, yaitu:

- a. Lahan
- b. Memiliki area kegiatan atau area bermain

##### **2. Prasarana Pendukung**

Prasarana yang disarankan dimiliki pada layanan pendidik, yaitu:

- a. Area parkir

## **2.8. Aspek Hukum**

Aspek hukum meninjau ketentuan hukum yang harus dipenuhi sebelum menjalankan usaha. Ini meliputi pemahaman tentang peraturan dan perizinan yang berbeda-beda di setiap daerah akibat otonomi daerah.

Analisis hukum bertujuan untuk memastikan legalitas usaha, kesesuaian badan hukum, kemampuan memenuhi persyaratan perizinan, dan jaminan yang bisa diberikan jika bisnis dibiayai dengan pinjaman. Secara spesifik, analisis aspek hukum pada studi kelayakan bisnis memiliki tujuan-tujuan sebagai berikut.

- a. Menganalisis legalitas usaha yang dijalankan.
- b. Menganalisis ketepatan badan hukum dengan ide bisnis yang akan dilaksanakan.
- c. Menganalisis kemampuan bisnis yang akan diusulkan dalam memenuhi persyaratan perizinan.
- d. Menganalisis jaminan yang bisa disediakan jika bisnis akan dibiayai dengan pinjaman.

## **2.9. Aspek Keuangan**

Mulyana dkk (2023:1) Manajemen keuangan adalah bagaimana perusahaan mendapatkan uang dari hasil usaha dan mengalokasikannya secara efisien untuk memaksimalkan nilai.

Menurut Aryawati dkk (2023:13) Manajemen keuangan mencakup perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pendanaan, dan penyimpanan dana atau aset dengan efektif dan efisien.

Manajemen keuangan menurut Hendrayanti dkk (2023:1) adalah aktivitas untuk memperoleh sumber modal yang murah dan menggunakan secara efektif, efisien, dan ekonomis mungkin untuk menghasilkan laba.

### **2.9.1 Arus Kas**

Menurut jurnal Hasun dkk (2022:75) arus kas menggambarkan penerimaan dan pengeluaran kas yang diklasifikasikan dari laporan arus kas, tetapi bukan berarti laporan arus kas menggantikan neraca atau pun laba rugi melainkan saling melengkapi. Menurut Dyckman dkk dalam Hasun (2022:75) Pengklasifikasian arus kas terbagi atas:

- a. Arus Kas Operasi (*Operating cash flow*)  
Terkait produksi dan penyerahan barang, penyediaan jasa, dan transaksi lainnya.
- b. Arus Kas Investasi (*Investing Cash Flow*)  
Terkait investasi dan pelepasan aktiva pabrik serta kegiatan strategis lainnya.
- c. Arus Kas Pembiayaan  
Terkait perolehan sumber daya dari pemilik, pengembalian investasi, peminjaman uang, dan pembayaran kembali pokok pinjaman.

### **2.9.2. Fungsi Manajemen Keuangan**

Untuk mencapai tujuan perusahaan, manajer keuangan harus melakukan fungsi-fungsi berikut:

1. *Planning* (Perencanaan)  
Yaitu manajer keuangan melakukan perencanaan keuangan perusahaan termasuk perhitungan laba rugi, pengaturan arus kas, dan proyeksi laporan keuangan.
2. *Budgetting* (Pengganggaran)  
Pengganggaran perusahaan dilakukan dengan mengalokasikan alokasi dana untuk berbagai aktivitas operasional bisnis.
3. *Controlling* (Pengendalian)  
Pengendalian perusahaan merupakan proses evaluasi berjalannya bisnis perusahaan baik keuangan maupun operasional.
4. *Auditing* (Pemeriksaan)  
Fungsi ini adalah memeriksa keuangan perusahaan memeriksa keuangan perusahaan untuk menghindari penyelewengan atau penyimpangan dana.
5. *Reporting* (Laporan)  
Pelaporan merupakan kegiatan untuk membuat laporan keuangan yang transparan dan terbuka untuk mengkaji kondisi keuangan perusahaan. Misalnya seperti laporan laba-rugi, laporan arus kas perusahaan, neraca, perubahan aset dan sebagainya.

### **2.9.3. Analisis Aspek Keuangan**

Dalam analisis keuangan, penulis menerapkan beberapa metode penelitian investasi menurut Kasmir (2020:16-21) antara lain:

### 1. *Payback Period (PP)*

*Payback period* adalah waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan investasi awal menggunakan aliran kas bersih. Ini mencerminkan periode di mana total arus kas bersih sama dengan pengeluaran investasi awal.

