BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Pada dasarnya objek utama yang dibahas dalam analisa studi kelayakan bisnis adalah sebuah bisnis yang sedang dijalankan atau akan dijalankan. Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah sebuah usaha perseorangan atau kelompok, yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan (Sobana, 2018:13).

Sedangkan keuntungan sendiri merupakan tujuan utama dalam dunia bisnis, terutama bagi pemilik bisnis, bentuk keuntungan yang diharapkan lebih banyak dalam bentuk finansial dan biasanya besar keuntungan telah ditetapkan sesuai dengan target yang di inginkan sesuai dengan batas waktunya.

Masuk ke pengertian studi kelayakan bisnis, menurut Daoed dan Nasution (2021:16). Studi kelayakan bisnis adalah studi yang mencakup berbagai aspek seperti aspek hukum, sosial ekonomi dan budaya, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis & teknologi serta aspek manajemen dan keuangan, yang semuanya digunakan untuk untuk mendapatkan sebuah hasil analisis yang hasilnya di gunakan untuk memutuskan apakah suatu proyek atau bisnis dapat di lakukan atau di tunda dan bahkan tidak dijalankan.

Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh Umar (2015:3), studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasikan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa studi kelayakan bisnis adalah sebuah studi atau penelitian berkaitan dengan menganalisis rencana pendirian sebuah bisnis apakah layak atau tidak. Layak atau tidaknya bisnis tersebut dijalankan terkait dengan manfaat yang akan ditimbulkan dari bisnis tersebut (Asman, 2020:2).

Keputusan penentuan layak atau tidaknya suatu usaha pada hasil analisa studi kelayakan bisnis, bertujuan untuk menentukan apakah usaha yang di rencanakan siap atau tidak untuk di jalankan. Apabila siap dijalankan, berarti usaha akan memberikan manfaat yang lebih besar setelah usahawan mengeluarkan modal dan aset untuk menjalankan

usaha. Dan manfaat yang ditimbulkan dari bisnis, bisa berupa manfaat finansial maupun *non* finansial, sesuai dengan tujuan awal di bentuknya bisnis tersebut.

Dan apabila dikaji lebih dalam, arti layak pada hasil analisa studi kelayakan bisnis dapat dimaknai bahwa keuntungan tidak hanya dinikmati bagi usahawan, namun juga bagi investor, kreditur, pemerintah dan masyarakat luas.

2.1.2. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Adnyana (2020:5), ada lima tujuan yang menyebabkan mengapa sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan, tujuan studi kelayakan bisnis yaitu sebagai berikut:

1. Menghindari Risiko Kerugian

   Risiko kerugian untuk masa yang akan datang yang penuh dengan ketidak pastian, dalam hal ini fungsi studi kelayakan untuk meminimalkan risiko baik yang dapat dikendalikan 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 mengawasinya jika terjadi penyimpangan.
3. Memudahkan Pelaksanaan Pekerjaan

   Dengan rencana yang telah tersusun maka sangat memudahkan pelaksanaan bisnis, kemudian pengerjaan usaha dapat dilakukan secara sistematik, sehingga tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang sudah disusun.
4. Memudahkan Pengawasan

   Dengan melaksanakan proyek sesuai rencana maka memudahkan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan ini perlu dilakukan agar pelaksanaan usaha tidak melenceng dari rencana yang telah disusun.
5. Memudahkan Pengendalian

   Jika dapat diawasi maka jika terjadi penyimpanganakan mudah terdeteksi, sehingga mudah untuk mengendalikan penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah

untuk mengembalikan pelaksanaan pekerjaan yang melenceng ke jalan yang sesungguhnya, sehingga pada akhirnya tujuan perusahaan akan tercapai.

2.1.3. Pihak Yang Membutuhkan Laporan Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Ichsan (2019:14), laporan studi kelayakan bisnis tidak hanya berguna untuk para pelaku bisnis. Terdapat pihak-pihak lain yang membutuhkan studi kelayakan bisnis untuk membantu mereka mencapai kepentingan masing-masing. Pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Pemilik Usaha

   Para pemilik usaha sangat berkepentingan terhadap hasil dari analisis studi kelayakan bisnis yang telah dibuat, hal ini disebabkan para pemilik tidak mau jika sampai dana yang ditanamkan akan mengalami kerugian.
2. Pihak Kreditur

