

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis adalah kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha/proyek (Ibrahim, 2009:1). Studi kelayakan bisnis sering kali disebut juga sebagai *feasibility study*. Studi kelayakan merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima atau menolak suatu gagasan atau ide bisnis yang direncanakan.

Suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. Artinya, meneliti secara sungguh-sungguh data dan informasi yang ada kemudian diukur, dihitung, dianalisis hasil penelitian tersebut dengan menggunakan metode-metode tertentu (Kasmir dan Jakfar, 2009:6)

2.2. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis

Untuk perbankan dan lembaga keuangan, studi kelayakan bisnis dapat digunakan untuk mengetahui sejauh mana gagasan usaha yang akan dilaksanakan mampu menutupi segala kewajibannya serta prospeknya di masa mendatang. Bagi penanam modal, studi kelayakan bisnis bermanfaat sebagai gambaran usaha atau proyek yang akan dikerjakan dan melalui studi kelayakan bisnis, dapat diketahui prospek, dan kemungkinan keuntungan yang diterima. Selain itu dapat diketahui pula

jaminan keselamatan dari modal yang ditanam dan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan (Ibrahim, 2009:4)

2.3. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Kasmir dan Jakfar (2009:12) terdapat lima tujuan perlunya dilakukan studi kelayakan bisnis

1. Menghindari risiko kerugian

Untuk mengatasi risiko kerugian di masa datang, karena ada semacam kondisi ketidakpastian. Kondisi ini dapat diramalkan akan terjadi, atau memang dengan sendirinya terjadi tanpa dapat diramalkan. Fungsinya disini untuk meminimalkan risiko yang tidak diinginkan

2. Memudahkan perencanaan

Jika sudah dapat meramalkan apa yang akan terjadi, maka hal tersebut akan mempermudah dalam melakukan perencanaan. Perencanaan meliputi jumlah dana yang diperlukan, lokasi proyek, kapan usaha dijalankan, bagaimana cara menjalankan, berapa keuntungan yang akan diperoleh, dan bagaimana mengawasinya

3. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan

Dengan adanya berbagai rencana yang sudah disusun, akan sangat memudahkan untuk pelaksanaan bisnisnya. Para pelaksana telah memiliki pedoman yang harus dikerjakan, dan dapat dilakukan secara sistematis.

4. Memudahkan pengawasan

Dengan telah dilaksanakannya suatu usaha atau proyek sesuai dengan rencana, maka akan mudah bagi perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan perlu dilakukan agar pelaksanaan tidak melenceng dari rencana yang telah disusun.

5. Memudahkan pengendalian

Jika dalam pelaksanaan pekerjaan telah dilakukan pengawasan, maka apabila terjadi suatu penyimpangan akan mudah dideteksi, sehingga bisa dengan cepat dilakukan antisipasi atau pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian untuk mengembalikan pelaksanaan pekerjaan yang melenceng ke jalan yang benar.

2.4. Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Penilaian studi kelayakan bisnis ditinjau dari lima aspek yaitu, aspek pemasaran, aspek teknis, aspek SDM, aspek keuangan, dan aspek hukum.

2.4.1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Menurut Kasmir dan Jakfar (2009:40), pemasaran perlu diteliti untuk mengetahui kondisi permintaan yang ada. Peranannya sangat penting dalam menentukan kelanjutan suatu usaha. Dalam aspek pemasaran, ada beberapa hal penting yang harus diketahui tentang pasar yang akan dimasuki, antara lain:

1. Ada tidaknya pasar
2. Seberapa besarnya pasar yang ada

3. Potensi pasar
4. Tingkat persaingan yang ada, termasuk besarnya *market share* yang akan direbut dan *market share* kompetitor.

Kompetitor langsung adalah perusahaan yang memproduksi barang atau menawarkan jasa, yang sama atau mirip dalam pasar yang sama (<http://www.thetimes100.co.uk/theory/theory--business-competitors--272.php>, diakses tanggal 20 Juli 2011).