*Payback period* menentukan berapa lama waktu yang diperlukan untuk mengembalikan modal yang sudah dikeluarkan. Metode ini juga dikenal sebagai metode pemulihan investasi, yang digunakan untuk menilai berapa tahun diperlukan untuk memulihkan seluruh modal yang diinvestasikan dalam suatu perusahaan.

Keputusan diambil dengan membandingkan *payback period* investasi yang diusulkan dengan umur ekonomisnya; jika *payback period* lebih pendek dari umur ekonomisnya, maka investasi dapat diterima, dan sebaliknya.

#### Investasi

PP x 1 Tahun Kas Bersih Pertahun

Investasi

PP = x1 tahun kas bersih pertahun

Dengan kriteria penilaian:

- a. Jika  $PP < \text{umur investasi}$  dapat diterima
- b. Jika  $PP > \text{umur investasi}$ , maka investasi ditolak

### 2. *Net Present Value (NPV)*

NPV adalah selisih antara jumlah kas yang dihasilkan oleh proyek investasi dan nilai investasi yang diperlukan. Metode ini menghitung nilai sekarang dari keseluruhan aliran kas yang diharapkan dengan menggunakan tingkat diskonto tertentu. Kemudian, jumlah present value dari keseluruhan aliran kas dikurangi dengan present value dari investasi awal. Selisihnya disebut nilai sekarang neto (*Net Present Value*). Rumusan yang digunakan menghitung NPV adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{NPV} &= \text{PV Benefit} - \text{PV Cost} \\ &= B - C \end{aligned}$$

Keterangan:

B = benefit yang telah discount

C = cost yang telah discount

### 3. *Profitability Index (PI)*

*Profitability Index (PI)* mengukur perbandingan antara nilai tunai arus kas masuk bersih dan nilai tunai investasi. Jika nilainya lebih besar dari 1, maka proyek investasi dianggap layak. Metode ini menghitung perbandingan antara nilai investasi yang sekarang. Semakin besar PI, semakin layak investasi tersebut. Rumus yang akan digunakan untuk menghitung *Profitability Index* adalah sebagai berikut:

$$\text{Profitability Index (PI)} = \frac{\text{PV Arus Kas}}{\text{Investasi}}$$

### 4. *Internal Rate of Return (IRR)*

*Internal Rate Of Return (IRR)* adalah metode perhitungan investasi dengan menentukan tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang dari penerimaan kas bersih di masa depan. IRR mencari tingkat bunga yang membuat jumlah nilai sekarang dari arus kas bersih yang diharapkan sama dengan jumlah nilai sekarang dari pengeluaran modal. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

IRR = Internal Rate of Return

P1 = Tingkat bunga ke-1

P2 = Tingkat bunga ke-2

C1 = NPV ke-1

C2 = NPV ke-2

## 2.10. **Peneliti Terdahulu**

Peneliti terdahulu adalah mencari perbandingan dari peneliti sebelumnya untuk peneliti terbaru. Pada bagian ini, peneliti akan menjabarkan hasil dari peneliti sebelumnya. Berikut peneliti terdahulu studi kelayakan bisnis pada lembaga pendidikan:

(Dinda dan Taufiq, 2023) melakukan penelitian tentang studi kelayakan bisnis pada bimbingan belajar anak hebat. Lembaga bimbingan belajar yang sekarang cukup terkenal di masyarakat adalah Anak Hebat, siswa yang belajar di bimbingan belajar ini adalah anak prasekolah yaitu anak dari usia 4.5 – 7 tahun. Pada umumnya yang

menjadi siswa dibimbing belajar ini adalah anak yang masih playgroup, TK kelompok A dan TK kelompok B. metode non finansial yaitu aspek teknis, aspek pasar, dan aspek pemasaran, aspek organisasi organisasi dan yuridis, aspek manajemen dan aspek ekonomis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti dan melalui wawancara terhadap pengajar. Selain itu penelitian ini juga menggunakan data sekunder dengan literatur artikel mengenai Bimbingan Belajar Anak Hebat (AHE). Analisis kelayakan terhadap aspek pasar dan pemasaran pada Bimbingan Belajar Anak Hebat sangat baik. Hal ini dilihat dari jumlah unit yang mencapai lebih dari 3.000 unit dan tersebar hampir diseluruh provinsi di Indonesia, selain itu Bimbingan Belajar Anak Hebat juga menerapkan kelas belajar yang berbeda yaitu kelas privat dan kelas baca yang mana menjadi keunggulan dari bimbingan belajar ini. Pada aspek sumber daya manusianya Bimbingan Belajar Anak Hebat juga memperhatikan kualitas kinerja pengajarnya. Dan hasil analisis keuangan menggunakan payback period menunjukkan bahwa bimbingan belajar anak hebat (AHE) Cabang Tegalsuruh membutuhkan 3 bulan 10 hari untuk mengembalikan modalnya.