   Untuk perusahaan yang membutuhkan modal besar, pengusaha biasanya meminjamkan kepada bank. Bank sebagai kreditur akan menggunakan laporan studi kelayakan bisnis sebagai dasar untuk memutuskan apakah akan memberikan pinjaman kepada perusahaan atau tidak. Hasil studi kelayakan bisnis yang baik akan meningkatkan kredibilitas kreditur.
3. Manajemen Perusahaan

   Hasil studi kelayakan bisnis merupakan ukuran kinerja bagi pihak manajemen perusahaan atau bisnis untuk menjalankan apa yang sudah ditugaskan. Kinerja ini dapat dilihat dari hasil yang telah dicapai, sehingga terlihat prestasi kerja pihak manajemen yang menjalankan usaha.
4. Pihak Pemerintah

   Bagi pemerintah pentingnya studi kelayakan bisnis adalah untuk meyakinkan apakah bisnis yang akan dijalankan akan memberikan manfaat bagi perekonomian secara umum. Pemerintah juga berharap bahwa bisnis yang akan dijalankan tidak merusak lingkungan sekitarnya, baik terhadap manusia, binatang, maupun tumbuh-tumbuhan.

5. Masyarakat Luas

   Bagi masyarakat luas dengan adanya bisnis, terutama bagi masyarakat sekitarnya akan memberikan manfaat seperti tersedia lapangan kerja,baik bagi pekerja di sekitar lokasi proyek maupun bagi masyarakat lainnya.

2.1.4. Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Kasmir dan Jakfar (2023:15), aspek aspek yang biasanya diteliti dalam studi kelayakan bisnis antara lain adalah sebagai berikut:

1. Aspek Hukum

Menurut Purnomo dkk (2017:60), aspek hukum ialah aspek mengkaji ketentuan hukum yang harus dipenuhi sebelum menjalankan usaha. Ketentuan hukum untuk setiap jenis usaha berbeda-beda, tergantung pada kompleksitas bisnis tersebut. Sedangkan dokumen yang perlu diteliti dalam aspek hukum meliputi bentuk badan usaha, dan izin-izin perusahaan (Kasmir dan Jakfar, 2023:24). Menurut Daoed dan Nasution (2021:20) ketentuan-ketentuan hukum yang menyangkut legalitas dalam suatu bisnis meliputi:

A. Akte pendirian perusahaan dari notaris.
B. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
C. Surat tanda daftar perusahaan.
D. Surat izin tempat usaha dari Pemerintah Daerah setempat.
E. Surat tanda rekanan dari Pemerintah Daerah setempat.
F. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).

Selain itu dalam kegiatan bisnis, bentuk badan usaha dan perizinan tidak bisa dilepaskan karena dua aspek tersebut sangat diperlukan dalam aspek hukum bisnis. Bentuk badan usaha yang dipilih tergantung pada modal yang dibutuhkan dan jumlah pemiliknya. Dan pemilihan usaha didasarkan oleh beberapa pertimbangan sebagai berikut:

A. Besarnya modal yang diperlukan untuk menjalankan bisnis.
B. Tingkat kemampuan dan tanggung jawab hukum dan keuangan.
C. Bidang industri yang dijalankan.
D. Persyaratan perundang-undangan yang berlaku.

Untuk memilih badan usaha yang tepat, pelaku usaha perlu mengetahui definisi, ciri-ciri badan usaha, serta kelebihan dan kekurangan masing-masing bentuk badan usaha. Berikut ini adalah beberapa bentuk badan hukum yang ada di indonesia (Purnomo dkk, 2017:62-88), yaitu:

A. Perusahaan Perseorangan

Perusahaan Perseorangan merupakan salah satu bentuk usaha yang dimiliki oleh seseorang dan ia bertanggung jawab sepenuhnya terhadap semua resiko dan kegiatan perusahaan. Untuk mendirikan perusahaan perseorangan sangatlah sederhana dan tidak memerlukan persyaratan khusus, sebagaimana bentuk badan hukum lainnya, berikut penjabaran ciri-ciri dari perusahaan perseorangan:

a. Dimiliki perseorangan (individu atau perusahaan keluarga).
b. Pengelolaannya sederhana.
c. Modalnya relatif tidak terlalu besar.
d. Kelangsungan usahanya tergantung pada para pemiliknya.
e. Nilai penjualannya dan nilai tambah yang diciptakan relatif kecil.

