

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kewirausahaan**

##### **2.1.1 Pengertian Wirausaha**

Wirausaha berasal dari suku kata, yaitu: pertama wira yang berasal dari kata wiro, dan kata ini bermaknah gagah atau berani, dan kedua usaha yang berarti melakukan suatu kegiatan untuk mendapat sesuatu, dengan demikian wirausaha dapat diartikan sebagai seorang yang berani berusaha dan berani menanggung Risiko dari usaha yang dilakukan menurut A. Sayuti J. (2015:183)

Peter F.Ducker mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. sementara itu, Zimmerer mengartikan kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha). Kewirausahaan adalah studi yang mempelajari tentang kemampuan dalam menciptakan suatu hal yang baru, dalam menentukan dan menciptakan suatu hal baru tersebut harus terlebih dahulu mengetahui bidang usaha yang akan digeluti tergantung empat faktor seperti minat atau bakat, modal, waktu, dan laba. Salah satu bidang usaha yang dapat digeluti antara lain usaha kecantikan seperti membuka salon dan spa menurut Kasmir (2014:44).

Menurut Masnabila (2014:14), Salon adalah salah satu tempat perawatan kecantikan untuk merias muka dan menata rambut perempuan untuk mempercantik diri. Sedangkan spa adalah upaya kesehatan tradisional yang menggunakan pendekatan holistik dengan cara perawatan menyeluruh dengan metode keterampilan hidroterapi, pijat (*massage*) yang dilakukan secara terpadu untuk menyeimbangkan tubuh, pikiran, dan perasaan.

#### **2.2 Studi Kelayakan Bisnis**

##### **2.2.1 Pengertian Studi Kelayakan Bisnis**

Dalam mendirikan suatu usaha tentunya membutuhkan modal yang tidak sedikit demi kelancaran usaha tersebut dan mempunyai resiko yang harus

dihadapi selama menjalankan suatu usaha. Untuk mengetahui perusahaan tersebut dapat bertahan dengan jangka waktu yang panjang dibutuhkan studi kelayakan bisnis. Studi kelayakan bisnis dapat menjadi alat ukur untuk memprediksi keberhasilan suatu usaha yang dijalankan layak atau tidak layak untuk dikembangkan.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012:6), Kelayakan merupakan keadaan hasil penelitian yang dilakukan untuk mengetahui apakah usaha yang dijalankan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan biaya modal awal yang telah dikeluarkan sebelumnya. Sedangkan bisnis merupakan usaha yang didirikan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dari hasil transaksi yang dilakukan. Jadi studi kelayakan bisnis dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang mengkaji secara mendalam mengenai usaha yang akan dijalankan guna untuk menentukan layak atau tidak layak usaha tersebut.

Menurut Yuniarta, dkk (2015:7), Studi kelayakan bisnis merupakan kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha atau proyek. sementara itu menurut Kasmir (2014:261), Studi Kelayakan adalah suatu kegiatan yang memperlajari secara mendalam tentang suatu kegiatan, usaha, atau bisnis yang akan diajalankan dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui kelayakan suatu usaha yang dijalankan agar dapat berkembang dan bertahan dalam jangka waktu lama.

### **2.2.2 Tujuan Studi Kelayakan Bisnis**

Untuk menjalankan suatu usaha diperlukan studi kelayakan bisnis terlebih dahulu. Menurut Yuniarta, dkk (2015:13), Tujuan dilakukannya studi kelayakan bisnis ada lima, yaitu :

- a) Menghindari resiko kerugian, fungsi studi kelayakan menghindari resiko kerugian bertujuan untuk meminimalisir resiko yang tidak diinginkan dalam mengatasi resiko kerugian di masa yang akan datang. Baik resiko yang dapat dikendalikan maupun tidak dapat dikendalikan.
- b) Memudahkan perencanaan, perencanaan bertujuan untuk memprediksi apa yang akan terjadi pada masa mendatang dalam menyusun perencanaan. Perencanaan terdiri dari menentukan jumlah anggaran dana yang diperlukan, kapan pelaksanaan usaha yang akan dijalankan, menentukan lokasi untuk membangun suatu usaha, menentukan siapa yang akan menjalankan usaha, berapa keuntungan yang diperoleh, bagaimana cara menjalankan usaha tersebut dan mengawasi jalannya usaha tersebut agar tidak terjadi penyimpangan mulai dari proses pendirian usaha hingga usaha tersebut berjalan.
- c) Memudahkan pelaksanaan pekerjaan, setelah menyusun sebuah perencanaan dalam mendirikan suatu usaha. Para pelaku bisnis telah memiliki acuan untuk melakukan hal apa saja yang harus dikerjakan secara sistematis agar tepat sasaran sesuai dengan rencana yang telah ditentukan.
- d) Memudahkan pengawasan, dalam menjalankan suatu usaha atau proyek yang telah didirikan harus memerlukan pengawasan kerja agar tidak menghambat jalannya usaha dan tidak terjadinya penyimpangan dari rencana yang telah ditentukan
- e) Memudahkan pengendalian, setelah melakukan pengawasan dibutuhkan pengendalian. Pengendalian bertujuan untuk mengambil alih pelaksanaan kerja yang tidak sesuai rencana atau melenceng agar dapat segera diperbaiki agar dapat mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan.

### **2.2.3 Manfaat Studi Kelayakan Bisnis**

Berbagai faktor yang harus dipertimbangkan dalam membangun suatu proyek, antara lain, kesalahan perencanaan, kesalahan dalam memperkirakan permintaan, kesalahan dalam mempergunakan teknologi yang akan dipergunakan, kesalahan dalam memperkirakan kebutuhan tenaga kerja, kesalahan dalam

mengendalikan proyek, sehingga secara keseluruhan mengakibatkan biaya pembangunan semakin meningkat dan penyelesaian proyek menjadi tertunda. Adanya berbagai perubahan faktor eksternal yang mempengaruhi faktor internal dapat menggagalkan perencanaan proyek. Untuk itu sangat diperlukan analisis tingkat keberhasilan dalam suatu studi kelayakan bisnis (Rangkuti, 2012).