Selanjutnya, perusahaan harus menentukan sasaran dalam memasarkan produknya. Untuk itu, strategi-strategi pemasaran harus dibuat dan nantinya akan diterapkan untuk mencapai sasaran yang dituju. Sifat strategi ini bisa bersifat jangka pendek, menengah, maupun panjang. Menurut Kasmir dan Jakfar (2009:41) ada lima tujuan perusahaan memasarkan produknya:

1. Untuk meningkatkan penjualan dan laba
2. Untuk menguasai pasar
3. Untuk mengurangi saingan
4. Untuk menaikkan prestise produk tertentu di pasaran
5. Untuk memenuhi pihak-pihak tertentu

2.4.1.1. Analisis SWOT

Menurut Hooley, Piercy, dan Nicoulaud (2008:42), analisis SWOT (strength, weakness, opportunity, threat) bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perusahaan dan pasar secara signifikan, baik internal maupun eksternal. Selain itu, analisis SWOT juga bertujuan untuk menggabungkan kekuatan dan kelemahan, dengan peluang dan ancaman untuk membuat strategi. Analisis SWOT dibagi menjadi empat bagian, yaitu:

1. Strategi SO

Menggunakan kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan peluang pasar.

2. Strategi ST

Menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari berbagai ancaman eksternal.

3. Strategi WO

Meminimalkan kelemahan perusahaan agar dapat menghadapi peluang pasar.

4. Strategi WT

Menerapkan strategi agar dapat bertahan dari ancaman eksternal dan konflik internal.

2.4.1.2. Analisis STP

Dalam pemasaran harus dibuat strategi yang tepat agar perusahaan dapat bersaing. Menurut Kodrat (2009:122) setelah mengetahui kondisi internal dan eksternal perusahaan, maka langkah selanjutnya adalah menentukan strategi dan

taktik marketing, dimana hal tersebut mencakup STP (segmentasi, *targeting*, dan *positioning*).

1. Segmentasi

Menurut Kasmir dan Jakfar (2009:47), segmentasi adalah membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau *marketing mix* yang berbeda pula. Variabel utama dalam melakukan segmentasi adalah pemetaan berdasarkan geografis, demografis, psikografis, dan perilaku.

Tolak ukur dari segmentasi adalah pasar yang besar dan memberikan keuntungan

2. *Targeting*

Targeting adalah mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Kegiatan ini meliputi evaluasi segmen pasar, dan memilih satu atau lebih segmen pasar yang memiliki nilai tinggi bagi perusahaan.

Tolak ukur dari *targeting* adalah segmen yang dituju harus dapat ditarik, dilayani, dan dipertahankan (*sustainable*).

3. *Positioning*

Menentukan posisi yang kompetitif untuk produk dalam suatu pasar. Kegiatan ini dilakukan setelah menentukan segmen mana yang akan dimasuki. Posisi produk didefinisikan oleh konsumen berdasarkan atribut-atributnya. Strategi menentukan posisi pasar terdiri dari atas dasar atribut, kesempatan

penggunaan, menurut kelas pengguna, langsung menghadapi pesaing, dan kelas produk.

Tolak ukur dari *positioning* adalah konsistensi terutama dalam hal kualitas, dan menunjukkan produk sebagai sesuatu yang berbeda dari pasar yang ada dalam hal kesehatan.

2.4.1.3. Marketing Mix

Marketing mix menurut Kotler dan Armstrong (2008:48) adalah sebuah alat marketing yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk digunakan dalam membuat respon berkaitan dengan pasar yang dituju. *Marketing mix* memiliki empat aspek, yaitu:

1. *Product*

Barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan untuk pangsa pasar yang dituju. Strategi yang dapat dilakukan adalah menentukan logo yang positif dan menarik perhatian, menciptakan merek yang mudah diingat dan memiliki arti positif, dan menciptakan kemasan suatu produk yang memenuhi berbagai persyaratan seperti kualitas, bentuk, dan warna.

Tolak ukurnya adalah tidak menggunakan penyedap rasa atau MSG dan menggunakan *soybean oil 100%* sebagai minyak penggorengan.

2. *Price*

Sejumlah uang yang harus dibayarkan pembeli untuk memperoleh produk. Besarnya harga yang harus dipasang disesuaikan dengan tujuan penentuan

harga. Tiga strategi dasar dalam penetapan harga menurut Kasmir dan Jakfar (2009:53) yaitu:

a. *Skimming pricing*

Harga awal produk ditetapkan setinggi-tingginya dengan tujuan bahwa produk atau jasa memiliki kualitas yang tinggi.

b. *Penetration pricing*

Menetapkan harga yang serendah mungkin untuk menguasai pasar

c. *Status quo pricing*

Menetapkan harga disesuaikan dengan harga pesaing.