B. Firma (fa)

Firma adalah suatu perkumpulan yang didirikan untuk menjalankan perusahaan dibawah nama bersama dan yang mana anggota-anggotanya tidak terbatas tanggung jawabnya terhadap perikatan perseroan dengan pihak ketiga. Adapun sifat atau ciri-ciri dari firma antara lain:

a. Bentuk firma ini telah digunakan baik untuk kegiatan usaha berskala besar maupun kecil.
b. Dapat berupa perusahaan kecil yang menjual barang pada satu lokasi, atau perusahaan besar yang mempunyai cabang atau kantor di banyak lokasi.
c. Masing-masing sekutu berhak memperoleh pembagian laba persekutuan firma.

C. Perseroan komanditer (CV)

Adalah suatu perseroan yang dibentuk antara satu orang atau beberapa orang persero yang secara tanggung menanggung bertanggung jawab untuk seluruhnya pada satu pihak, dan satu orang atau lebih sebagai pelepas uang pada pihak lain. Terdapat beberapa ketentuan dalam mendirikan persekutuan komanditer, seperti:

a. Pendirian perusahaan harus dibuat dengan Akta Otentik sebagai Akta Pendirian oleh Notaris dalam bahasa Indonesia.
b. Pengurus terdiri dari seorang atau lebih Direktur dan seorang atau lebih sebagai Pesero Komanditer.
c. Memiliki tempat usaha sebagai kantor yang berada dilingkungan komersial seperti gedung perkantoran, dan lain-lain.

D. Perseroan Terbatas

Perseroan Terbatas atau yang disebut Perseroan, adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Undang-Undang ini serta peraturan pelaksanaannya.

2. Aspek Ekonomi dan Lingkungan

Aspek ekonomi dan lingkungan dalam studi kelayakan bisnis menyangkut pada dampak suatu badan usaha untuk masyarakat sekitar. Aspek lingkungan merupakan salah satu bagian dari studi kelayakan. Komponen lingkungan hidup yang akan berubah secara mendasar dan penting bagi masyarakat disekitar tempat usaha antara lain kepemilikan dan penguasaan lahan, kesempatan kerja dan usaha, taraf hidup masyarakat, kesehatan masyarakat. Dampak lingkungan seperti terhadap tanah dan kehutanan, terhadap air, terhadap udara, dan terhadap manusia (Kasmir dan Jakfar, 2023:17). Pengaruh ini terutama terhadap ekonomi secara luas serta dampak sosialnya terhadap masyarakat secara keseluruhan. Dampak ekonominya berupa peningkatan pendapatan masyarakat baik yang bekerja di pabrik atau masyarakat diluar lokasi pabrik (Adnyana, 2020:15).

3. Aspek Pasar dan Pemasaran

Setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar. Pengertian pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian lain yang lebih luas tentang pasar adalah himpunan pembeli nyata dan pembeli potensial atas suatu produk. Pasar nyata maksudnya adalah himpunan konsumen yang memiliki minat, pendapatan, dan akses pada suatu produk atau jasa tertentu (Purnomo dkk, 2017:151). Aspek pasar dan pemasaran dalam studi kelayakan

bisnis menyangkut pada pertanyaan apakah ada peluang pasar untuk produk yang akan dihasilkan oleh sebuah perusahaan. Aspek tersebut dapat dilihat melalui hal-hal berikut:

a. Potensi pasar, dinilai berdasarkan bentuk pasar atau konsumen yang dipilih.
b. Jumlah konsumen potensial. Jumlah ini diketahui melalui proses mengukur dan meramal permintaan dan penawaran berdasarkan produk sejenis yang telah ada saat ini.
c. Daya beli masyarakat dengan memperhitungkan perkembangan atau pertumbuhan penduduk.
d. Segmentasi, target dan posisi produk di pasar.
e. Situasi persaingan di lingkungan industri.
f. Sikap, perilaku, dan kepuasan konsumen terhadap produk sejenis saat ini.
g. Manajemen pemasaran, terdiri atas analisis persaingan dan bauran pemasaran.