Studi kelayakan bisnis bermanfaat untuk menganalisis tingkat keberhasilan suatu usaha dalam mendirikan suatu usaha atau proyek. Dalam mendirikan usaha atau proyek terdapat beberapa faktor yang dapat menjadi faktor penghambat pendirian usaha tersebut. Faktor tersebut dapat berupa kesalahan dalam menyusun perencanaan, kesalahan memperkirakan jumlah pekerja, kesalahan dalam mengendalikan usaha. Maka dari itu studi kelayakan bisnis sangat diperlukan dalam membangun suatu usaha atau proyek (Rangkuti, 2012).

#### **2.2.4 Tahap-tahap Dalam Studi Kelayakan Bisnis**

Tahapan dalam studi kelayakan dilakukan untuk mempermudah pelaksanaan studi kelayakan dan keakuratan dalam penelitian (Kasmir, 2010). Adapun tahap-tahap dalam melakukan studi kelayakan yang umum dilakukan sebagai berikut:

- a) Pengumpulan data dan informasi Mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan selengkap mungkin, baik yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Pengumpulan data dan informasi dapat diperoleh dari berbagai sumber-sumber yang dapat dipercaya, misalnya dari lembaga lembaga yang memang berwenang untuk mengeluarkannya, seperti Biro Pusat Statistik atau BPS, Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), Badan Pengelola Pasar Modal (Bapepam), Bank Indonesia (BI), Departemen Teknis atau lembaga-lembaga penelitian baik milik pemerintah maupun swasta. Pengumpulan data ini dapat dari data primer maupun data sekunder dengan berbagai metode.
- b) Melakukan pengolahan data Setelah data dan informasi yang dibutuhkan terkumpul maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengolahan data dan informasi tersebut. Pengolahan data dilakukan secara benar dan akurat

dengan metode-metode dan ukuran-ukuran yang telah lazim digunakan untuk masing-masing aspek yang ada. Kemudian dalam hal perhitungan ini hendaknya diperiksa ulang untuk memastikan kebenaran hitungan yang telah dibuat sebelumnya.

- c) Analisis data Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data dalam rangka menentukan kriteria kelayakan dari seluruh aspek. Kelayakan bisnis ditentukan dari kriteria yang telah memenuhi syarat sesuai kriteria yang layak digunakan. Setiap jenis usaha memiliki kriteria tersendiri untuk dikatakan layak atau tidak layak untuk dilakukan. Kriteria kelayakan diukur dari setiap aspek untuk seluruh aspek yang telah dilakukan.
- d) Mengambil keputusan Apabila telah diukur dengan kriteria tertentu dan telah diperoleh hasil dari pengukuran, maka langkah selanjutnya adalah mengambil keputusan terhadap hasil tersebut. Mengambil keputusan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan apakah layak atau tidak dengan ukuran yang telah ditentukan berdasarkan hasil perhitungan sebelumnya. Jika tidak layak sebaiknya dibatalkan dengan menyebutkan alasannya.
- e) Memberikan rekomendasi Langkah terakhir adalah memberikan rekomendasi kepada pihak-pihak tertentu terhadap laporan studi yang telah disusun. Dalam memberikan rekomendasi diberikan juga saran-saran serta perbaikan yang perlu, jika memang masih dibutuhkan, baik kelengkapan dokumen maupun persyaratan lainnya. Apabila suatu hasil studi kelayakan dinyatakan layak untuk dijalankan.

#### **2.2.5 Pihak-pihak Yang Memerlukan Studi Kelayakan Bisnis**

Menurut Nurmalina (2010), terdapat lima pihak yang membutuhkan studi kelayakan bisnis untuk menentukan layak atau tidak layaknya suatu usaha yang akan dijalankan, yaitu :

- a) Inverstor, Investor merupakan pihak yang menanamkan modal dalam membangun suatu usaha atau bisnis, studi kelayakan bisnis bagi investor adalah hal yang sangat penting dilakukan untuk menganalisis prospek bisnis dalam menentukan tingkat keuntungan yang diharapkan. Studi kelayakan bisnis dijadikan sebagai masukan untuk mengetahui keuntungan yang akan di dapat dari dana yang telah dikeluarkan sebelumnya dengan memperhatikan aspek pasar, aspek teknis, aspek sosial, aspek lingkungan, aspek hukum, dan sumber daya. Studi kelayakan bisnis sangat berpengaruh secara komprehensif bagi para investor dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi.
- b) Kreditor/Bank, studi kelayakan bisnis bagi para kreditor digunakan untuk penilaian terhadap keamanan dana yang akan dipinjamkan dilihat dari aspek kelayakan usaha tersebut apakah mampu atau tidak untuk mengembalikan uang pada periode pengembalian pinjaman atau investasi (*payback period*).
- c) Analis, studi kelayakan bisnis digunakan analis sebagai penunjang kelancaran tugas dalam melakukan penilaian bisnis baru dan pengembangan bisnis yang telah berjalan.
- d) Masyarakat, bagi masyarakat hasil studi kelayakan bisnis dimanfaatkan sebagai peluang untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi rakyat dengan adanya bisnis tersebut.
- e) Pemerintah, studi kelayakan bisnis bagi pemerintah digunakan untuk menilai manfaat bisnis bagi perekonomian nasional dan pendapatan daerah maupun negara melalui pemanfaatan sumber daya alam ataupun sumber daya manusia yang berupa terbukanya lapangan pekerjaan.

## **2.3 Pengembangan Usaha**

### **2.3.1 Pengertian Pengembangan Usaha**

Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha. Sedangkan untuk usaha yang berskala besar dan mapan, terutama di bidang teknologi industri yang terkait pengembangan usaha,

istilah ini sering mengacu pada pengaturan dan mengelola hubungan strategi dan aliansi dengan yang lain atau perusahaan pihak ketiga.

Menurut Allan Affuah dalam Pinta (2016:44), Pengembangan usaha merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukann untuk menciptakan dengan cara mengembangkan dan mentransformasikan berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan konsumen.