Tolak ukurnya adalah dengan menetapkan harga yang sebanding dengan pesaing yang sejenis dalam hal bidang usaha restoran *fast food* dengan jenis makanan *Chinese Food*.

3. *Place*

Tempat perusahaan memproduksi barang dan jasanya, dan memasarkannya kepada pembeli. Tolak ukurnya adalah akses yang mudah, mudah diidentifikasi, fasilitas sarana dan prasarana seperti tempat parkir, dan ada tidaknya restoran lain dalam suatu lokasi.

4. *Promotion*

Aktivitas perusahaan untuk mengkomunikasikan kelebihan produknya agar pembeli dapat dipersuasi untuk membeli. Ada empat sarana promosi yang dapat digunakan, seperti iklan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi. Tolak ukurnya adalah *website*, diskon dan iklan.

2.4.2. Aspek Teknis

Aspek teknis sangat penting untuk dilakukan sebelum perusahaan dijalankan. Apabila aspek teknis tidak dianalisis dengan baik, maka akibatnya bisa fatal bagi perusahaan dalam perjalanannya nanti. Kelengkapan yang perlu diperhatikan dalam aspek teknis antara lain seperti masalah penentuan lokasi, luas produksi, tata letak, penyusunan peralatan, dan proses produksi termasuk pemilihan teknologi (Kasmir dan Jakfar, 2009:145).

2.4.2.1. Lokasi Usaha

Pertimbangan dalam menentukan lokasi usaha adalah jenis usaha yang dijalankan, lokasi yang dekat dengan pasar, konsumen, dan bahan baku, tersedianya tenaga kerja, sarana dan prasarana, pusat pemerintahan, berdekatan dengan lembaga keuangan, kemudahan untuk ekspansi, adat istiadat setempat, dan hukum yang berlaku di wilayah setempat.

Tolak ukur untuk pemilihan lokasi usaha yang layak untuk dipertimbangkan adalah jenis usaha, lokasi yang dekat dengan CBD (*Central Business District*), tersedia sarana dan prasarana, dan ketersediaan tenaga kerja.

2.4.2.2. Tata Letak

Tata letak adalah suatu proses dalam penentuan bentuk dan penempatan fasilitas yang dapat menentukan efisiensi produk/operasi. Dengan pengadaaan tata letak, ada tujuh keuntungan yang dapat diperoleh, antara lain:

- a. memberikan ruang gerak yang memadai untuk beraktivitas dan pemeliharaan
- b. pemakaian ruang yang efisien

- c. mengurangi biaya produksi maupun investasi
- d. aliran material menjadi lancar
- e. pengangkutan material dan barang jadi yang rendah
- f. kebutuhan persediaan yang rendah
- g. memberikan kenyamanan, kesehatan, dan keselamatan kerja yang lebih baik.

Untuk memperoleh tata letak yang baik, maka perusahaan perlu menentukan hal-hal berikut:

- a. Kapasitas dan tempat yang dibutuhkan, dengan mengetahui mesin dan peralatan yang akan digunakan
- b. Peralatan untuk menangani material atau bahan seperti derek dan kereta otomatis.
- c. Lingkungan dan estetika seperti sirkulasi ruang udara, dan jendela.
- d. Arus informasi
- e. Biaya perpindahan antara tempat kerja yang berbeda.

Tolak ukur untuk tata letak yang baik adalah memberikan ruang gerak yang efisien untuk mendukung proses kerja yang cepat.

2.4.2.3. Pemilihan Teknologi

Yang perlu diperhatikan dalam pemilihan teknologi adalah:

- a. Ketepatan teknologi dengan bahan bakunya
- b. Keberhasilan teknologi di tempat lain
- c. Pertimbangan teknologi lanjutan
- d. Besarnya biaya investasi dan biaya pemeliharaan

- e. Kemampuan tenaga kerja dan kemungkinan pengembangannya
- f. Pertimbangan pemerintah dalam hal tenaga kerja

Tolak ukur dalam pemilihan teknologi adalah fungsi operasionalnya, dimensi, kapasitas, penggunaan listrik, dan kemudahan operasional.