Pemasaran sendiri adalah ilmu dan seni menjelajah proses sosial atau manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk kepada pihak lain bertujuan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan memperoleh nilai dari pelanggan atau konsumen (Panjaitan, 2018:6). Sedangkan strategi atau alat taksis yang digunakan oleh manajemen pemasaran dalam mengambil keputusan untuk mencapai rencana target atau tujuan lain mengenai kegiatan pemasaran, menurut Panjaitan (2018:57) yaitu:

"Bauran pemasaran, adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan pasar sasaran. Dan bauran pemasaran atau *Marketing Mix* juga adalah semua faktor yang dapat dikuasai oleh seorang manajer dan pemasaran dalam rangka mempengaruhi permintaan konsumen terhadap barang dan jasa."

Pada dasarnya bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari 4P, yaitu:

a. *Product* (Produk)

   Produk adalah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk di dalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik atau nama baik toko yang menjual (pengecer), dan pelayanan pabrik atau pelayanan pengecer, yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya.

b. *Price* (Harga)

Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Dalam kebijakan harga, manajemen harus menentukan harga dasar dari produknya dan kemudian menentukan kebijakan yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos kirim, dan hal-hal yang berkaitan dengan masalah harga.

c. *Place* (Tempat)

Tempat diartikan sebagai distribusi. Dan distribusi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk menjadi mudah diperoleh dan selalu tersedia untuk konsumen sasaran. Hal-hal yang terkait dengan aspek tempat terdiri dari: saluran pemasaran, lokasi, cakupan pasar dan transportasi.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi meliputi semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memberikan informasi produknya ke pasar sasaran.

4. Aspek Teknis atau Operasi

Penentuan kelayakan teknis atau operasi menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan lokasi, luas produksi, dan tata letak (Kasmir dan Jakfar, 2023:150). Kelengkapan kajian aspek teknis atau operasi sangat tergantung dari jenis usaha yang akan dijalankan, karena setiap jenis usaha memiliki prioritas sendiri. Tujuan analisis aspek teknis dan adalah untuk meyakini apakah secara teknis dan pilihan teknologi, rencana bisnis dapat dilaksanakan secara layak atau tidak layak, baik pada saat pembangunan proyek maupun pada saat operasionalisasi secara rutin (Adnyana, 2020:70). Aspek teknis sendiri terdiri dari:

a. Pemilihan strategi produksi.
b. Pemilihan dan perencanaan produk yang akan diproduksi.
c. Rencana kualitas.
d. Pemilihan teknologi.
e. Perencanaan kapasitas produksi.
f. Perencanaan letak usaha (contoh: pabrik, hotel, usaha makanan-minuman, dan lain-lain) tergantung jenis bisnis produksi atau jasa.
g. Perencanaan tata letak (*layout*).
h. Perencanaan jumlah produksi (produksi tidak harus manufaktur dan sejenisnya, tetapi bisa berbentuk jasa).

i. Manajemen persediaan.

j. Pengawasan kualitas produk.

5. Aspek Manajemen

Aspek manajemen merupakan salah satu cara pencapaian sasaran-sasaran organisasi dengan cara yang efektif dan efisien melalui perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian sumber daya organisasi (Ichsan, 2019:62). Dan aspek manajemen memiliki cakupan yang sangat luas, mulai dari manajemen sumber daya manusia hingga manajemen finansial perusahaan. Semua hal yang terkait dengan bagaimana operasional perusahaan dapat dijalankan termasuk pada aspek manajemen dalam studi kelayakan bisnis.

6. Aspek Keuangan

Alat ukur untuk menentukan kelayakan suatu usaha berdasarkan kriteria investasi dapat dilakukan melalui pendekatan *Payback Period, Net Present Value, Internal Rate of return, Profitability Index.* Secara keseluruhan penilaian dalam aspek keuangan meliputi hal-hal seperti sumber-sumber dana yang akan diperoleh, kebutuhan biaya investasi, estimasi pendapatan dan biaya investasi selama beberapa periode. Kriteria penilaian investasi yang digunakan untuk menentukan kelayakan suatu usaha terdiri dari :

a. *Payback Period*

   Merupakan metode yang mengukur seberapa cepat modal investasi bisa kembali. bila *Payback period* ini lebih pendek daripada yang di tentukan maka proyek bisnis ini dikatakan menguntungkan. *Net Present Value*

   Net Present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PV kas bersih (*PV of proceed*) dan PV investasi (*capital outlays*) selama umur investasi. Selisih antara nilai kedua PV tersebutlah yang dikenal dengan *Net Present Value* (NPV).

b. *Internal Rate of Return*

   Merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil *intern*. Pada metode ini menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai investasi saat ini dengan nilai penerimaan kas bersih di masa yang akan datang.

c. *Profitability Index*

Metode ini menghitung perbandingan antara nilai sekarang penerimaan dengan penerimaan kas bersih di masa yang akan datang dengan nilai sekarang investasi.

2.1.5. Langkah Penyusunan Awal Studi Kelayakan Bisnis

Penyusunan studi kelayakan bisnis sebagai salah satu metode ilmiah pada umumnya meliputi beberapa langkah kegiatan (Daoed dan Nasution, 2021:25-28), yang secara umum adalah sebagai berikut:

a. Menemukan Ide Bisnis

Tahap pencarian ide adalah tahap di mana seseorang menemukan ide bisnis. Ide bisnis muncul karena peluang bisnis dipandang memiliki prospek yang baik. Penemuan ide bisnis ini dapat didasarkan pada bacaan, pengamatan, informasi dari orang lain, media masa lalu, atau pengalaman.

b. Lakukan Studi Pendahuluan

Sebuah studi pendahuluan dilakukan untuk mendapatkan gambaran umum tentang peluang bisnis dari ide bisnis yang akan dilakukan, termasuk prospek dan kendala yang mungkin timbul dari bisnis. Dan bila berdasarkan studi pendahuluan suatu ide bisnis diharapkan memiliki hambatan besar dan kurangnya prospek maka tidak perlu untuk membuat studi kualifikasi yang lebih dalam.

c. Desain Studi Kelayakan

Setelah tinjauan umum tentang peluang bisnis dari mana ide harus dikejar, langkah selanjutnya adalah merancang studi kelayakan yang mencakup menentukan aspek yang akan diteliti, responden, teknik pengumpulan data, persiapan kuesioner, alat analisis data, persiapan anggaran untuk studi kelayakan dengan desain desain laporan akhir.

d. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan menggunakan observasi, wawancara, atau kuesioner, sedangkan sumber data dapat berupa data primer atau sekunder. Pengumpulan data sering kali merupakan tugas yang paling memakan waktu dan mahal untuk mengatur

studi kelayakan bisnis sehingga proses pengumpulan data harus dirancang sebaik mungkin.

e. Analisis dan Interpretasikan Data

Analisis data dapat dilakukan dengan menggunakan analisis kualitatif atau kuantitatif. Analisis kualitatif dilakukan jika data yang dikumpulkan adalah data kualitatif. Analisis kuantitatif dilakukan jika data yang dikumpulkan adalah data kuantitatif.

f. Buat Kesimpulan dan Rekomendasi

Kesimpulan didasarkan pada analisis data untuk menentukan apakah ide bisnis bernilai atau tidak berdasarkan pada setiap aspek yang diteliti. Sedangkan rekomendasi memberikan panduan tentang tindak lanjut dari ide bisnis yang akan dilakukan dan memberikan catatan kapan ide bisnis tersebut akan dilaksanakan.

g. Kompilasi Laporan Studi Kelayakan Bisnis

Format dan desain laporan akhir harus disesuaikan dengan pihak-pihak yang akan menggunakan studi kelayakan bisnis. Juga, ukuran anggaran untuk menyiapkan studi kelayakan bisnis juga harus dipertimbangkan. Kegiatan penyusunan studi kelayakan bisnis tidak hanya dilakukan pada saat ada ide untuk merintis bisnis yang benar-benar baru, tetapi studi kelayakan bisnis juga diperlukan ketika pelaku bisnis akan mengembangkan usaha yang sudah ada untuk mengetahui apakah ide pegembangan bisnis layak atau tidak untuk dijalankan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian di bidang studi kelayakan bisnis analis banyak ragamnya. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Hanifa (2019) yang berjudul : “Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Kosmestik Ratu Sima Secret di JABODETABEK”. Ratu Sima Secret merupakan usaha yang bergerak dibidang perawatan wajah dengan bahan-bahan alami yang didirikan sejak tahun 2017.

Hasil penelitian menunjukan bahwa berdasarkan keempat aspek yaitu aspek pasar, manajemen, hukum dan teknis atau operasi dinyatakan layak untuk dijalankan. Analisis finansial pada usaha Kosmetik Ratu Sima Secret menunjukan bahwa *payback period* selama 2 tahun 4 bulan 18 hari, *Net Present Value* sebesar Rp 12,290,155, *Internal Rate*

of Return sebesar 23% dan *Profitability Index* sebesar 1.40. hasil analisis kelayakan ini menunjukan bahwa usaha Kosmetik Ratu Sima Secret di JABODETABEK layak dan memenuhi kriteria investasi. Kesimpulannya adalah, usaha Kosmetik Ratu Sima Secret layak untuk dijalankan.

Penelitian lain dilakukan oleh Ferdiansyah (2022) berjudul "Studi Kelayakan Bisnis Parfum Toko Tons Perfume di Marketplace Lazada".

Hasil penelitian menunjukan bahwa rencana pengembangan usaha Tons Perfume di nyatakan layak untuk dijalankan ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran, teknis, lingkungan, manajemen dan sumber daya manusia. Dalam aspek keuangan pada aspek *payback period* selama 4 tahun 9 bulan, dan *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 14,78% sudah layak dijalankan akan tetapi pada aspek *Net Present Value* sebesar Rp -270,092,329, dan *Profitability Index* sebesar 0,38 yang berarti tidak layak dijalankan, maka perhitungan besar penjualannya harus di optimalkan kembali hingga bisa dikatakan layak.

Terakhir, penelitian yang dilakukan Yani, dkk (2021) yang berjudul "Analisis Kelayakan Bisnis Pada Usaha Sweetin". Sweetin adalah usaha yang baru dirintis di kota Surabaya dalam bidang makanan (*dessert*).

Hasil penelitian menunjukan nilai NPV sebesar Rp. 1.910.819 > dari nol. Nilai IRR sebesar 110% > dari *cost of capital* 10%. Dan PP 1 bulan. Hal ini berarti kewirausahaan Sweetin ini menunjukkan bahwa secara non-finansial dan finansial layak untuk dijalankan.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

PENELITI	JUDUL	HASIL
Siti Rahmah Hanifa (2019)	Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Kosmestik Ratu Sima Secret di JABODETABEK	Aspek pasar, manajemen, hukum dan teknis/operasi dinyatakan layak untuk dijalankan. Analisis finansial pada usaha Kosmetik Ratu Sima Secret menunjukan bahwa *payback period* selama 2 tahun 4 bulan 18 hari, *Net Present Value* sebesar Rp 12,290,155, *Internal Rate of Return* sebesar 23% dan *Profitability Index* sebesar 1.40 hasil analisis kelayakan ini menunjukan bahwa usaha layak dan memenuhi kriteria investasi. Kesimpulannya adalah, usaha Kosmetik Ratu Sima Secret layak untuk dijalankan.
Feri Ferdiansyah (2022)	Studi Kelayakan Bisnis Parfum Toko Tons Perfume di Marketplace Lazada	Di nyatakan layak untuk dijalankan ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran, teknis, lingkungan, manajemen dan sumber daya manusia. Dalam aspek keuangan pada aspek *payback period* selama 4 tahun 9 bulan, dan *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 14,78% sudah layak dijalankan akan tetapi pada aspek *Net Present Value* sebesar Rp -270,092,329, dan *Profitability Index* sebesar 0,38 tidak layak dijalankan, maka perhitungan besar penjualannya harus di optimalkan kembali hingga bisa dikatakan layak.
Vivi Indah Yani, Rachmat Mustofa Pratama, Izza Islami, Iman Supriadi (2021)	Analisis Kelayakan Bisnis Pada Usaha Sweetin	Hasil penelitian menunjukan nilai NPV sebesar Rp. 1.910.819 > dari nol. Nilai IRR sebesar 110% > dari *cost of capital* 10%. Dan PP 1 bulan. Hal ini berarti kewirausahaan Sweetin ini menunjukkan bahwa secara non-finansial dan finansial layak untuk dijalankan.

2.3. Kerangka Berfikir

Pada penelitian kali ini peneliti akan menganalisis kelayakan usaha dari Aizen parfum, yang ditinjau dari berbagai aspek secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis secara kualitatif dilakukan pada aspek *non* finansial seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek manajemen dan aspek teknis atau operasional. Sedangkan analisis secara kuantitatif dilakukan pada aspek finansial menggunakan alat analisis *payback period* (PP), *net present value* (NPV), *internal rate of return* (IRR), dan *profitability index* (PI). Dari hasil

analisis ini akan diberikan rekomendasi apakah usaha Aizen layak untuk di jalankan atau tidak.

Gambar 2.1. Kerangka Berfikir Penelitian