### **2.3.2 Tahapan Pengembangan Usaha**

Menurut Anoraga Panji (2007:90), ada beberapa tahapan pengembangan bisnis, antara lain:

1. Identifikasi Peluang, mengidentifikasi peluang dengan didukung data dari Informasi-informasi biasanya dapat diperoleh dari berbagai sumber, seperti rencana perusahaan, sasaran dan usul manajemen kecil, program dan pemerintah, hasil berbagai riset peluang usaha, kadin atau asosiasi usaha sejenis.
2. Merumuskan Alternatif Usaha, setelah informasi dikumpulkan dan dianalisis maka pimpinan perusahaan atau manajer usaha dapat merumuskan usaha apa saja yang mungkin dapat dibuka dan dikembangkan.
3. Seleksi Alternatif, alternatif yang banyak selanjutnya harus dipilih satu atas beberapa alternatif yang terbaik dan prospektif. Dasar dari pemilihan usaha yang prospektif antara lain dapat menggunakan kriteria seperti ketersediaan pasar, resiko kegagalan, dan harga.
4. Pemilihan Alternatif Terpilih, setelah pemilihan alternatif, maka tahap selanjutnya adalah pelaksanaan usaha yang telah dipilih. Apabila telah dilaksanakannya pemilihan alternatif maka dapat dilaksanakannya evaluasi yang berkelanjutan agar dapat mencapai tujuan yang telah ditentukan.
5. Evaluasi, evaluasi berguna untuk memberikan koreksi dan perbaikan terhadap usaha yang dijalankan. Disamping itu juga diarahkan untuk dapat memberikan masukan bagi perbaikan pelaksanaan usaha selanjutnya.

## **2.4 Aspek Keuangan Studi Kelayakan Bisnis**

### **2.4.1 Pengertian Aspek Keuangan**

Aspek keuangan adalah aspek untuk menentukan layak atau tidak layak suatu usaha yang dijalankan setelah mengkaji semua faktor produksi yang telah berjalan. Keuntungan hasil investasi ditentukan dari alokasi dana yang dikeluarkan sebagai investasi dengan hasil penjualan barang dan jasa yang dihasilkan selama bisnis dijalankan. Suatu bisnis yang layak dijalankan dapat dilihat dari keuntungan yang dihasilkan lebih besar atau seperti yang diharapkan. Sedangkan untuk melihat bisnis yang tidak layak dijalankan dilihat dari keuntungan yang dihasilkan di bawah rata-rata dari hasil yang diharapkan (Johan, 2011).

Menurut Suliyanto (2010:184), Analisis aspek keuangan digunakan untuk menjawab pertanyaan mengenai kesiapan permodalan yang akan digunakan untuk menghasilkan keuntungan. Suatu bisnis dapat dinyatakan layak apabila aspek keuangan terhadap sumber dana modal tersebut mampu menghasilkan keuntungan atau pengembalian modal berdasarkan asumsi-asumsi yang logis. Kajian aspek keuangan dalam studi kelayakan bisnis bertujuan sebagai berikut :

- a. Menganalisis sumber dana untuk menjalankan suatu usaha.
- b. Menganalisis besarnya kebutuhan biaya investasi yang diperlukan.
- c. Menganalisis besarnya kebutuhan modal kerja yang diperlukan.
- d. Memproyeksikan laba rugi usaha yang dijalankan.
- e. Memproyeksikan arus kas dari usaha yang dijalankan.
- f. Memproyeksikan neraca dari usaha yang akan dijalankan.
- g. Menganalisis sumber dana untuk menjalankan bisnis.
- h. Menganalisis tingkat pengembalian investasi yang ditanamkan dengan berdasarkan beberapa analisis kelayakan investasi seperti *Payback Period (PP)*, *Net Present Value (NPV)*, *Profitabilitas Indeks PI* dan *Return On Investment (ROI)*.

### **2.4.2 Investasi Bisnis**

Kegiatan investasi adalah tindakan mengeluarkan sejumlah dana dalam jumlah tertentu dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan atau manfaat yang lebih besar di masa mendatang, baik keuntungan material maupun non material (Rangkuti, 2012). Menurut William F.S. dalam Kasmir (2012), investasi adalah mengorbankan dollar sekarang untuk dollar di masa yang akan datang.



Mengorbankan uang artinya menanamkan sejumlah dana (uang) dalam suatu saat sekarang atau saat investasi dimulai. Investasi dapat dilakukan dalam berbagai bidang usaha, oleh karena itu investasi pun dibagi dalam beberapa jenis. Dalam praktiknya jenis investasi dibagi menjadi dua macam, yaitu:

1. Investasi nyata (*real investment*) Investasi nyata atau real investment merupakan investasi yang dibuat dalam harta tetap (*fixed asset*) seperti tanah, bangunan, peralatan atau mesin-mesin.
2. Investasi finansial (*financial investment*) Investasi finansial atau financial investment merupakan investasi dalam bentuk kontrak kerja, pembelian saham atau obligasi, atau surat berharga lainnya seperti sertifikat deposito. Investasi dapat pula diartikan penanaman modal dalam suatu kegiatan yang memiliki jangka waktu relatif panjang dalam berbagai bidang usaha.

### **2.4.3 Jenis-Jenis Biaya Usaha**

Pemahaman tentang jenis-jenis biaya usaha dalam studi kelayakan bisnis digunakan untuk memisahkan jenis-jenis biaya dalam perhitungan kelayakan bisnis ditinjau dari aspek keuangan. Untuk menjalankan usaha, anda memerlukan dua jenis biaya sebagai berikut (Suliyanto, 2010) :

#### **1. Biaya Investasi**

Investasi adalah penanaman modal untuk satu atau lebih aktiva yang dimiliki dan biasanya berjangka waktu lama dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa yang akan datang. Berikut ini jenis biaya investasi :

- a. Biayapersiapan penyusunan kelayakan bisnis, perizinan, persiapan, perekrutan karyawan dan pelatihan karyawan baru.
- b. Biaya pembelian atau sewa tanah dan bangunan.
- c. Biaya pembelian alat salon dan peralatan lainnya.
- d. Biaya pembelian furnitur.