2.4.3. Aspek SDM

Aspek SDM atau sumber daya manusia merupakan aspek yang penting untuk dianalisis untuk kelayakan suatu usaha. Hal ini dikarenakan meskipun suatu usaha dikatakan layak, semuanya tidak dapat berjalan tanpa didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten, dan organisasi yang baik (Kasmir dan Jakfar 2009:161). Pengawasan terhadap kegiatan usaha dilakukan secara teratur. Apabila terjadi suatu penyimpangan, maka hal tersebut harus segera ditindak lanjuti dan diperbaiki agar tidak merugikan perusahaan. Beberapa karakteristik pengawasan atau pengendalian yang efektif, menurut Herlianto dan Pujiastuti (2009:38) adalah:

- a. Akurat
- b. Tepat waktu
- c. Dipusatkan pada titik pengendalian yang strategis
- d. Ekonomis
- e. Realistis dari sisi organisasi
- f. Fleksibel.

2.4.3.1. Struktur Organisasi

Untuk memudahkan perencanaan tersebut, maka dibuatlah kelompok kerja dari berbagai aktivitas, dan mengelompokkan orang-orang ke dalam hubungan kerja, sehingga para pekerja dapat bekerja seekonomis mungkin dalam bidangnya masing-masing. Langkah yang dibutuhkan adalah dengan pembagian *job description*, dan struktur organisasi. Ada empat jenis struktur organisasi, yaitu:

- a. Organisasi garis
- b. Organisasi fungsional
- c. Organisasi garis dan staf
- d. Organisasi fungsional dan staf

Tolak ukur dalam struktur organisasi menurut Madura (2007:278) disesuaikan dengan jenis usaha tersebut. Struktur organisasi tiap-tiap perusahaan bisa berbeda, bergantung pada jenis usaha yang dijalankan.

2.4.3.2. Tenaga Kerja

Tenaga kerja erat kaitannya dengan manajemen sumber daya manusia. Kesiapan perusahaan yang berkaitan dengan manajemen sumber daya manusia mulai dari pengadaan sampai pada penempatannya di jabatan tertentu untuk menjalankan kegiatan perusahaan adalah hal yang penting (Kasmir dan Jakfar, 2009:165). Beberapa poin penting yang berkaitan dengan sumber daya manusia, seperti:

1. Analisis Jabatan yang memuat dua hal, yaitu uraian jabatan (identitas, fungsi, tugas, wewenang, tanggung jawab, hubungan kerja, kondisi kerja, dan bahan, alat, dan mesin yang digunakan), dan persyaratan jabatan

(pendidikan, pelatihan, pengalaman, psikologi, dan persyaratan khusus). Tolak ukur dalam analisis jabatan adalah persyaratan pendidikan, dan pengalaman kerja.

2. Kompensasi didefinisikan sebagai penghargaan atau imbalan yang diterima para tenaga kerja atau karyawan atas kontribusinya dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Bentuk kompensasi berupa finansial (upah, gaji, komisi, bonus, dan asuransi), dan non financial (rasa aman, pengembangan diri, fleksibilitas karier, peluang kenaikan penghasilan, simbol status, pujian dan pengakuan, kenyamanan tugas, dan persahabatan). Besarnya kompensasi bergantung pada tanggung jawab dan kontribusi karyawan kepada perusahaan
3. Keselamatan kerja
Keselamatan kerja diukur melalui penggunaan peralatan yang benar, pengetahuan yang memadai terhadap penggunaan peralatan, dan pengetahuan dasar dalam menghadapi situasi darurat.

2.4.4. Aspek Hukum

Untuk memulai studi kelayakan umumnya dimulai dari aspek hukum. Tujuan dari aspek hukum adalah untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan, dan keaslian dokumen yang dimiliki. Penelitian ini sangat penting, untuk menjamin segala prosedur yang berkaitan dengan izin dan persyaratan dapat lebih dulu dipenuhi (Kasmir dan Jakfar, 2009:23)

Dalam aspek hukum, bentuk legalitas usaha adalah suatu hal yang harus diperhatikan Menurut Sukardi dan Sari (2007:31), dan Daft (2007:267), terdapat tiga bentuk legal yang sesuai untuk mendirikan sebuah perusahaan. Salah satu dari tiga bentuk legal tersebut adalah perseorangan. Perseorangan adalah bisnis dengan satu pemilik. Pemilik bertanggung jawab atas keseluruhan harta kekayaan perusahaan tersebut dan memiliki hak penuh atas keuntungan yang diperoleh

Menurut Herlianto dan Pujiastuti (2009:56), pendirian usaha bisnis meliputi beberapa ketentuan hukum yang berlaku termasuk perizinan, seperti:

1. Izin Lokasi (akte tanah, bukti pembayaran PBB terakhir, rekomendasi dari RT/RW/Kecamatan)
2. Izin Usaha (akte pendirian perusahaan dari notaris setempat PT/CV atau berbentuk badan hukum lainnya, NPWP, SIUP, TDP, surat izin tempat usaha dari pemda setempat, surat tanda rekanan dari pemda setempat, dan surat tanda terbit yang dikeluarkan oleh Kanwil Departemen Penerangan)

Tolak ukur untuk aspek hukum ini ada dua jenis, yaitu lokasi dan usaha. Tolak ukur untuk lokasi adalah kesiapan konsep dan perencanaan sebagai bahan pertimbangan pihak manajemen mall “X” agar izin pengerjaan proyek dalam mall dikeluarkan. Tolak ukur izin usaha adalah KTP, NPWP, SIUP, dan TDP.

2.4.5. Aspek Keuangan

Investasi yang akan dilakukan tentunya membutuhkan sejumlah modal atau uang. Modal digunakan untuk membiayai bisnis, mulai dari pra investasi, biaya investasi aktiva tetap, hingga modal kerja, Untuk memenuhi kebutuhan investasi, sumber modal bisa bervariasi. Bisa modal sendiri, atau pinjaman. Secara keseluruhan, penilaian aspek keuangan meliputi hal-hal seperti sumber dana yang akan diperoleh, kebutuhan biaya investasi, estimasi pendapatan dan biaya investasi selama beberapa periode termasuk jenis-jenis dan jumlah biaya yang dikeluarkan selama umur investasi, proyeksi neraca dan laporan laba/rugi untuk beberapa periode ke depan, kriteria penilaian investasi, dan rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan (Kasmir dan Jakfar, 2009:87).

2.4.5.1. Sumber Dana

Sumber dana bisa berasal dari pihak eksternal dan pihak internal. Pihak eksternal seperti lembaga keuangan, dan pihak internal seperti penggunaan modal sendiri, penjualan saham, dan pembagian persentase modal disetor bersama dengan orang lain atau investor.

2.4.5.2. Biaya Kebutuhan Investasi

Investasi dilakukan dalam berbagai bentuk dan digunakan untuk membeli aset yang dibutuhkan untuk kegiatan usaha. Aset yang dibeli adalah aset tetap yang dibutuhkan perusahaan mulai dari pendirian hingga operasional. Karena itulah, daftar biaya kebutuhan investasi harus dibuat lebih dahulu. Komponen dalam biaya kebutuhan investasi adalah biaya pra investasi, biaya aktiva tetap, dan biaya operasi.

2.4.5.3. Proyeksi Laba Rugi

Berfungsi untuk menggambarkan besarnya pendapatan yang diperoleh pada suatu periode ke periode berikutnya. Dalam proyeksi tersebut, akan tergambarkan jenis-jenis biaya yang dikeluarkan berikut jumlahnya dalam periode yang sama.

2.4.5.4. Laporan Perubahan Modal

Menurut Bazley, Jones, dan Nikolai (2009:59), Laporan perubahan modal adalah bagian dari laporan keuangan yang menyimpulkan perubahan pada modal perusahaan dalam jangka waktu tertentu, biasanya satu tahun atau per kuartal.

2.4.5.5. Neraca

Neraca menurut Harrison dan Horngren (2007:19) adalah bagian dari laporan keuangan yang menyajikan daftar aktiva, kewajiban, dan ekuitas pemilik suatu entitas per tanggal tertentu, biasanya pada akhir bulan atau tahun berjalan. Neraca bisa diibaratkan sebagai potret sebuah entitas.