(Etyca dan Apriani, 2020) keputusan pengembangan sekolah tentu berkaitan dengan investasi dalam jumlah besar yang berisiko. Dengan demikian untuk meminimalisir risiko dan mengestimasi keuntungan yang mungkin diperoleh, maka suatu studi kelayakan bisnis perlu dilakukan. Studi kelayakan bisnis ini harus dilakukan secara tepat dan cermat dengan maksud membantu tugas para estimator dalam menganalisis berbagai aspek kelayakan dan faktor – faktor yang berpengaruh dalam bisnis. Paper ini bertujuan untuk memaparkan Analisis Kelayakan Bisnis pengembangan SMAIT dari aspek strategi dan dari aspek keuangan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis kualitatif dengan mendeskripsikan apakah pengembangan Sekolah Menengah Atas Islam Terpadu (SMAIT) Istiqomah Balikpapan layak untuk dikembangkan atau tidak yang diukur dari aspek strategi dengan analisis SWOT dan aspek keuangan analisis NPV, IRR, PI DAN PP. Hasil temuan yakni aspek strategi dengan matriks SWOT dengan internal faktor menemukan total score 2,9 dan eksternal faktor dengan total score 2,8. Hasil S – W adalah -1 dan hasil O-T adalah +0,9 sehingga melalui analisis SWOT pengembangan sekolah yang dilakukan sebaiknya menggunakan strategi ubah taktik (*turn around*) artinya strategi lama perlu diubah untuk mencapai peluang atau kesempatan yang ada.

Aspek keuangan yang dilakukan dengan analisis NPV diperoleh senilai Rp.18.330.651.900, IRR sebesar 15,11568%, PI lebih besar dari 1 yakni 1,3604 dan PP selama 7,8054 tahun jika dimulai tahun 2019 maka di proyeksikan payback period hingga tahun 2026. Temuan analisis kelayakan aspek keuangan dapat disimpulkan pengembangan bisnis sekolah SMAIT Istiqomah Balikpapan layak diterima.

(Isnaida, Ila dan Ino, 2023) kajian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Bagaimana penerapan metode pembelajaran variatif dalam menumbuhkan minat baca dan belajar anak sejak usia dini di bimba AIUEO Kunciran, Kota Tangerang (2) Perkembangan minat baca dan belajar anak sejak usia dini melalui penerapan metode pembelajaran variatif di bimba AIUEO Kunciran, Kota Tangerang. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan dalam teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini yaitu 1 kepala unit, 2 pengajar, dan 4 peserta didik beserta 4 orang tua di bimba AIUEO Kunciran. Hasil penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa (1) Penerapan metode pembelajaran variatif di bimba AIUEO dapat dikatakan cukup berhasil hal ini dilihat dari penerapan metode pembelajaran di bimba AIUEO yaitu fun learning, small step system, individual system, dan variation skill (2) Terdapat perkembangan minat baca anak dan minat belajar anak melalui penerapan metode pembelajaran variatif.