Selain untuk pembelian barang investasi yang telah disebutkan, investasi juga diperlukan sebagai modal kerja. Modal kerja adalah modal yang diperlukan untuk membelikan keperluan-keperluan yang tidak terduga disalon.

#### **2. Biaya Operasional**

Biaya Operasional adalah semua biaya yang harus dikeluarkan agar kegiatan bisnis dapat beroperasi atau berjalan secara normal dan tanpa kendala. Berikut ini contoh biaya operasional adalah :

- a. Biaya-biaya produk-produk bahan salon baik harian, mingguan dan bulanan.
- b. Biaya personal, termasuk didalamnya gaji, tunjangan, dan bonus.
- c. Biaya lain-lain, seperti air, tagihan listrik, dan iuran sampah.

Menurut Nurlala dalam Setyo Mulyono (2016:13), biaya terbagi menjadi tiga golongan berdasarkan perilaku biaya, yaitu :

### **1. Biaya Tetap**

Berikut ini definisi biaya tetap menurut para ahli :

- a. Menurut Carter, biaya tetap merupakan biaya yang tidak dapat berubah secara total pada saat aktivitas bisnis dalam keadaan meningkat maupun menurun.
- b. Menurut Hansen dan Mowen, Biaya tetap merupakan suatu biaya yang dalam jumlah total tetap dan konstan dalam rentang yang relevan ketika tingkat output aktivitas berubah.
- c. Menurut Fuad, Biaya tetap terdiri dari dua karakter yang totalitasnya tidak berubah tanpa memandang perubahan tingkat aktivitas dan biaya satuannya akan berbanding terbalik dengan perubahan volume pengeluaran.

### **2. Biaya Variabel**

Biaya variabel adalah biaya yang dapat berubah secara proposional pada saat adanya perubahan pada aktivitas berdasarkan beberapa karakteristik seperti :

- a. Biaya satuan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume biaya satuan konstan.
- b. Biaya yang berubah total berdasarkan perbandingan yang searah dengan perbandingan perubahan tingkat aktivitas.

### **3. Biaya Semi Variabel**

Menurut Carter, dkk, Biaya semi variabel adalah biaya yang memperlihatkan karakteristik baik dari biaya tetap maupun biaya variabel. Sedangkan menurut Hansen dan Mowen dalam Setyo Mulyono (2016:14) berpendapat bahwa biaya semi variabel adalah biaya yang mempunyai komponen biaya tetap dan biaya variabel.

#### 2.4.4 Jenis-jenis Modal

Berikut ini merupakan jenis-jenis modal menurut Suliyanto (2010:186) :

##### 1. Modal Asing

Modal asing merupakan modal yang berasal dari luar perusahaan dan bersifat sementara bekerja dalam suatu perusahaan. Bagi perusahaan modal asing adalah hutang yang harus di bayar kembali. Modal asing terdiri dari tiga bagian jika dilihat dari jangka waktunya, sebagai berikut :

###### a. Utang Jangka Pendek

Utang Jangka pendek adalah utang yang jangka waktu pengembaliannya paling lama 1 tahun. jenis utang jangka pendek seperti kredit rekening koran, kredit dari penjual maupun pembeli, serta kredit dari wesel.

###### b. Utang Jangka Menengah

Utang jangka menengah adalah utang yang jangka waktu pengembaliannya lebih dari 1 tahun dan kurang dari sepuluh tahun seperti *lease financing* dan *tearm loan*.

###### c. Utang Jangka Panjang

Utang jangka panjang adalah utang yang pengembaliannya lebih dari sepuluh tahun seperti pinjaman obligasi dan pinjaman hipotek.

#### 2.4.5 Penyusutan Akitva Tetap

Menurut Suliyanto (2010:187), pengetahuan akan penyusutan dalam aspek keuangan penting untuk menentukan metode penyusutan dan menghitung nilai aktiva. Aktiva tetap yang digunakan akan mengalami pengurangan fungsi karena faktor dipakai, umur dan kerusakan-kerusakan. Oleh karena itu, besarnya pengurangan fungsi aktiva harus diperhitungkan sebagai biaya. Penyusutan diartikan sebagai harta perolehan aktiva tetap yang secara sistematis dialokasikan menjadi biaya setiap periode akuntansi. Untuk melakukan perhitungan

biaya-biaya penyusutan per periode akuntansi. Informasi-informasi berikut sangat diperlukan yaitu :

1. Harga perolehan (cost)

Harga perolehan adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh dan menempatkan aktiva tetap.

2. Nilai Sisa (Residu)

Nilai sisa adalah jumlah yang dapat diterima bila aktiva yang sudah tidak dapat digunakan dijual, ditukar atau cara-cara lain dikurangi biaya-biaya yang terjadi untuk menjual /menukarkannya

3. Umur Ekonomis

Umur ekonomis merupakan taksiran umur suatu aktiva yang dinyatakan dalam suatu periode waktu maupun tahun produksi atau satuan jam kerja.

#### 2.4.6 Aliran Kas Bersih (*Net Cash Flow*)

Menurut Suliyanto (2010:195), penilaian kelayakan investasi didasarkan pada aliran kas (*cash flow*) dan bukan pada keuntungan. Hal ini disebabkan untuk menghasilkan keuntungan tambahan, perusahaan baru mempunyai kas untuk ditanamkan kembali. Keuntungan selalu dalam bentuk kas, tetapi dalam keuntungan tersebut ada kas yang akan diinvestasikan kembali dan ada kas yang akan diambil sebagai *prive*. Oleh karena itu, besarnya kas bersih tidak sama dengan keuntungan. Aliran kas adalah usulan pengeluaran modal (*capital expenditure*), yang terdiri dua aliran kas (*cash flow*), yaitu:

- a. Aliran kas keluar neto (*neto outflow of cash*), yaitu aliran kas yang diperlukan untuk investasi baru.
- b. Aliran kas masuk tahunan (*net outflow of cash*), yaitu aliran kas sebagai hasil dari investasi baru tersebut. Aliran ini sering disebut *net cash proceeds* atau cukup dengan istilah *proceeds*.

Rumus :

$$\text{Aliran Kas Masuk (Proceeds)} = \text{Laba setelah pajak} + \text{Penyusutan}$$

(Menurut Suliyanto, 2010)

### 2.4.7 Ketentuan dan Penetapan Pajak

Menurut Undang-Undang Nomor 36 tahun 2008 pasal 17 menentukan penetapan pajak sebagai berikut:

1. Tarif pajak yang ditetapkan atas penghasilan kena pajak bagi :

A. Wajib Pajak orang pribadi dalam negeri adalah sebagai berikut :

**Tabel 2.1 Tarif Penetapan Pajak UU No. 36 Tahun 2008**

<b>Lapisan Penghasilan Kena Pajak</b>	<b>Tarif Pajak</b>
Sampai dengan Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah)	5% (lima persen)
Diatas Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp 250.000.000,00 (dua ratus lima puluh juta rupiah)	15% (lima belas persen)
Diatas Rp 250.000.000,00 (dua ratus lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)	25% (dua puluh lima persen)
Diatas Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah)	30% (tiga puluh persen)

*Sumber: UU Nomor 36 Tahun 2008*

B. Pajak badan dalam negeri dan bentuk usaha tetap lainnya adalah sebesar 28% (dua puluh delapan persen).

2. Tarif tertinggi sebagaimana dimaksudkan pada ayat (1) huruf a dapat diturunkan menjadi paling terendah 25% (dua puluh lima persen) yang diatur dengan Peraturan Pemerintah. Tarif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b menjadi 25% (dua puluh lima persen) mulai berlaku sejak tahun pajak 2010

### 2.5 Analisis Kelayakan Investasi (Analisis kelayakan Finansial)

Menurut Suliyanto (2010:228), sebelum melakukan analisis keuangan ada beberapa hal yang harus dipersiapkan yaitu:

1. Penentuan biaya investasi dan biaya tetap
2. Membagi biaya variabel dan biaya tetap

3. Membuat asumsi:
  - a. Pertumbuhan pendapatan yang diinginkan
  - b. Rata-rata tingkat suku bunga kredit
4. Menentukan rugi laba
5. Menentukan *Proceeds* dari rugi laba yang dihitung.

### 2.5.1 *Payback Period (PP)*

#### 1. Pengertian dan Rumus

Menurut Kasmir, (2010:244) *Payback Period*(PP) atau tingkat pengembalian investasi adalah salah satu metode dalam menilai kelayakan usaha yang digunakan untuk mengukur periode waktu pengembalian modal yang digunakan. Semakin cepat modal dapat kembali, maka semakin baik suatu proyek untuk diusahakan karena modal yang digunakan akan cepat kembali dan digunakan untuk membiayai kegiatan lain. Rumus yang digunakan untuk menghitung *Payback Period (PP)* adalah sebagai berikut :

$$\text{Payback Period (PP)} = \frac{\text{Investasi Kas Bersih}}{\text{Aliran Kas Masuk Bersih Tahunan}}$$

Untuk menghitung *Payback Period (PP)* yang mempunyai nilai proceeds yang tidak sama setiap tahunnya maka dihitung akumulasi proceeds-nya terlebih dahulu sehingga diperoleh akumulasi kas masuk (nol).

Kriteria kelayakan penerimaan investasi menggunakan metode *Payback Period* adalah suatu investasi yang diusulkan dinyatakan layak jika *Payback Period* lebih pendek dibandingkan periode payback maksimum. Sebaliknya, jika *Payback Period (PP)* suatu investasi lebih panjang daripada period payback maksimum maka investasi tersebut dinyatakan tidak layak. Apabila terdapat beberapa alternatif investasi maka untuk menentukan alternatif terbaik dilakukan pemilihan investasi yang mempunyai *Payback Period* yang paling pendek.

## 2. Kelebihan dan kelemahan

**Tabel 2.1 Kelebihan dan Kekurangan *Payback Period***

<b>Kelebihan</b>	<b>Kelemahan</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah dihitung, tidak memerlukan data yang banyak.</li> <li>2. Berdasarkan pada cash basis, bukan accrual basis.</li> <li>3. Cukup akurat untuk mengukur nilai investasi yang di perbandingkan untuk beberapa kasus dan bagi pembuat keputusan</li> <li>4. Dapat digunakan untuk melihat hasilhasil yang dapat di berbandingkan dan mengabaikan alternatif-alternatif investasi yang buruk (tidak menguntungkan)</li> <li>5. Menekankan pada alternatif alternatif investasi yang memiliki periode pengembalian lebih cepat.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak mampu memberikan informasi tentang tingkat profitabilitas investasi</li> <li>2. Tidak memperhitungkan nilai waktu uang</li> <li>3. Sulit membuat kesimpulan jika terdapat dua peluang investasi atau lebih yang emiliki umur ekonomis yang tidak sama</li> <li>4. Tidak memperhitungkan pengembalian investasi setelah melewati waktu Payback Period</li> </ol>

*Sumber: (Kasmir, 2010)*

### 2.5.2 *Net Present Value (NPV)*

#### 1. Pengertian dan Rumus

NPV suatu proyek menunjukkan manfaat bersih yang diterima proyek selama umur proyek pada tingkat suku bungatertentu. NPV juga dapat diartikan sebagai nilai sekarang dari arus kas yang ditimbulkan oleh investasi. Dalam menghitung NPV, perlu ditentukan tingkat suku bunga yang relevan. Kriteria kelayakan investasi berdasarkan NPV yaitu:

- a.  $NPV > 0$ , artinya proyek sudah dinyatakan menguntungkan dan dapat dilaksanakan.
- b.  $NPV < 0$ , artinya proyek tidak menghasilkan nilai biaya yang dipergunakan. Dengan kata lain proyek tersebut merugikan dan sebaiknya tidak dilaksanakan.

- c. NPV = 0, artinya proyek mampu mengembalikan persis sebesar modal sosial opportunity cost faktor produksi normal, dengan kata lain proyek tersebut tidak untung dan tidak rugi. (Suliyanto, 2010:256)

Rumus yang digunakan untuk menghitung *Net Present Value (NPV)* yaitu :

$$Net\ Present\ Value\ (NPV) = \sum_{t=0}^n \frac{At}{(1+k)^t}$$

Keterangan:

k = Discount rate yang digunakan

At = Cash flow pada periode t

n = Periode yang terakhir dimana cash flow diharapkan

Kriteria kelayakan penerimaan investasi menggunakan metode *Net Present Value (NPV)* adalah suatu investasi yang diusulkan dinyatakan layak jika *Net Present Value (NPV)* lebih besar dari nol atau bernilai positif. Sebaliknya, jika *Net Present Value (NPV)* suatu investasi lebih kecil dari nol atau bernilai negatif maka investasi tersebut dinyatakan tidak layak. Apabila terdapat beberapa alternatif investasi maka untuk alternatif investasi yang terbaik dipilih dengan cara menentukan alternatif investasi yang mempunyai *Net Present Value* yang paling besar.

2. Kelebihan dan Kelemahan

**Tabel 2.2 Kelebihan dan Kelemahan *Net Present Value (NPV)***

Kelebihan	Kelemahan
1. Memperhitungkan tingkat bunga yang sebenarnya 2. Mudah diterapkan karena tidak menggunakan pendekatan trial and error 3. Mudah menyesuaikan dengan risiko, yaitu dengan menggunakan tingkat bunga yang berbeda untuk tahun-tahun berikutnya	1. Sulitnya menentukan rate minimum yang diinginkan 2. Tidak menunjukkan rate of return sebenarnya 3. Adanya sumbu bawa semua aliran kas masuk bersih segera dapat diinventarisasi kembali pada rate yang dipilih.

Sumber: (Suliyanto, 2010)



### 2.5.3 Profitability Index (PI)

#### 1. Pengertian dan Rumus

Menurut Suliyanto, (2010:267) Metode *Profitability Index* (PI) atau sering disebut dengan *Desirability Index* (DI) merupakan metode yang menghitung perbandingan antara nilai sekarang dengan penerimaan kas bersih dimasa yang akan datang (*Proceeds*) dengan nilai sekarang investasi (*outlays*). Rumus yang digunakan untuk menghitung Profitability Index (PI) adalah sebagai berikut:

$$Profitability\ Index\ (PI) = \frac{Proceeds}{Outlays}$$

Apabila proceeds suatu investasi tidak sama besarnya dari tahun ke tahun maka, seperti halnya dalam NPV untuk menghitung dengan metode *Profitability Index* (PI), harus menghitung *Present value* dari *proceeds* setiap tahunnya terlebih dahulu untuk dijumlahkan sehingga diperoleh jumlah *present value* dari keseluruhan *proceeds* yang diharapkan dari investasi.

Kriteria kelayakan penerimaan menggunakan metode *Profitability Index* (PI) adalah suatu investasi yang diusulkan dinyatakan layak jika *Profitability Index* (PI) lebih dari satu. Sebaliknya, jika *Profitability Index* (PI) suatu investasi lebih kecil dari satu maka investasi tersebut dinyatakan tidak layak. Apabila terdapat beberapa alternatif investasi maka alternatif terbaik ditentukan dengan cara memilih alternatif investasi yang mempunyai *Profitability Index* (PI) yang paling besar.

#### 2. Kelemahan dan Kelebihan

**Tabel 2.3 Kelebihan dan Kelemahan *Profitability Index* (PI)**

Kelemahan	Kelebihan
1. Memperhitungkan tingkat bunga yang sebenarnya	1. Sulit menentukan rate minimum yang diinginkan
2. Mudah diterapkan karena tidak menggunakan pendekatan trial and error	2. Tidak menunjukkan rate of return yang sebenarnya
3. Mudah menyesuaikan dengan risiko yaitu dengan menggunakan tingkat bunga yang berbeda untuk tahun-tahun berikutnya.	3. Adanya sumbu bahwa semua aliran kas masuk bersih segera dapat diinvestasikan kembali pada rate yang dipilih

Sumber: (Suliyanto, 2010)

#### 2.5.4 ROI (*Return on Investment*)

Menurut Agus Sartono, 2010: 123, ROI (*Return on Investment*) merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia dalam perusahaan.

Kegunaan analisis ROI (*Return on Investment*) adalah sebagai berikut :

1. Jika perusahaan telah menjalankan praktik akuntansi yang baik, maka manajemen dengan menggunakan teknik analisa ROI dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang bekerja, efisiensi produksi, dan efisiensi bagian penjualan.
2. Apabila perusahaan mempunyai data industri sehingga dapat diperoleh rasio industri, maka dengan analisa ROI dapat dibandingkan efisiensi penggunaan modal pada perusahaannya dengan perusahaan lain yang sejenis, sehingga dapat diketahui apakah perusahaannya berada di bawah, sama, atau di atas rata-rata. Dengan demikian akan dapat diketahui di mana kelemahan dan kekuatan perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lain yang sejenis.
3. Analisa ROI juga dapat digunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh masing-masing divisi atau bagian, yaitu dengan mengalokasikan semua biaya dan modal ke dalam bagian yang bersangkutan.
4. Analisa ROI juga dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produk yang dihasilkan oleh perusahaan.
5. ROI selain berguna untuk keperluan kontrol, juga berguna untuk keperluan perencanaan. Misalnya ROI dapat digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan jika perusahaan akan mengadakan ekspansi (pengembangan).

Rumus :

$$ROI = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

*Sumber: Menurut Agus Sartono (2010)*

## 2.6 Bauran Pemasaran

Di dalam ruang lingkup pemasaran terdapat apa yang dinamakan dengan bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran merupakan serangkaian variabel pemasaran yang harus dikuasai dan dipahami oleh perusahaan untuk dapat mencapai tujuan perusahaan. Untuk lebih jelasnya mengenai definisi bauran pemasaran, berikut definisi dari ahli pemasaran yaitu :

Bauran pemasaran menurut Kotler dan Keller yang diterjemahkan oleh Benyamin Molan (2012:23), dapat diartikan bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan pemasarannya. Sedangkan pengertian bauran pemasaran menurut Alma Buchari (2012:205), diartikan sebagai berikut :

”Bauran pemasaran merupakan strategi mencampuri kegiatan – kegiatan pemasaran, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang memuaskan. *Marketing mix* terdiri atas empat komponen atau disebut 4P yaitu *product, price, place, promotion.*”

Berdasarkan beberapa definisi tersebut di atas peneliti sampai pada pemahaman bahwa bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang dijadikan strategi dalam kegiatan perusahaan guna mencapai tujuan perusahaan.

### 2.6.1 Startegi Produk

Produk adalah mengelola unsur produk termasuk perencanaan dan pengembangan produk atau jasa yang tepat untuk dipasarkan dengan mengubah produk atau jasa yang ada dengan menambah dan mengambil tindakan yang lain yang mempengaruhi bermacam-macam produk atau jasa. (Kotler dan Amstrong (2012:62).

### 2.6.2 Strategi Harga

Harga menjadi salah satu elemen yang paling penting yang menentukan pangsa pasar perusahaan dan profitabilitas dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk/jasa, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk/jasa.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:313) menerangkan bahwa harga adalah jumlah yang harus disiapkan oleh pelanggan yang ingin mendapatkan barang atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sedangkan menurut Buchari Alma (2012:169) mendefinisikan : “Harga (*price*) sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang”.

Menurut Kotler dan Keller (2012:278) empat indikator yang mencirikan harga adalah :

1. Keterjangkauan harga,
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk,
3. Daya saing harga, dan
4. Kesesuaian harga dengan manfaat.

### **2.6.3 Strategi Promosi**

Promosi penjualan sering bekerja sama dengan alat promosi yang lain seperti periklanan, media sosial, dan media cetak. Hal-hal itu menawarkan alasan untuk membeli, sedangkan promosi penjualan menawarkan insentif untuk membeli. Menurut Kotler dan Armstrong (2015:501) mengemukakan bahwa promosi penjualan adalah insentif-insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa.

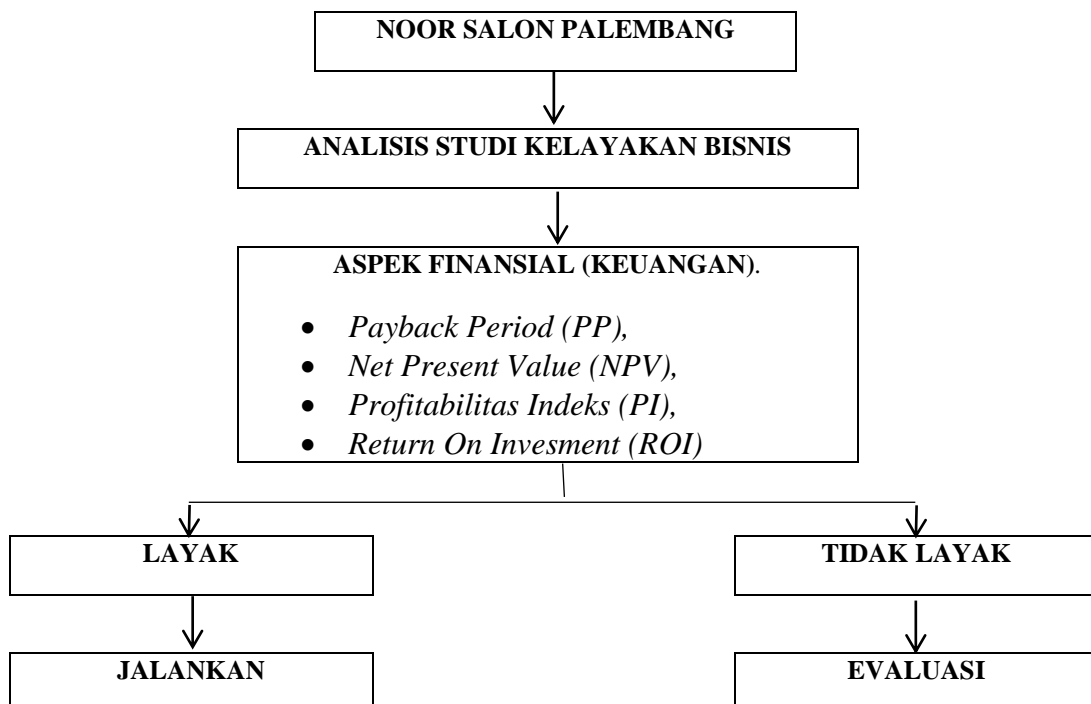
Berdasarkan pengertian di atas peneliti dapat simpulkan bahwa promosi penjualan merupakan bahan inti dalam kampanye pemasaran, insentif jangka pendek yang dirancang untuk menstimulasi pembelian yang lebih cepat atas produk atau jasa.

Promosi penjualan bermanfaat dalam mempromosikan kesadaran konsumen yang lebih besar terhadap harga. Dengan promosi penjualan perusahaan terbantu dalam menjual lebih banyak daripada biasanya pada harga resmi dan menerapkan program ke berbagai segmen konsumen. Pemasar jasa menerapkan promosi penjualan untuk menarik pelanggan baru dan menanamkan loyalitas. Tujuan promosi penjualan menurut Armstrong dan Kotler (2015:452) antara lain yaitu :

1. Penjual bisa menggunakan promosi pelanggan untuk mendorong pembelian
2. Pelanggan jangka pendek atau meningkatkan hubungan pelanggan jangka panjang.
3. Tujuan promosi dagang antara lain mendorong pengecer menjual barang baru dan menyediakan lebih banyak persediaan, membeli lebih awal, atau mengiklankan produk perusahaan dan memberikan ruang rak yang lebih banyak.
4. Promosi bisnis yang digunakan untuk menghasilkan arahan bisnis, mendorong pembelian, menghargai pelanggan, dan memotivasi wiraniaga.

### 2.7 Alur Penghitungan Kelayakan Bisnis

Alur Analisis Studi kelayakan ini cara menyampaikan alur yang akan diajarkan penulis dalam penelitian ini. Alur Analisis Studi kelayakan ini pada dasarnya mengungkapkan alur pikir peristiwa sosial yang diteliti secara logis dan rasional. Berikut adalah alur analisis pada penelitian penulis.