2.4.5.6. Proyeksi Arus Kas

Arus kas adalah aliran kas yang ada di perusahaan dalam suatu periode tertentu. Dalam arus kas semua data pendapatan yang akan diterima dan biaya yang akan dikeluarkan diestimasi sedemikian rupa, sehingga menggambarkan kondisi pemasukan dan pengeluaran di masa yang akan datang

2.4.5.7. Analisis Kriteria Investasi

2.4.5.7.1. NPV (*Net Present Value*)

NPV adalah selisih antara *Present Value* dari investasi dengan nilai sekarang dari penerimaan-penerimaan kas bersih dimasa yang mendatang (Herlianto dan Pujiastuti, 2009:47). Untuk menghitung nilai sekarang perlu ditentukan tingkat bunga yang relevan. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung NPV:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1 + K)^t} - I_0$$

Dimana : CF_t = aliran kas pertahun pada periode t

I_0 = investasi awal pada tahun 0

K = suku bunga *discount rate*

Penilaian NPV:

Jika $NPV > 0$ maka investasi diterima

Jika $NPV < 0$ maka investasi sebaiknya ditolak

Jika $NPV = 0$ maka nilai perusahaan tetap walau usulan proyek diterima atau ditolak.

2.4.5.7.2. IRR (*Internal Rate of Return*)

Penghitungan kriteria investasi IRR atau *Internal Rate of Return* digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan di masa yang akan datang, atau penerimaan kas, dengan pengeluaran investasi awal (Herlianto dan Pujiastuti, 2009:48). Rumus IRR adalah sebagai berikut:

$$I_0 = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1 + IRR)^t}$$

Dimana : t = tahun ke

n = jumlah tahun

I₀ = nilai investasi awal

CF_t = arus kas bersih

IRR = tingkat bunga yang dicari harganya.

Kemudian dilanjutkan dengan rumus :

$$IRR = P_1 - C_1 \times \frac{P_2 - P_1}{C_2 - C_1}$$

Dimana : P₁ = tingkat bunga ke-1

P₂ = tingkat bunga ke-2

C₁ = NPV ke-1

C₂ = NPV ke-2

Kesimpulannya adalah :

IRR lebih besar (>) dari bunga pinjaman, maka diterima

IRR lebih kecil (<) dari bunga pinjaman, maka ditolak

2.4.5.7.3. PP (*Payback Period*)

PP adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran dana investasi dengan menggunakan aliran kas (Herlianto dan Pujiastuti, 2009:47). Dengan kata lain PP adalah rasio antara dana investasi dengan kas masuk bersih, yang hasilnya adalah satuan waktu. Berikut adalah rumus yang digunakan :