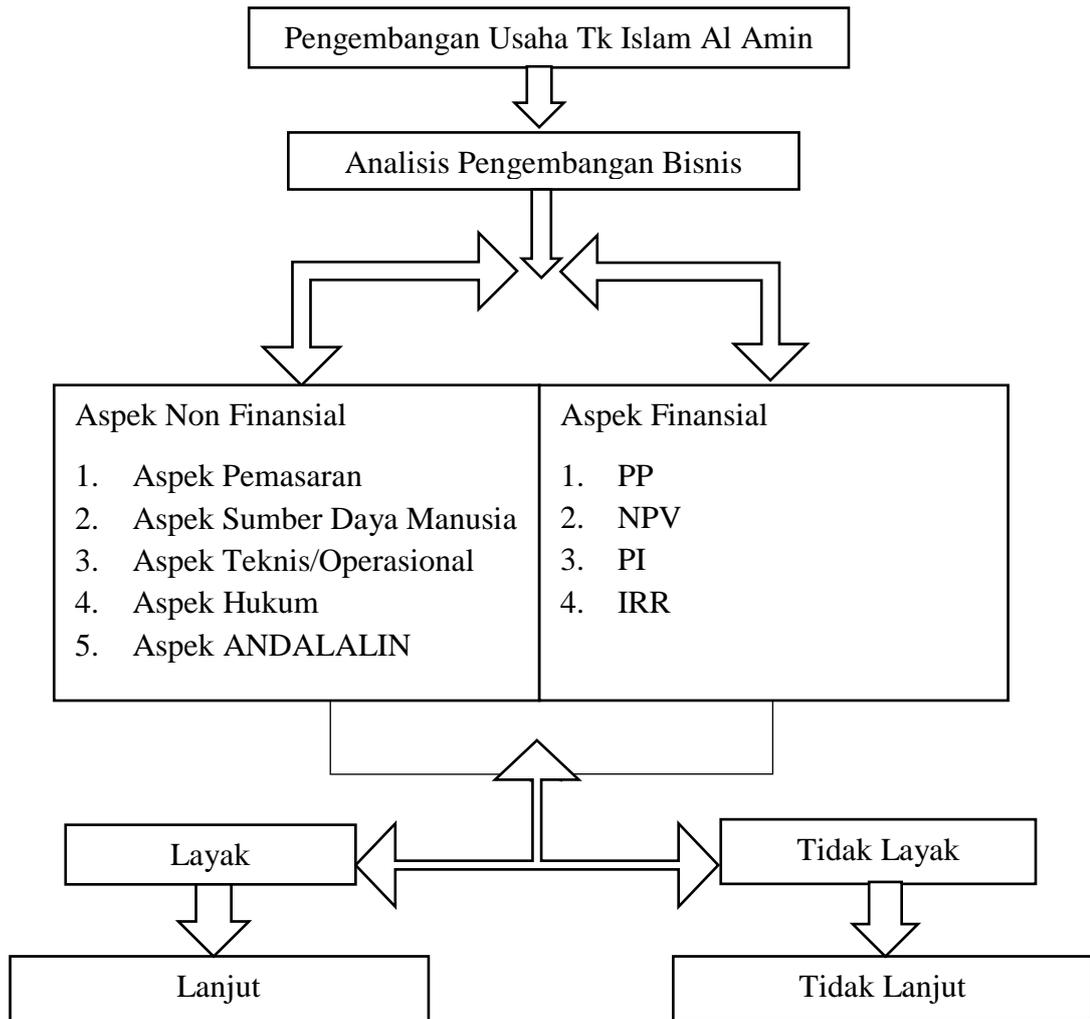
**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

<b>NO</b>	<b>Nama Peneliti (Tahun)</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
1.	Dinda Hasanatul Jamilah dan Muhammad Taufiq Abadi (2023)	Studi Kelayakan Bisnis Bimbingan Belajar Anak Hebat (AHE) Cabang Tegalsuruh Kabupaten Pekalongan	Metode penelitian kualitatif, aspek non finansial, aspek teknis, pasar, dan pemasaran. Aspek organisasi dan yuridis, aspek manajemen dan aspek ekonomis. Finansial Payback Period	Berdasarkan penelitian aspek pasar dan pemasaran menunjukkan prospek layak perkembangan bisnis dan aspek keuangan membutuhkan waktu 3 bulan 10 hari untuk pengembalian modal.

2.	Etyca Rizky Yanti dan Apriani Simatupang (2020)	Analisis kelayakan bisnis pengembangan SMAIT Istiqomah Balikpapan	Aspek strategi dan aspek keuangan	Hasil aspek strategi Melalui analisis SWOT pengembangan sekolah menggunakan ubah strategi taktik artinya strategi lama perlu diubah untuk mencapai peluang/kesempatan yang ada. Dan analisis keuangan disimpulkan layak di terima.
3.	Isnaida Khofifah, Ila Rosmilawati, Ino Sutisno Rawita (2023)	Penerapan Metode Pembelajaran Variatif Dalam Menumbuhkan Minat Baca Dan Belajar Anak Sejak Usia Dini di Bimba AIUEO kunciran Kota Tangerang	Metode Deskriptif Dengan Pendekatan Kualitatif	Hasil dari penelitian ini dikatakan berhasil karena dilihat dari penerapan metode pembelajaran di Bimba AIUEO

### 2.11. Kerangka Berfikir

Berdasarkan tinjauan dari penelitian terdahulu, landasan teori, serta permasalahan yang telah diuraikan, dasar untuk menentukan hipotesis dapat disusun. Berikut ini disajikan model kerangka pemikiran yang menggambarkan pengaruh antar variabel penelitian berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh antara variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah kelayakan pengembangan usaha (X), sedangkan variabel dependen adalah lembaga pendidikan (Y). Kerangka pemikiran penelitian ini dapat divisualisasikan dalam bagan yang ditunjukkan pada gambar 1 di bawah ini:



**Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual**