BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka Terkait Permasalahan

1. Konveksi

a. Definisi Konveksi

Konveksi merupakan industri kecil skala rumah tangga yang bergerak di bidang produksi pakaian jadi dan berbagai produk tekstil lainnya seperti baju, celana, seragam, dan pakaian jadi lainnya. Jenis usaha ini biasanya melibatkan proses mulai dari desain, pemotongan, hingga penjahitan untuk menghasilkan produk jadi. konveksi biasanya memiliki skala produksi yang lebih kecil, dengan jumlah tenaga kerja yang terbatas, serta teknologi produksi yang sederhana (Nuryanti, 2025).

Konveksi merupakan salah satu bisnis di bidang pakaian yang biasanya memproduksi pakaian dalam partai besar sesuai permintaan. Usaha konveksi termasuk usaha yang cenderung tak pernah mati, karena kebutuhan sandang manusia akan selalu ada (Faizah dan Abadi, 2023). Industri konveksi merupakan suatu perusahaan industri yang kegiatan usahanya memproduksi. Konveksi dalam proses produksinya menggunakan bahan baku tekstil dari bermacam-macam jenis kain seperti katun, *jersey* dan lain-lain. Pada usaha konveksi biasanya memiliki alat-alat produksi seperti pemotong kain, alat sablon, mesin jahit, serta komputer untuk membuat desain (Sisdiyantoro dan Lestari, 2022).

Berdasarkan definisi, dapat disimpulkan bahwa konveksi merupakan industri kecil skala rumah tangga yang bergerak dalam produksi pakaian jadi dan berbagai produk tekstil lainnya, seperti baju, celana, dan seragam. Usaha ini melibatkan proses desain, pemotongan, dan penjahitan untuk menghasilkan produk jadi. Konveksi umumnya memiliki skala produksi yang lebih kecil dengan tenaga kerja

terbatas dan teknologi produksi sederhana. Proses produksinya menggunakan berbagai jenis kain sebagai bahan baku, seperti katun, *jersey*, dan *polyester*, serta didukung oleh alat-alat produksi seperti pemotong kain, mesin jahit, alat sablon, dan komputer untuk desain.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Produksi Konveksi

Sisdiyantoro dan Lestari (2022) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi proses produksi suatu konveksi yaitu modal, tenaga kerja, dan bahan baku yang akan digunakan dalam suatu produksi.

1) Modal merupakan aspek yang sangat penting dalam kegiatan suatu usaha. Tanpa adanya modal suatu usaha tidak akan dapat berjalan meskipun syarat lain untuk mendirikan usaha sudah terpenuhi. Modal merupakan salah satu komponen penting dalam menjalankan suatu usaha bisnis, termasuk bisnis konveksi. Modal usaha bisa berasal dari modal sendiri ataupun modal pinjaman.
2) Tenaga kerja memiliki peran yang sangat penting dalam proses produksi. Dengan meningkatnya produktivitas tenaga kerja maka dapat mendorong peningkatan hasil produksi. Dalam proses pengembangan sektor industri konveksi sangat diperlukan tenaga kerja yang memadai, karena peran tenaga kerja sangat penting dalam seluruh kegiatan produksi perusahaan.
3) Bahan baku merupakan bahan prioritas utama bagi suatu industri dalam proses produksinya. Untuk mendapatkan bahan baku yang dibutuhkan dalam suatu proses produksi, suatu perusahaan harus membeli bahan baku sesuai dengan prosedur dan metode pembelian bahan standar yang baik dan sesuai dengan kondisi perusahaan atau industri sehingga kegiatan produksi perusahaan dapat meningkat.

2. Pengembangan Usaha

a. Definisi Pengembangan Usaha

Menurut Dirgantara, dkk., (2018) pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analisis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha. pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Usaha adalah melakukan kegiatan secara tetap dan terus-menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan, baik yang diselenggarakan oleh perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau tidak badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan di suatu daerah dalam suatu negara (Tambunan, 2015).