Bagan 2.1 Alur Penghitungan Kelayakan Bisnis

*Sumber: Diadopsi dari Aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis*

Bagan 1.2 merupakan skema yang dirancang untuk menjelaskan alur pemikiran yang akan dikaji. Penelitian ini memfokuskan penelitian pada analisis studi kelayakan bisnis ditinjau dari aspek keuangan (studi pengembangan bisnis Noor Salon Palembang). Penelitian ini menggunakan konsep studi kelayakan bisnis ditinjau dari aspek keuangan seperti *Payback Period (PP)*, *Net Present Value (NPV)*, *Profitabilitas Indeks (PI)*, *Return On Investment (ROI)*.

Beberapa penelitian terdahulu digunakan untuk memahami perkembangan dalam penelitian tentang kelayakan bisnis ditinjau dari aspek keuangan. Studi kasus pengembangan bisnis usaha Noor Salon Palembang.

## 2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan referensi yang diambil penulis untuk dijadikan acuan penulisan ilmiah yang dapat diperoleh berdasarkan berbagai sumber, objek, dan subjek yang sama.

**Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu**

No	Judul Penelitian	Teori	Fokus Penelitian	Hasil Analisis
1	Analisis Studi Kelayakan Bisnis Salon dan Spa House of Khadijah (PT Sharika Solusi Internasional) (oleh Masnabila Nurdiana Wahyuningtyas tahun 2014 mahasiswi IPB Bogor)	Aspek Studi Kelayakan Bisnis	Aspek Hukum Aspek Pasar dan Pemasaran Aspek Teknik dan Operasi Aspek Manajemen Aspek Ekonomi Sosial Aspek Finansial	Analisis Studi Kelayakan Bisnis Salon dan Spa House of Khadijah dilihat dari aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/operasi, aspek manajemen. Dan aspek ekonomi sosial layak didirikan, akan tetapi jika dilihat dari aspek finansial tidak layak dalam payback periode yang telah melebihi jangka waktu 4 tahun. Kesamaan penelitian inisama-sama meneliti kelayakan bisnis salon, Perbedaannya adalah penelitian ini meneliti semua aspek kelayakan bisnis. Sedangkan peneliti hanya meneliti dari aspek keuangan.

Lanjutan Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

2	<p>Analisis Studi Kelayakan Usaha Makanan Tradisional Kue Bangkit di Kota Pekanbaru. <i>(oleh Juliadri tahun 2017, mahasiswa Universitas Riau)</i></p>	<p>Aspek Studi Kelayakan Bisni</p>	<p>Aspek Hukum</p> <p>Aspek Pasar dan Pemasaran</p> <p>Aspek Teknik dan Operasi</p> <p>Aspek Manajemen</p> <p>Aspek Ekonomi Sosial</p> <p>Aspek Finansial</p>	<p>Analisis Studi Kelayakan Usaha Makanan Tradisional Kue Bangkit di Kota Pekanbaru dilihat dari semua aspek kelayakan bisnis layak untuk dikembangkan karena telah mampu mengembalikan modal awalnya. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti kelayakan bisnis. Sedangkan perbedaannya penelitian ini meneliti usaha bidang kuliner kue bangkit sedangkan peneliti usaha jasa salon. Kemudian penelitian ini ditinjau dari semua aspek kelayakan bisnis.</p>
3	<p>Analisis Kelayakan Usaha Warung “Burjo”. (Studi Kasus di Dusun Karang Gayam, Catur Tunggal, Depok Sleman, Yogyakarta). <i>(oleh Risal Rinofah tahun 2016, mahasisiwi Universitas Sarjanawiyata Taman Siswa Yogyakarta)</i>.</p>	<p>Aspek Studi Kelayakan Bisnis</p>	<p>Aspek Pasar dan Pemasaran</p> <p>Aspek Finansial</p>	<p>Analisis Kelayakan Usaha Warung “Burjo” di Dusun Karang Gayam, Catur Tunggal, Depok Sleman, Yogyakarta masih tetap layak dalam menjalankan bisnis meskipun penghasilannya kini stagnan dikarenakan banyak pesaing warung makan konvensional jika dibandingkan pada masa kejayaan tahun 2010. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama tidak meneliti semua aspek kelayakan bisnis. Sedangkan perbedaannya penelitian ini meneliti usaha bidang kuliner kue bangkit sedangkan peneliti usaha jasa salon.</p>



Lanjutan Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

4	Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Roti Ceriwis Sebagai Oleh-oleh Khas Kota Batam. (oleh Dewi Purnamasari dan Bambang Hendrawan tahun 2013, mahasisiwi dan mahasiswa Politeknik Negeri Batam).	Aspek Studi Kelayakan Bisnis	Aspek Pasar dan Pemasaran  Aspek Teknik  Aspek Finansial	Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Roti Ceriwis dapat disimpulkan bahwa layak untuk di jalankan karena pada perhitungan analisis financial telah menutupi biaya investasi awalnya sebelum umur usaha berakhir.Persamaan penelitian ini sama-sama tidak meneliti semua aspek kelayakan bisnis. Sedangkan perbedaannya pada objek penelitian meneliti usaha bidang kuliner roti ceriwis. sedangkan peneliti usaha jasa salon.
5	Analisis Kelayakan <i>Startup Digital</i> Yuk Cetak Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis dan Aspek Finansial,(oleh Ryan Aldiansyah tahun 2018, mahasiswa Universitas Telkom Bandung).	Aspek Studi Kelayakan Bisnis	Aspek Pasar dan Pemasaran  Aspek Teknik  Aspek Finansial	Analisis Kelayakan <i>Startup Digital</i> Yuk Cetak Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis dan Aspek Finansial layak untuk dijalankan karena modal awal investasi sudah terlampaui selama 4,3 tahun sebelum masa usaha berakhir. Persamaan penelitian ini sama-sama tidak meneliti semua aspek kelayakan bisnis. Sedangkan perbedaannya penelitian ini meneliti usaha bidang jasa percetakan. sedangkan peneliti usaha jasa salon.

Sumber : Diadopsi oleh penulis (2019)

