

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kajian Induktif

##### 2.1.1 Pengertian Investasi

Proses pemupukan modal atau yang biasa juga disebut dengan investasi menurut (Soekirno, 1994) dapat diartikan sebagai pengeluaran atau pembelanjaan penanam-penanam modal atau perusahaan untuk membeli barang-barang modal dan perlengkapan-perengkapan produksi untuk menambah kemampuan memproduksi barang-barang dan jasa-jasa yang tersedia dalam perekonomian dalam bentuk :

1. Pembelian berbagai jenis barang modal yaitu mesin-mesin dan peralatan produksi lainnya untuk mendirikan berbagai jenis industri dan perusahaan.
2. Pengeluaran untuk mendirikan rumah tempat tinggal, bangunan kantor, pabrik dan bangunan-bangunan lainnya.
3. Pertambahan nilai stok barang-barang yang belum terjual, bahan mentah, dan barang yang masih dalam proses produksi.

(Jhingan, 2003) mengemukakan bahwa tujuan pokok pembangunan ekonomi adalah untuk membangun peralatan modal dalam skala yang cukup untuk meningkatkan produktivitas. Singkatnya hakikat pembangunan ekonomi adalah penciptaan modal “overhead sosial“ dan ekonomi. Hal ini mungkin saja jika laju pembentukan modal di dalam negeri cukup cepat, yaitu jika bagian dari pendapatan atau output masyarakat di investasikan dalam peralatan modal. investasi dalam peralatan modal tidak saja meningkatkan produksi tetapi juga kesempatan kerja. Pembentukan modal menghasilkan kemajuan tehnik yang menunjang tercapainya ekonomi produksi skala luas dan

meningkatnya spesialisasi. Pembentuk modal memberikan mesin, alat, dan perlengkapan bagi tenaga kerja yang semakin meningkat.

### 2.1.2 Pengertian Bisnis

Pendapat Raymond E Glos dalam bukunya yang berjudul “*Business : its nature and environment : An Introduction*” yang dikutip oleh Umar, bisnis adalah seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standard serta kualitas hidup mereka (Umar, 2005)

### 2.1.3 Pengertian Produk

Pengertian produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Keller, 2009). Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Produk adalah elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya (Tjiptono, 2008).

Berdasarkan beberapa definisi diatas, maka produk didefinisikan sebagai kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk di dalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merek ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya.

#### A. Atribut Produk :

Beberapa atribut yang menyertai dan melengkapi produk (karakteristik atribut produk) adalah (Amstrong, 2008) :

1. Merek (branding)

Merek (brand) adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semua ini yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari satu atau kelompok penjual dan membedakannya dari produk pesaing. Pemberian merek merupakan masalah pokok dalam strategi produk. Pemberian merek itu mahal dan memakan waktu, serta dapat membuat produk itu berhasil atau gagal. Nama merek yang baik dapat menambah keberhasilan yang besar pada produk (Amstrong, 2008).

2. Pengemasan (*Packing*)

Pengemasan (*packing*) adalah kegiatan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk. Pengemasan melibatkan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk.

3. Kualitas Produk (*Product Quality*)

Kualitas Produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program "Total Quality Manajemen (TQM)". Selain mengurangi kerusakan produk, tujuan pokok kualitas total adalah untuk meningkatkan nilai konsumen.

#### 2.1.4 Pengertian Manajemen Bisnis

Manajemen terdiri dari keseluruhan fungsi beserta tugas yang meliputi sebuah sistem penyusunan perusahaan, pembiayaan, penyediaan seluruh peralatan di sebuah perusahaan, penetapan garis-garis besar serta penyusunan kerangka organisasi hingga pada pemilihan para pejabat teras di dalamnya (Kimball, 1951).

### 2.1.5 Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis adalah penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya suatu bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan (Umar H. , 2005).

#### A. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis

Sebuah studi kelayakan sebuah bisnis akan memiliki manfaat yang berguna bagi beberapa pihak (Umar H. , 2005), yaitu:

##### 1. Pihak Investor

Jika hasil studi kelayakan yang telah dibuat ternyata layak untuk direalisasikan, pemenuhan kebutuhan akan pendanaan dapat mulai di cari, misalnya dari investor atau pemilik modal yang mau menanamkan modalnya pada proyek yang akan dikerjakan itu.

##### 2. Pihak Kreditor

Pendanaan proyek dapat juga dipinjam dari bank, dimana pihak bank sebelumnya memustuskan untuk memberikan kredit atau tidak, diperlukan kajian dari studi kelayakan bisnis yang ada.

##### 3. Pihak Manajemen Perusahaan

Studi kelayakan ini dapat berguna sebagai gambaran tentang potensi sebuah proyek di masa yang akan datang dengan berbagai aspeknya.

##### 4. Pihak Pemerintah dan Masyarakat

Penyusunan studi kelayakan ini perlu memperhatikan kebijakan-kebijakan yang telah diterapkan oleh pemerintah karena bagaimanapun, pemerintah dapat secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kebijakan perusahaan.

## 5. Bagi Tujuan Pembangunan Ekonomi

Dalam menyusun studi kelayakan ini perlu juga dianalisis manfaat yang akan di dapat dan biaya yang akan timbul oleh proyek terhadap perekonomian nasional.

### 2.1.6 Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Paling tidak ada 5 (lima) tujuan mengapa sebelum suatu bisnis dijalankan perlu adanya dilakukan studi kelayakan (Kasmir J. d., 2012), yaitu :

#### 1. Menghindari resiko kerugian,

Untuk menghindari resiko kerugian di masa yang akan datang, karena di masa yang akan datang terdapat ketidakpastian. Kondisi ini yang dapat diramalkan akan terjadi atau memang dengan sendirinya terjadi tanpa dapat diramalkan. Dalam hal ini fungsi studi kelayakan adalah untuk meminimalkan resiko yang tidak kita inginkan baik resiko yang dapat kita kendalikan maupun yang tidak dapat kita kendalikan.

#### 2. Memudahkan perencanaan,

Jika dapat meramalkan apa yang akan terjadi pada masa yang akan datang, maka akan mempermudah kita dalam melakukan perencanaan.

Perencanaan meliputi beberapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha akan dijalankan, dimana lokasi akan di bangun, siapa-siapa yang melaksanakannya, bagaimana cara menjalankannya, berapa besar keuntungan yang akan diperoleh, serta bagaimana mengawasinya jika terjadi penyimpangan.

#### 3. Mempermudah pelaksanaan pekerjaan,

Dengan adanya berbagai rencana yang sudah disusun akan sangat memudahkan pelaksanaan bisnis. Para pelaksana yang mengerjakan bisnis tersebut telah memiliki pedoman yang dapat dikerjakan. Sehingga pekerjaan berjalan pada tujuan yang jelas dengan pembagian tugas-tugas yang telah dirancang dengan baik.

4. Mempermudah pengawasan,

Dengan telah dilaksanakan suatu usaha atau proyek sesuai dengan rencana yang sudah disusun, maka akan memudahkan perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pelaksanaan pengawasan dapat dilakukan berdasarkan hasil yang ditimbulkan berdasarkan target dari rencana bisnis tersebut.

5. Mempermudah pengendalian,

Tujuan pengendalian adalah untuk mengembalikan pelaksanaan pekerjaan yang melenceng ke arah yang sesungguhnya, berdasarkan kebijakan-kebijakan tertentu.

#### **2.1.6.1 Tahapan Studi Kelayakan Bisnis**

Dalam melaksanakan studi kelayakan bisnis atau usaha, ada beberapa tahapan studi yang dikerjakan berdasarkan (Umar H. , 2005) , yaitu:

1. Penemuan Ide Proyek

Produk atau Jasa yang akan dibuat haruslah berpotensi untuk dijual dan menguntungkan. Karena itu, penelitian terhadap kebutuhan pasar dan jenis produk atau jasa dari usaha harus dilakukan. Penelitian jenis produk dapat dilakukan dengan kriteria-kriteria bahwa suatu produk atau jasa dibuat untuk memenuhi kebutuhan pasar yang masih belum terpenuhi, memenuhi kebutuhan manusia tetapi produk atau jasa tersebut belum ada.

2. Tahap Penelitian

Setelah ide-ide proyek dipilih, selanjutnya dilakukan penelitian yang lebih mendalam dengan memakai metode ilmiah. Proses itu dimulai dengan mengumpulkan data, lalu mengolah data dengan memasukkan teori-teori yang relevan, menganalisis dan menginterpretasi hasil pengolahan data dengan alat-alat analisis yang sesuai.

3. Tahap Evaluasi Proyek

Ada tiga macam evaluasi proyek. Pertama, mengevaluasi usulan proyek yang akan didirikan. Kedua, proyek yang sedang beroperasi. Dan yang Ketiga, mengevaluasi proyek yang baru selesai dibangun. Evaluasi berarti membandingkan antara sesuatu dengan satu atau lebih standar atau kriteria, dimana standar atau kriteria ini bersifat kuantitatif maupun kualitatif.

#### 4. Tahap Pengurutan Usulan yang Layak

Jika terdapat lebih dari satu usulan proyek bisnis yang dianggap layak dan terdapat keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki manajemen untuk merealisasikan semua proyek tersebut, maka perlu dilakukan pemilihan proyek yang dianggap paling penting untuk direalisasikan. Sudah tentu, proyek yang diprioritaskan ini mempunyai skor tertinggi jika dibandingkan dengan usulan proyek yang lain berdasarkan kriteriakriteria penilaian yang telah ditentukan.

#### 5. Tahap Rencana Pelaksanaan Proyek Bisnis

Setelah suatu usulan proyek dipilih untuk direalisasikan, perlu dibuat suatu rencana kerja pelaksanaan pembangunan proyek itu sendiri. Mulai dari menentukan jenis pekerjaan, jumlah dan kualifikasi tenaga pelaksana, ketersediaan dana dan sumber daya lain, kesiapan manajemen dan lain-lain.

#### 6. Tahap Pelaksanaan Proyek Bisnis

Setelah semua persiapan yang harus dikerjakan selesai disiapkan, tahap pelaksanaan proyek pun dimulai. Semua tenaga pelaksana proyek, mulai dari pemimpin sampai pada 13 tingkat yang paling bawah, harus bekerja sama dengan sebaik-baiknya sesuai dengan rencana yang telah diterapkan

### **2.1.7 Aspek – Aspek Studi Kelayakan Bisnis**

Belum ada keseragaman mengenai aspek-aspek bisnis apa saja yang harus dikaji dalam rangka studi kelayakan bisnis (Umar H. , 2003). Dalam proses analisis setiap aspek saling

berketerkaitan antara satu aspek dengan aspek yang lainnya. Mengacu kepada konsep bisnis terdahulu aspek yang perlu diteliti adalah sebagai berikut :

### **2.1.7.1 Aspek Pasar**

Peranan aspek pasar dalam pendirian maupun perluasan usaha pada studi kelayakan proyek maupun studi kelayakan bisnis merupakan variabel pertama atau yang utama untuk mendapatkan perhatian. Terdapat dua masalah utama dalam aspek pasar pengukuran pasar potensial saat sekarang dan pada saat yang akan datang, pengertian dari pasar potensial adalah keseluruhan jumlah produk atau sekelompok produk yang mungkin dapat dijual dalam pasar tertentu dalam priode tertentu. Adapun karakteristik yang harus diperhatikan dalam aspek pasar yaitu seperti :

- a. Permintaan, baik secara total maupun diperinci menurut daerah, jenis konsumen. Dalam hal ini pengukuran dan peramalan permintaan merupakan pokok utama dalam aspek pasar, tujuan dari peramalan dan pengukuran permintaan tersebut adalah usaha untuk mengurangi terjadinya hal yang berlawanan antara keadaan yang sungguh-sungguh dengan apa yang menjadi hasil peramalan. Disini juga perlu diperkirakan tentang proyeksi permintaan tersebut.
- b. Penawaran, diartikan sebagai berbagai kuantitas barang yang ditawarkan dipasar pada berbagai tingkat harga. Penawaran yang timbul baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Bagaimana perkembangan dimasa lalu dan bagaimana perkiraan dimasa yang akan datang. Adapun Faktor yang mempengaruhi penawaran ini seperti, harga barang-barang lain, biaya factor produksi, tujuan perusahaan dan tingkat teknologi.
- c. Harga, dilakukan perbandingan dengan barang-barang import dalam negeri lainnya.
- d. Program pemasaran, mencakup strategi yang digunakan untuk mencapai market share yang telah ditetapkan dan untuk keperluan ini perlu diperhatikan kedudukan produk, dan segmen pasar yang direncanakan.
- e. Perkiraan penjualan yang akan dicapai perusahaan, market share yang bisa dikuasai perusahaan.



Aspek pasar digunakan untuk melakukan proses peramalan penjualan yang akan dilakukan oleh perusahaan di masa yang akan datang dan menggunakan data dari masa lalu.

Forecasting adalah memperkirakan sesuatu yang akan terjadi (Subagyo, 2000). Peramalan adalah suatu usaha untuk meramalkan keadaan di masa mendatang melalui pengujian keadaan di masa lalu (Handoko, 1999).

Menurut Taylor (2004) Peramalan yaitu sebuah prediksi mengenai apa yang akan terjadi di masa depan (Khusharyanto, 2011). Sebuah perusahaan yang menghasilkan barang hasil produksi memerlukan bahan baku, seperti halnya PT. Kusumahadi Santosa memerlukan bahan baku dalam proses produksi. Dalam memenuhi kebutuhan bahan baku diperlukan peramalan. Dari pengertian para ahli diatas, maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa Peramalan adalah seni dan ilmu memprediksi peristiwa-peristiwa masa depan dengan melakukan studi terhadap data historis untuk menemukan hubungan, kecenderungan dan pola yang sistematis.

Pada jenis peramalan dapat dibedakan menjadi beberapa tipe. Dilihat dari perencanaan operasi di masa depan, maka peramalan dibagi menjadi 3 macam yaitu (Render, 2005):

- a. Peramalan ekonomi (*economic forecast*) menjelaskan siklus bisnis dengan memprediksi tingkat inflasi, ketersediaan uang, dana yang dibutuhkan untuk membangun perumahan dan indikator perencanaan lainnya.
- b. Peramalan teknologi (*technological forecast*) memperhatikan tingkat kemajuan teknologi yang dapat meluncurkan produk baru yang menarik, yang membutuhkan pabrik dan peralatan baru.
- c. Peramalan permintaan (*demand forecast*) adalah proyeksi permintaan untuk produk atau layanan suatu perusahaan.

Peramalan biasanya diklasifikasikan berdasarkan horizon waktu masa depan yang dicakupnya. Menurut Taylor (2004) dalam hubungannya dengan horizon waktu peramalan terbagi atas beberapa kategori (Khusharyanto, 2011), yaitu:

- a. Ramalan jangka pendek (*short-range forecast*) mencakup masa depan yang dekat (*immediate future*) dan memperhatikan kegiatan harian suatu perusahaan bisnis, seperti permintaan harian atau kebutuhan sumber daya harian.
- b. Ramalan jangka menengah (*medium-range forecast*) mencakup jangka waktu satu atau dua bulan sampai satu tahun. Ramalan jangka waktu ini umumnya lebih berkaitan dengan rencana produksi tahunan dan akan mencerminkan hal-hal seperti puncak dan lembah dalam suatu permintaan dan kebutuhan untuk menjamin adanya tambahan untuk sumber daya untuk tahun berikutnya.
- c. Ramalan jangka panjang (*long-range forecast*) mencakup periode yang lebih lama dari satu atau dua tahun. Ramalan ini berkaitan dengan usaha manajemen untuk merencanakan produk baru untuk pasar yang berubah, membangun fasilitas baru, atau menjamin adanya pembiayaan jangka panjang.

Peramalan yang baik adalah peramalan yang dilakukan dengan mengikuti langkah-langkah atau prosedur penyusunan yang baik. Terdapat 9 langkah yang harus diperhatikan untuk menjamin efektivitas dan efisiensi dari sistem peramalan (Gaspersz, 2005), yaitu :

- a. Menentukan tujuan dari peramalan
- b. Memilih item independent demand yang akan diramalkan
- c. Menentukan horison waktu dari peramalan (jangka pendek, menengah, atau panjang)
- d. Memilih model-model peramalan
- e. Memperoleh data yang dibutuhkan untuk melakukan peramalan
- f. Validasi model peramalan
- g. Membuat peramalan
- h. Implementasi hasil-hasil peramalan
- i. Memantau keandalan hasil peramalan

Dalam melakukan peramalan diperlukan perhitungan yang akurat sehingga diperlukan peramalan yang tepat (Render, 2005). Pada dasarnya terdapat dua pendekatan umum untuk mengatasi semua model keputusan untuk meramal:

a. Peramalan Kualitatif

Yaitu peramalan yang menggabungkan faktor-faktor seperti intuisi pengambilan keputusan, emosi, pengalaman pribadi, dan system nilai.

Dalam peramalan kualitatif terdapat empat teknik peramalan yang berbeda.

b. Keputusan dari pendapat juri eksekutif, dalam metode ini pendapat sekumpulan kecil manajer atau pakar tingkat tinggi, sering dikombinasikan dengan model statistik, dikumpulkan untuk mendapatkan prediksi permintaan kelompok.

c. Metode Delphi, merupakan teknik peramalan yang menggunakan proses kelompok dimana para pakar melakukan peramalan.

a. Gabungan dari tenaga penjualan, metode ini mengoptimasi jumlah penjualan diwilayahnya, peramalan ini kemudian dikaji untuk memastikan apakah peramalan cukup realistis lalu dikombinasikan pada tingkat wilayah dan nasional untuk mendapatkan peramalan secara keseluruhan.

b. Survei pasar konsumen, metode peramalan yang meminta input dari konsumen mengenai rencana pembelian mereka di masa depan.

d. Peramalan Kuantitatif

Yaitu peramalan yang menggunakan satu atau lebih model matematis dengan data masa lalu dan variabel sebab akibat untuk meramalkan permintaan. Ada lima metode peramalan kuantitatif, yaitu metode pendekatan naif, metode rata-rata bergerak, metode penghalusan eksponensial, penghalusan tren, dan regresi linear. Pada dasarnya metode peramalan kuantitatif ini dibedakan menjadi dua:

1. Metode peramalan berdasarkan seri waktu (*time series*) Model ini melihat pada apa yang terjadi selama periode waktu menggunakan seri data masa lalu untuk membuat ramalan. Metode peramalan time series terdiri dari :

a. Holt winters methods

Pendekatan ini adalah teknik peramalan yang mengasumsikan permintaan di periode mendatang sama dengan permintaan terkini. Metode ini merupakan model peramalan objektif yang paling efektif dan efisien dari segi biaya, pendekatan ini memberikan titik awal untuk perbandingan dengan model lain yang lebih canggih. Metode *Holt Winters* didasarkan pada tiga persamaan pemulusan, yaitu persamaan pemulusan keseluruhan, pemulusan *trend* dan persamaan pemulusan musiman. Secara matematis dapat dituliskan sebagai berikut :

Pemulusan keseluruhan

$$S_t = \alpha \frac{X_t}{I_{t-L}} + (1 - \alpha)(S_{t-1} + b_{t-1})$$

Pemulusan trend

$$b_t = \beta (S_t - S_{t-1}) + (1 - \beta)b_{t-1}$$

Pemulusan musiman

$$I_t = Y \frac{X_t}{S_t} + (1 - Y)I_{1-L}$$

Ramalan

$$F_{t+m} = (S_t + b_{tm})I_{1-L+m}$$

Dimana :

$X_t$  = Nilai aktual pada periode t

$\alpha$  = Konstanta penghalusan untuk data ( $0 < \alpha < 1$ )

- $\beta$  = Konstanta penghalusan untuk *trend* ( $0 < \beta < 1$ )  
 $Y$  = Konstanta penghalusan untuk musiman ( $0 < y < 1$ )  
 $S_t$  = Nilai pemulusan awal  
 $b_t$  = Konstanta pemulusan  
 $I$  = Faktor penyesuaian musiman  
 $L$  = Panjang musiman  
 $F_{t+m}$  =

b. Rata-rata bergerak (*moving average*)

Bermanfaat jika mengasumsikan bahwa permintaan pasar tetap stabil sepanjang waktu.

$$S_{t+1} = \frac{X_t + X_{t-1} + \dots + X_{t-n+1}}{n}$$

Dimana :

$S_{t+1}$  = *Forecast* untuk period ke  $t+1$ .

$X_t$  = Data pada periode  $t$ .

$n$  = Jangka waktu *moving averages*

nilai  $n$  merupakan banyaknya periode dalam rata – rata bergerak (Gaspersz, 2005)

Metode rata-rata bergerak dibagi menjadi tiga metode yaitu:

a. *Simple Moving Average* (SMA)

Metode ini digunakan untuk melakukan peramalan hal-hal yang bersifat random, artinya tidak ada gejala trend naik maupun turun, musiman dan sebagainya, melainkan sulit diketahui polanya.

Metode ini mempunyai dua sifat khusus yaitu untuk membuat peramalan memerlukan data histories selama jangka waktu tertentu, semakin panjang waktu *moving average* akan menghasilkan *moving average* yang semakin halus. Secara matematis dapat ditulis sebagai berikut :

$$SMA = \frac{Y_t + Y_{t-1} + Y_{t-2} + \dots + Y_{t-n+1}}{n}$$

Dimana :

Y = Permintaan

T = Waktu

n = Jumlah waktu

b. *Center Moving Average* ( CMA )

Rataan antara data sekarang dengan menggunakan data sebelumnya dan data sesudahnya. Misalnya untuk 5 periode *moving average*, maka perhitungan peramalannya menggunakan data dari periode 5 ditambah dengan data sebelumnya dan data sesudahnya. Secara matematis dapat digambarkan sebagai berikut :

$$CMA = \frac{Y_{t-((L-1)/2)} + \dots + Y_t + \dots + Y_{t+(\frac{L-1}{2})}}{L}$$

Dimana :

Y<sub>t</sub> = Nilai tengah dari interval

L = Data observasi

$\frac{L-1}{2}$  = Data sebelum dan sesudahnya.

c. *Weighted Moving Average* ( WMA )

Apabila ada *trend* atau pola terdeteksi, bobot dapat digunakan untuk menempatkan penekanan yang lebih pada nilai terkini. Praktik ini membuat teknik peramalan lebih tanggap terhadap perubahan karena periode yang lebih dekat mendapatkan bobot yang lebih berat.

Rata-rata bergerak dengan pembobotan dapat digambarkan secara matematis sebagai:

$$WMA = \frac{\Sigma(\text{data} \times \text{bobot})}{\Sigma \text{bobot}}$$

Pemilihan bobot merupakan hal yang tidak pasti karena tidak ada rumus untuk menetapkan mereka. Oleh karena itu, pemutusan bobot yang mana yang digunakan, membutuhkan pengalaman.

d. Penghalusan eksponensial (*exponential smoothing*)

Penghalusan eksponensial adalah teknik peramalan rata-rata bergerak dengan pembobotan dimana data diberi bobot oleh sebuah fungsi

eksponensial. Penghalusan eksponensial merupakan metode peramalan rata-rata bergerak dengan pembobotan yang canggih, namun masih mudah digunakan. Metode ini menggunakan sangat sedikit pencatatan data masa lalu Rumus penghalusan eksponensial dapat ditunjukkan sebagai berikut:

$$F_{t+1} = \alpha D_t + (1 - \alpha)F_t$$

Dimana :

$F_{t+1}$  = Nilai ramalan untuk periode berikutnya

$\alpha$  = Faktor pembobotan

$D_t$  = demand actual pada periode t

$F_t$  = Peamalan yang ditentukan sebelumnya untuk periode t

Metode ini lebih cocok digunakan untuk meramal hal – hal yang fluktuasinya secara random atau tidak teratur (Subagyo, 2002)

Pendekatan penghalusan eksponensial mudah digunakan, dan telah berhasil diterapkan pada hampir setiap jenis bisnis. Walaupun demikian, nilai yang tepat untuk konstanta penghalus, dapat membuat diferensiasi antara peramalan yang akurat dan yang tidak akurat. Nilai yang tinggi dipilih saat rata-rata cenderung berubah. Nilai yang rendah digunakan saat rata-rata cenderung stabil. Tujuan pemilihan suatu nilai untuk konstanta penghalus adalah untuk mendapatkan peramalan yang paling akurat.

e. Pengukuran kesalahan peramalan

Keakuratan keseluruhan dari setiap model peramalan dapat dijelaskan dengan membandingkan nilai yang diramal dengan nilai actual atau nilai yang sedang diamati. Kesalahan peramalan mengatakan seberapa baik kinerja suatu model dibandingkan dengan model itu sendiri dengan menggunakan data masa lalu. Untuk menghitung kesalahan peramalan (deviasi) adalah Kesalahan peramalan :

$$e_t = Y_{(t)} - Y'_{(t)}$$

Dimana :

$Y_{(t)}$  = Nilai data aktual pada periode - t

$Y'_{(t)}$  = Nilai hasil peramalan pada periode - t

t = Periode Permalan

Ada beberapa perhitungan yang biasa digunakan untuk menghitung kesalahan peramalan (*forecast error*) total. Perhitungan ini dapat digunakan untuk membandingkan model peramalan yang berbeda, juga untuk mengawasi peramalan, untuk memastikan peramalan berjalan dengan baik. Cara untuk mengevaluasi teknik peramalan menurut Render dan Heizer (2004) ada 3:

- a. Deviasi rata-rata *absolute* atau *Mean Absolute Deviation* (MAD) adalah mengukur kesalahan peramalan keseluruhan untuk sebuah model. Nilai MAD dihitung dengan mengambil jumlah nilai absolut dari tiap kesalahan peramalan dibagi dengan jumlah periode data (n):

$$MAD = \frac{\sum |A_t - F_t|}{n}$$

Dimana :

$A_t$  = Permintaan Aktual pada periode -t

F = Peramalan Permintaan (*Forecast*) pada periode -t.

N = Jumlah periode peramalan yang terlibat

- b. Kesalahan rata-rata kuadrat atau *Mean Squared Error* (MSE) Merupakan cara kedua untuk mengukur kesalahan peramalan keseluruhan. MSE adalah rata-rata selisih kuadrat antara nilai yang diramalkan dan yang diamati. Rumusnya adalah:

$$MSE = \frac{\sum (A_t - F_t)^2}{n}$$

Dimana :

$A_t$  = Pemintaan Aktual pada periode -t.



$F_t$  = Peramalan Permintaan ( *Forecast* ) pada periode  $-t$ .  
 $n$  = Jumlah periode peramalan terlibat.

- c. Kesalahan persen rata-rata absolute atau *Mean Absolute Percent Error* (MAPE). Merupakan rata-rata diferensiasi *absolute* antara nilai peramalan dan aktual, yang dinyatakan sebagai presentase nilai aktual.

MAPE dihitung sebagai rata-rata diferensiasi *absolute* antara nilai yang diramal dan aktual, dinyatakan sebagai presentase nilai aktual. MAPE dihitung sebagai:

$$MAPE = \frac{\sum_{t=1}^n \left| \frac{X_t - F_t}{X_t} \right|}{n}$$

Dimana :

$X_t$  = Nilai data periode ke  $-t$   
 $F_t$  = Nilai ramalan periode ke  $-t$   
 $n$  = banyaknya data

Keputusan kita dalam memilih suatu teknik peramalan sebagian tergantung pada apakah teknik-teknik tersebut menghasilkan kesalahan yang bisa dianggap kecil atau tidak.

2. Metode kausal (*causal methods*) atau metode korelasi Metode kausal, bergabung menjadi variable atau hubungan yang bisa mempengaruhi jumlah yang sedang diramal.

### 2.1.7.2 Aspek Teknis dan Produksi

Aspek teknis merupakan suatu aspek yang berkenaan dengan proses pembangunan. Dalam aspek teknis dan produksi dilakukan pengolahan data menggunakan metode bill of material dan manajemen inventori untuk menentukan berapa jumlah produk yang akan di produksi.

*Bill of Material* (BOM) adalah daftar dari bahan, material atau komponen yang dibutuhkan untuk dirakit, dicampur atau membuat produk akhir. Jenis-jenis BOM, antara lain *Phantom Bill* digunakan untuk material yang tidak disimpan, tidak dibuat *planned order*, *Lead time*, *Lot size = Lot for lot*. *Modular Bill* digunakan jika suatu produk akan dijual dengan sejumlah *option* yang berbeda, *BOM Explosion* akan menghitung kebutuhan kotor untuk masing-masing komponen. *Modular bill* adalah *Bill of Material* yang dapat diatur diseperti modul produk dan merupakan komponen yang dapat diproduksi dan dirakit menjadi satu unit produk. *Modular bill* mengelompokkan *subassemblies* dan *parts* pada unit terhadap semua konfigurasi produk (Gaspersz, 2004). *Pseudo Bill* disebut sebagai *composite product* diciptakan untuk memudahkan dan meningkatkan akurasi peramalan penjualan, mengurangi jumlah *end item*, dan lain-lain. *Pseudo Bill* adalah *Bill of Material* yang menggambarkan produk aktual yang dibuat untuk memudahkan peramalan penjualan.

*Bill of Material* yang dipakai untuk perencanaan produksi sering disebut sebagai *planning Bill of Materials* (*planning BOM*) atau sering disingkat sebagai *planning bill*. *Planning bill* terbagi menjadi dua yang pertama *planning bill* dengan item yang dijadwalkan merupakan komponen atau *subassemblies* untuk pembuatan produk akhir, dimana item-item yang dijadwalkan itu secara fisik lebih kecil daripada produk akhir (*end items*). *Modular Bill of Material* dan *inverted Bill of Material* termasuk ke dalam kategori *planning bill* tersebut, sedangkan yang kedua yaitu *Planning bill* dengan item yang dijadwalkan memiliki produk akhir sebagai komponennya (*super bill*), dimana item-item yang dijadwalkan secara fisik lebih besar daripada produk akhir. Seperti *super Bill of Material*, *super family Bill of Material*, dan *super modular Bill of Material*.

Macam-macam *level* dalam BOM. *Level* BOM dibagi menjadi dua yaitu *Single Level* BOM dan *Multi Level* BOM. *Single Level* BOM menggambarkan hubungan sebuah induk dengan satu *level* komponen-komponen pembentuknya. *Multi Level* BOM menggambarkan struktur produk yang lengkap dari *level* 0 (produk akhir) sampai *level* yang paling bawah. Komponen yang sama dapat digunakan pada *level* yang berbeda.

### 2.1.7.3 Aspek Manajemen dan SDM

Analisis aspek manajemen dan sumber daya manusia dapat digambarkan sebagai berikut (Subagyo, 2007)

1. *Job Analysis*, yaitu menganalisis jabatan yang diperlukan untuk menyelesaikan jenis pekerjaan tertentu.
2. *Job Specification*, yaitu menentukan persyaratan dan kualifikasi yang diperlukan untuk mengisi suatu jabatan.
3. Mendesain struktur organisasi, yaitu menyusun struktur organisasi yang menggambarkan jenjang manajemen, kedudukan jabatan, dan struktur pertanggungjawaban.
4. *Job Description*, yaitu uraian pekerjaan yang menjelaskan tentang pekerjaan teknis anggota organisasi yang menjabat pekerjaan tertentu.
5. Mendesain sistem kompensasi, yaitu menguraikan struktur penggajian secara lengkap untuk semua jabatan dalam pekerjaan berdasarkan garis struktural dan fungsional.
6. Sistem pengembangan karyawan, yaitu menyusun rencana pendidikan dan pelatihan untuk mengembangkan keterampilan, pengetahuan, produktivitas, dan kinerja karyawan secara keseluruhan.

### 2.1.7.4 Aspek Keuangan

Dalam pembahasan studi kelayakan ini aspek keuangan adalah merupakan suatu aspek yang sangat menentukan berjalannya investasi yang akan dilakukan. Karena aspek keuangan dapat menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan, dengan cara membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan, seperti ketersediaan dana, biaya modal, kemampuan untuk membayar kembali investasi yang telah dilakukan dalam waktu yang telah ditentukan, serta dapat menilai apakah investasi tersebut berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

Aspek keuangan juga dapat dikatakan sebagai dasar terlaksana atau tidaknya suatu investasi yang diinginkan. Maka dari itu dalam menilai investasi harus benar-benar memperhatikan dana yang tersedia apakah dapat digunakan secara maksimal demi mencapai tujuan dari perusahaan. Dalam aspek keuangan ini juga membicarakan bagaimana memperkirakan kebutuhan dana yang digunakan untuk aktiva tetap maupun untuk modal kerja.

Aspek keuangan merupakan aspek yang digunakan untuk menilai perusahaan secara keseluruhan (Kasmir, 2003). Terdapat beberapa hal yang harus dianalisis yaitu:

a. Aliran kas (*Cash Flow*)

Perhitungan terhadap aliran kas sangat penting untuk dilakukan karena arti laba dalam akuntansi tidak sama dengan pengertian kas masuk bersih bagi investor yang justru lebih penting untuk diketahui. Hal ini menjadi wajar karena hanya dengan aliran kas bersih perusahaan dapat membiayai kewajibannya. Kas mempunyai tiga komponen utama yaitu *Initial Cash Flow* yang berhubungan dengan pengeluaran untuk investasi, *Operational Cash Flow* yang biasanya mempunyai selisih neto yang positif yang dapat dipakai untuk mencicil pengembalian investasinya, dan *Terminal Cash Flow* yang merupakan aliran kas dari nilai sisa aktiva tetap yang dianggap sudah tidak mempunyai nilai ekonomis lagi dan pengembalian modal kerja awal (Umar H. , 2005).

b. *Net Present Value*

Terdapat beberapa pengertian dalam Metode *Net Present Value* yaitu sebagai berikut :

“*Net Present Value*” merupakan model yang memperhitungkan pola cash flows keseluruhan dari suatu investasi, dalam kaitannya dengan waktu, berdasarkan Discount Rate tertentu (Syafaruddin, 2001).

“Nilai Bersih Sekarang” sebuah proposal investasi sama dengan nilai bersih sekarang arus kas tahunan setelah pajak dikurangi dengan pengeluaran awal investasi (Arthur, 2001).

“*Present Value*” menunjukkan beberapa nilai uang pada saat ini untuk nilai tertentu dimasa yang akan datang. Rumus dalam Metode *Net Present Value* (Bambang, 2001) adalah :

$$NPV = PV Proceed - PV Outlay$$

c. Nilai uang dari waktu

Secara umum nilai uang senantiasa berubah ( turun ) seiring dengan berjalannya waktu. Dikenal 2 jenis bunga berkaitan dengan konsep nilai uang dari waktu, yaitu bunga sederhana dan bunga majemuk. Bunga sederhana, besarnya bunga dihitung dari induk tanpa memperhitungkan bunga yang telah diakumulasikan pada periode sebelumnya. Bunga majemuk besarnya bunga pada suatu periode dihitung berdasarkan besarnya induk ditambah dengan besarnya bunga yang telah terakumulasi pada periode sebelumnya. Bunga majemuk terbagi menjadi bunga majemuk diskrit dan bunga majemuk kontinyu. Pemajemukan diskrit berarti dalam satu periode, banyaknya periode pembungaan dalam jumlah tertentu. Pemajemukan kontinyu berarti dalam satu periode, banyaknya periode pembungaan adalah tak terhingga. Rasio bunga yang dibayarkan terhadap induk dalam suatu periode waktu disebut tingkat bunga.

d. *Future Worth*

Future worth (nilai mendatang), yaitu nilai ekuivalen dari satu atau lebih aliran kas pada suatu titik relatif yang didefinisikan sebagai waktu mendatang. Hubungan P dengan F, mencari F jika diketahui P sebagai berikut :





$$F = P (F/P, i, n)$$

Dan rumus future worth sebagai berikut :

$$F = P (1 + i)^n$$

Dimana :

P = Nilai pada saat ini

F = Nilai mendatang

i = Tingkat bunga efektif per periode

n = Jumlah periode pemajemukan

e. *Annual Worth*

Annual worth (nilai tahunan seragam), yaitu nilai ekuivalen dari aliran kas pada akhir periode yang besarnya sama untuk beberapa periode yang berurutan. Hubungan antara A dengan P, mencari A jika diketahui P, sebagai berikut :



$$A = P (A/P, i, n)$$

Secara sistematis annual worth dapat dituliskan sebagai berikut :

$$A = P (1 + i)^n$$

Dimana :

A = Nilai tahunan seragam

P = Nilai sekarang

i = Tingkat bunga efektif per periode

n = Jumlah periode pemajemukan

f. *Internal Rate of Return*

Definisi dari IRR menurut beberapa ahli. Definisi-definisi dari para ahli tersebut antara lain :

“Prinsip dari konsep IRR adalah bagaimana menentukan discount rate yang dapat mempersamakan *Present Value of Proceed* dengan *Outlay*” (Syafaruddin, 2001).

“Teknik anggaran modal yang mencerminkan tingkat pengendalian yang menyeimbangkan nilai masukan sekarang dengan keluaran sekarang”. Pada dasarnya Internal Rate of Return harus dicari dengan cara “*Trial and Error*”, pertama kita menghitung nilai sekarang dari aliran kas dari suatu investasi dengan menggunakan tingkat bunga yang kita pilih menurut kehendak kita (Arthur, 2001).

Kemudian dari hasil hitungan itu dibandingkan dengan jumlah nilai sekarang dari outlaynya. Kalau kita sekarang dari Proceed lebih besar dari nilai sekarang dari Investasi atau Outlaynya, kita harus menggunakan tingkat bunga yang lebih tinggi lagi. sebaliknya kalau kita sekarang dari Proceed lebih kecil dari jumlah nilai sekarang outlaynya kita harus menggunakan tingkat bunga yang lebih rendah. Cara demikian terus kita lakukan sampai kita menemukan tingkat bunga yang bisa dijadikan nilai sekarang dari Outlay-nya.

Pada tingkat bunga tersebut menggambarkan besarnya *Internal Rate of Return* dari usul investasi tersebut, cara ini dinamakan interpolasi.

Dimana ;

$r$  = *Internal Rate of Return* yang dicari

$P_1$  = Tingkat bunga ke- 1

$P_2$  = Tingkat bunga ke- 2

$C_1$  = NPV ke- 1

$C_2$  = NPV ke- 2

## 2.2 Kajian Deduktif

(Nurjanah, 2013) dengan judul Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis Pada PT DAGANG. Tujuan penelitiannya adalah Mengetahui kelayakan pengembangan bisnis yang dilakukan oleh PT Dagang Jaya. Metodologi dan hasil dari penelitian ini adalah Pada PT Dagang Jaya Jakarta setelah dilakukan penelitian dengan menggunakan metode analisis berdasarkan aspek - aspek studi kelayakan bisnis didapatkan hasil pada aspek keuangan dibagi menjadi Skenario Moderat, Skenario Optimis, dan Skenario Pesimis. pada skenario moderat pertumbuhan pada penjualan produk minimum CheckHup adalah sebesar 25% dan di dapatkan perhitungan *Payback Period* (PP) sebesar 4 tahun. Pada skenario optimis diasumsikan bahwa pertumbuhan pasar perusahaan pada produk minuman CheckHup adalah sebesar 40% dan di dapatkan perhitungan *Payback Period* (PP) sebesar 3,1 tahun dan pada perhitungan *Net Present Value* (NPV) didapatkan hasil sebesar Rp. 3.907.265.793 yang menunjukkan hasil positif yang berarti investasi dinyatakan layak. Dan pada skenario pesimis diasumsikan bahwa pertumbuhan pasar pada penjualan produk minuman CheckHup adalah sebesar 15% dan didapatkan hasil perhitungan *Payback Period* (PP) sebesar 4,9 tahun dan nilai perhitungan *Net Present Value* (NPV) adalah sebesar Rp 2.903.907.586 yang menunjukkan hasil positif. Berarti investasi pengembangan bisnis melalui penambahan jumlah produk ini dinyatakan layak untuk dijalankan oleh perusahaan. Dan kekurangan dari peneliti ini adalah Dalam penelitian ini hanya dilakukan analisis dengan menggunakan aspek keuangan saja tidak menggunakan aspek - aspek yang lainnya.

(Nugroho, Bakar, & Fitria, 2014) dengan judul Analisis Kelayakan Usaha Pencucian Kendaraan Bermotor Studi Kasus Purwokerto Timur Jawa Tengah. Tujuan penelitiannya adalah Menganalisis aspek - aspek studi kelayakan untuk mengetahui kelayakan usaha cucian kendaraan bermotor berdasarkan aspek yang saling berkaitan yakni aspek pasar, aspek teknik, aspek legal dan lingkungan, aspek manajemen sumber daya manusia, dan aspek finansial. Metodologi dan hasil dari penelitian ini adalah setelah dilakukan penelitian dengan menggunakan metode studi kelayakan berdasarkan aspek - aspek didapatkan hasil sebagai berikut. Aspek pasar, usaha cucian kendaraan bermotor dinyatakan layak didirikan untuk 5 tahun kedepan berdasarkan peluang pasar dari hasil peramalan data permintaan. Aspek teknik, usaha cucian kendaraan bermotor dinyatakan layak didirikan berdasarkan pada perancangan jasa cucian kendaraan yang sesuai dengan



standar operation prosedur, perencanaan fasilitas berupa fasilitas penunjang yang meliputi jumlah stasiun kerja yang digunakan. Aspek legal dan lingkungan dinyatakan layak untuk didirikan karena memenuhi persyaratan pembuatan usaha yaitu memiliki badan usaha yang berbentuk CV. Aspek manajemen sumber daya manusia layak untuk didirikan karena waktu pengembalian investasi *Payback Periode* (PP) selama 3 Tahun, perhitungan nilai *Net Present Value* (NPV) lebih besar dari nol yaitu sebesar Rp 34.863.387, nilai dari *Interest Rate of Return* (IRR) lebih besar pada nilai *Minimum Attractive Rate of Return* (MARR) yaitu sebesar 21,04%. hasil perhitungan sensitifitas menunjukkan bahwa usaha cucian kendaraan bermotor masih dinyatakan layak apabila penurunan permintaan jasa cucian kendaraan tidak lebih dari 4,977%. Dan kekurangan peneliti pada penelitian ini adalah Dalam penelitian ini tidak dilakukan atau disarankan untuk menentukan strategi pemasaran bisnis agar dapat bersaing dengan pesaing.

(Yonatan Saputra, 2013) dengan judul Studi Kelayakan Pendirian Pabrik Rokok Berasa Di Bojonegoro, Jawa Timur. Tujuan penelitiannya adalah Mengevaluasi kelayakan pendirian pabrik rokok berasa di Bojonegoro. Metodologi dan hasil penelitian adalah Menurut hasil analisis aspek pasar, diketahui bahwa target pasar rokok berasa di Indonesia sangat besar, khususnya daerah Bojonegoro, hal ini dapat dilihat dari grafik jumlah perkok yang selalu meningkat setiap tahunnya. Untuk aspek teknis diawali dengan penentuan lokasi yang sangat penting untuk usaha pendirian pabrik rokok berasa ini. lokasi yang strategis untuk sebuah pabrik dan sangat luas dan tak terlalu dekat dengan kota. Aspek manajemen maka di dapat diperoleh hasil jumlah tenaga kerja yang diperlukan sebanyak 134 orang. dari Aspek Keuangan maka dapat diketahui bahwa nilai *Total Project Cost* (TPC) yang diperlukan untuk usaha pendirian rokok berasa ini adalah sebesar Rp 7.545.285.420, kemudian untuk perhitungan *Minimum Attractive Rate of Return* (MARR) adalah diperoleh nilai sebesar 13,1% dan untuk perhitungan hasil kelayakan dapat disimpulkan bahwa usaha pendirian pabrik rokok berasa ini layak untuk didirikan pada kondisi normal (100% Sales), karena nilai *Net Present Value* (NPV) yang positif sebesar Rp 5.024.666.014, nilai *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 43,22% > MARR (13,3%) dan nilai *Discounted Payback Period* (DPP) sebesar 3,18 tahun. Dan kekurangan peneliti dalam penelitian ini adalah Peneliti belum menentukan seberapa banyak nilai investasi yang dibutuhkan.

(Swastawti, 2011) dengan judul Studi Kelayakan Dan Efisiensi Usaha Pengasapan Ikan Dengan Asap Cair Limbah Pertanian. Tujuan penelitiannya adalah Menganalisis Studi Kelayakan dan Efisiensi Usaha Pengasapan Ikan dengan Asap Cair Limbah Pertanian. Metodologi dan hasil penelitiannya adalah Setelah dilakukan penelitian dengan metode studi kelayakan bisnis berdasarkan aspek - aspek. Diketahui bahwa penerapan asap cair sangat layak karena terbukti mempunyai keunggulan, keamanan dan dapat diterima oleh konsumen dengan hasil menguntungkan dan BEP dapat dicapai dalam waktu yang tidak terlalu lama. Dan kekurangan dari penelitian ini adalah Peneliti belum menggunakan beberapa aspek seperti aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen, dan aspek pasar dan pemasaran.

(Warsika, 2013) dengan judul Studi Kelayakan Investasi Bisnis Properti (Central Park Cikarang). Tujuan penelitiannya adalah Mengetahui kelayakan investasi bisnis properti ( Central Park Cikarang ). Metodologi dan hasil penelitian ini adalah Dengan menggunakan metode cash in & cash out flows, projected cash flow, NPV, IRR, *Profitabilit index*, *modified IRR*, dan COC. Hasil studi memperlihatkan total cash in flow adalah Rp. 190.772.079.000,- dan *cash out flow* adalah Rp. 121.493.750.000. *Projected Net Profit* menunjukkan Rp. 35.202.956.100,- NPV sebesar Rp. 14.848.189.000,- yang menunjukkan bahwa protek ini layak untuk dijalankan. IRR sebesar 69,38% >20%, yang menunjukkan proyek ini layak untuk dijalankan. *Profitability index*/rasio > 1 dengan anggapan investasi awal adalah 0. Hasil MRR adalah 33,42% dan COC adalah 25,76% berarti dapat diinvestasikan kembali (MIRR>COC). Dan kekurangan peneliti dalam penelitian ini adalah Peneliti belum menggunakan Aspek Pasar dan Pemasaran pada saat melakukan penelitian ini.

(Dewi & Yadbya, 2012) dengan judul Studi Kelayakan Investasi Dari Aspek Finansial Untuk Pendirian Naya Salon Denpasar. Tujuan penelitiannya adalah Mengetahui kelayakan investasi dari aspek finansial untuk pendirian naya salon Denpasar. Metodologi dan hasil penelitiannya adalah Dengan menggunakan metode studi kelayakan investasi dengan ditinjau dari aspek finansial dengan menggunakan metode

*PayBack Period, Net Present Value, Profitability Index* dan *Internal Rate of Return*. Setelah dilakukan penelitian didapatkan hasil perhitungan *Payback period* tercapai pada 4 tahun 5,1 bulan dari umur rencana investasi yaitu 5 tahun, *Net Present Value* (NPV) bernilai sebesar Rp 3.578.671, *Profitability Index* (PI) = 1,02 sedangkan *Internal Rate Return* (IRR) 13,85%. dengan *payback period* yang lebih pendek waktunya dibandingkan *payback period* maksimum, *Net Present Value* (NPV) bernilai negatif, *Profitability Index* (PI) lebih besar dari satu dan *Internal Rate of Return* (IRR) lebih besar dibandingkan bunga investasi maka pendirian Naya Salon tidak layak untuk dilaksanakan. Dan kekurangan peneliti dalam penelitian ini adalah Peneliti belum menggunakan aspek pasar dan pemasaran untuk mengatur strategi pemasaran agar dapat bersaing dengan salon - salon lain dan belum aspek manajemen untuk melakukan studi kelayakan bisnis.

(Supit, 2015) dengan judul *Evaluasi Kelayakan Usaha Pengolahan Daging Buah Pala ( Studi Kasus Usaha Pengolahan Daging Buah Pala di Desa Karegesan )*. Tujuan penelitiannya adalah Mengevaluasi layak tidaknya usaha yang dilakukan oleh Usaha Pengolahan Pala di Desa Karegesan dari berbagai aspek. Metodologi dan hasil penelitian ini adalah Dengan Menggunakan Studi Kelayakan Bisnis dengan berbagai aspek didapatkan hasil penelitian yaitu *Net Present Value* yang mencapai nilai positif ( Rp 1.427.565.679,00), *Internal Rate of Return* sebesar 1,84, dan *Net Benefit / Cost* sebesar 17,82 yang berarti usaha ini layak untuk di jalankan. Dan kekurangan peneliti dalam penelitian ini adalah Peneliti masih terlalu spesifik saat melakukan studi kelayakan bisnis dalam aspek manajemen dan belum menggunakan aspek pasar dan pemasaran.

(Rudi, 2012) dengan judul *Analisis Kelayakan Bisnis Es Bang Joe Di Purwokerto*. Tujuan penelitiannya adalah mengetahui kelayakan bisnis es bang joe di purwokerto dengan menggunakan berbagai aspek – aspek. Metodologi dan hasil penelitian ini adalah Penelitian ini dari berbagai aspek bahwa bisnis Es Bang Joe di Purwokerto layak dijalankan. Dengan perhitungan metode nilai sekarang pada tingkat *return* 20% menghasilkan nilai sekarang bersih positif sebesar Rp. 260.748.343, serta pengembalian modal dalam jangka waktu 12 bulan. Dan kekurangan peneliti dalam penelitian ini adalah Peneliti pada saat menggunakan aspek pemasaran kurang membahas tentang aspek pasar

dan cara bersaing dengan perusahaan lain dan belum menyatakan apakah SDM sudah mencukupi atau belum pada aspek sumber daya manusia.

(Roy Hasiru, 2010) dengan judul Studi kelayakan klaster rumput laut di kabupaten Gorontalo utara provinsi Gorontalo. Tujuan penelitiannya adalah mengidentifikasi kelayakan klaster komoditas rumput laut dalam mendukung pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dari sebagai upaya mendorong percepatan pertumbuhan sektor ril. Metodologi dan hasil penelitian ini adalah dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti didapatkan hasil bahwa bisnis ini sangat layak untuk dilaksanakan dikarenakan daerah yang sangat potensial. Dan kekurangan peneliti dalam penelitian ini adalah Peneliti belum menggunakan aspek pasar dan pemasaran serta aspek keuangan atau finansial.