$$PP = \text{Investasi} / \text{Kas Bersih per tahun} \times 1 \text{ tahun}$$

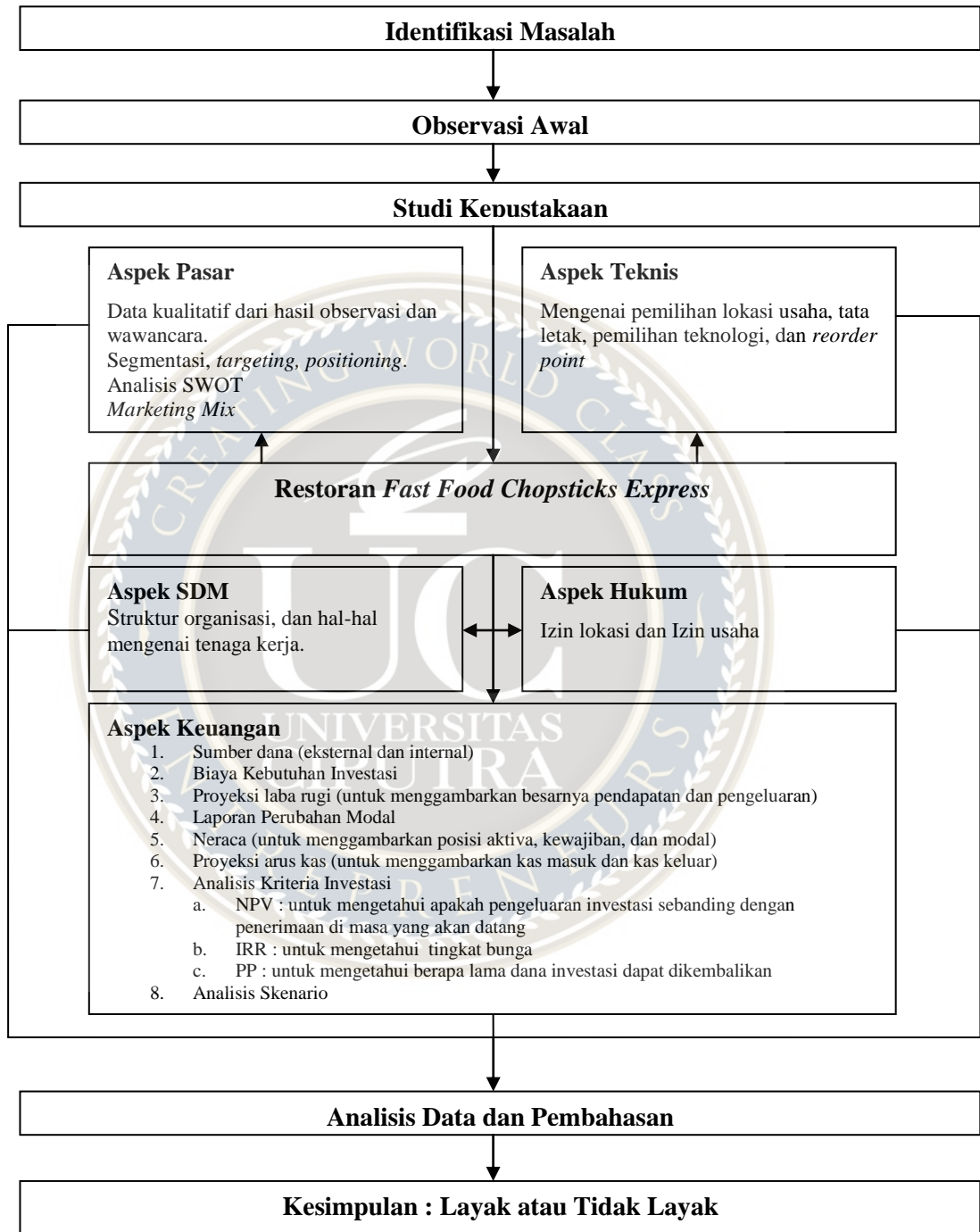
Penilaiannya adalah :

Jika PP lebih kecil dari umur investasi, maka diterima

2.4.5.8. Analisis Skenario

Analisis skenario menurut Brigham dan Besley (2008:413) adalah sebuah teknik analisis risiko yang memperhitungkan sensitivitas NPV terhadap beberapa variabel kunci dan besar perubahan yang mungkin terjadi. Dalam analisis skenario dibuat rangkaian kondisi seperti misalnya, penjualan turun, HPP naik, dan beban naik. Kondisi tersebut dinamakan skenario pesimis. Sebaliknya juga dibuat rangkaian kondisi seperti penjualan naik, HPP turun, dan beban turun, yang dinamakan skenario optimis.

2.5. Kerangka Konseptual



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual
Sumber: Data primer diolah

Gambar 2.1 yang menggambarkan kerangka konseptual dari penelitian studi kelayakan restoran *fast food Chopsticks Express*. Penelitian ini dimulai dengan urutan-urutan sebagai berikut:

1. Identifikasi masalah yang akan dijadikan bahasan penelitian. Masalah yang diidentifikasi untuk penelitian ini adalah kelayakan berdirinya usaha restoran *fast food Chopsticks Express* dilihat dari lima aspek yaitu pasar dan pemasaran, teknis, SDM, hukum, dan keuangan.
2. Observasi awal adalah langkah kedua, dimana dilakukan observasi mengenai obyek penelitian yang diperlukan. Misalnya lokasi usaha, kompetitor, peralatan yang dibutuhkan, dll.
3. Langkah ketiga adalah studi kepustakaan, yaitu mencari teori-teori yang relevan dengan topik penelitian.
4. Berdasarkan teori yang diperoleh, maka data-data kelima aspek yang dibutuhkan untuk penelitian studi kelayakan ini mulai dicari untuk kemudian dianalisa.
5. Setelah data-data terkumpul, maka dilakukan analisa dan pembahasan sesuai dengan teori-teori yang telah dicari melalui studi kepustakaan.
6. Setelah analisa dan pembahasan, maka hasil penelitian dapat disimpulkan sesuai dengan kriteria layak atau tidak layak dari masing-masing aspek.