Pengembangan usaha (*business development*) merupakan suatu konsep yang berfokus pada pasar baru, produk baru atau keduanya, dengan melalui akuisisi, perizinan, usaha patungan (*joint ventures*), investasi kerja sama modal minoritas dan pengembangan internal (Anggreani 2017). Menurut Fahira (2020) tujuan pengembangan usaha yaitu sebuah proses untuk memperluas, meningkatkan atau mengoptimalkan berbagai aspek dari suatu bisnis, proses melibatkan berbagai langkah dan strategi yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja bisnis, memperluas pangsa pasar dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dampak yang didapatkan dalam pengembangan usaha yaitu berupa pertumbuhan ekonomi yang lebih besar, dengan menciptakan lapangan pekerjaan baru, meningkatkan pendapatan dan mendukung aktivitas.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha merupakan proses strategis yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang pertumbuhan potensial, baik melalui perluasan pasar,

pengembangan produk, atau metode lainnya seperti akuisisi, *joint venture*, dan investasi. Pengembangan usaha mencakup analisis dan pemantauan peluang pertumbuhan, tetapi tidak termasuk keputusan strategis. Kegiatan ini memerlukan visi jangka panjang, motivasi, dan kreativitas dari pelaku usaha. Tujuan utama pengembangan usaha adalah meningkatkan kinerja bisnis, memperluas pangsa pasar, dan mencapai target yang ditetapkan.

b. Strategi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas (Hidayat dan Handayani, 2018). Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar. Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (*starting*), membangun kerja sama ataupun dengan membeli usaha orang lain atau yang lebih dikenal dengan *franchising*. Namun yang perlu diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik. Untuk melaksanakan pengembangan bisnis dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain (Lestyorini, 2019).

Strategi pengembangan usaha adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Adapun strategi pengembangan usaha, yakni:

1) Strategi pengembangan produk

Cara ini dapat dilakukan dengan menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi, sistem distribusi, dan tempat usaha. Ini dilakukan bila perluasan usaha atau peningkatan *output* akan menurunkan biaya jangka panjang, yang berarti

mencapai skala ekonomis (*economics of scale*). Sebaliknya, bila peningkatan *output* mengakibatkan peningkatan biaya jangka panjang (*diseconomics of scale*), maka tidak baik untuk dilakukan. Dengan kata lain, bila produk barang dan jasa yang dihasilkan sudah mencapai titik paling efisien, maka memperluas skala ekonomi tidak bisa dilakukan, sebab akan mendorong kenaikan biaya. Skala usaha ekonomi terjadi apabila perluasan usaha atau peningkatan *output* menurunkan biaya jangka panjang. Oleh karena itu, apabila terjadi skala usaha yang tidak ekonomis, wirausaha dapat meningkatkan usahanya dengan memperluas cakupan usaha (*economics of scope*). Skala ekonomi menunjukkan pengurangan biaya perusahaan akibat kenaikan *output*, maka kurva pengalaman atau kurva belajar (*learning curve*) menunjukkan pengurangan biaya yang muncul akibat kenaikan volume secara kumulatif (Lestyorini, 2019).

2) Perluasan cakupan usaha

Cara ini bisa dilakukan dengan menambah jenis usaha baru, produk, dan jasa baru yang berbeda dari yang sekarang diproduksi (diversifikasi), serta dengan teknologi yang berbeda. Misalnya, usaha jasa angkutan kota diperluas dengan usaha jasa bus pariwisata, usaha jasa pendidikan diperluas dengan usaha jasa pelatihan dan kursus-kursus. Dengan demikian, lingkup usaha ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha ekonomis yang ditandai oleh total biaya produksi gabungan (*joint total production cost*) dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama-sama adalah lebih kecil daripada penjumlahan biaya produksi masing-masing produk itu apabila diproduksi secara terpisah. Perluasan cakupan usaha ini bisa dilakukan apabila wirausaha memiliki permodalan yang cukup. Sebaliknya, lingkup usaha tidak ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha yang tidak ekonomis, dimana biaya produksi total bersama (*joint total production cost*) dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama-sama adalah lebih besar daripada penjumlahan

biaya produksi dari masing-masing jenis produk itu apabila diproduksi secara terpisah. Untuk memperluas skala ekonomi, lingkup ekonomi, bila pengetahuan usaha dan permodalan yang cukup, wirausaha bisa melakukan kerja sama dengan perusahaan lain melalui usaha patungan (*joint venture*), atau kerja sama manajemen melalui sistem kemitraan (Lestyorini, 2019).

c. Jenis-Jenis Strategi Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan berbagai strategi, tergantung pada tujuan, sumber daya, dan kondisi pasar.

1) Strategi pengembangan produk

Pengembangan produk adalah mengupayakan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa saat ini atau pengembangan produk atau jasa baru. Pengembangan produk biasanya membutuhkan pengeluaran yang besar untuk penelitian dan pengembangan. Strategi pengembangan produk ini dipilih untuk dijalankan oleh suatu perusahaan dalam rangka memodifikasi produk yang ada sekarang atau penciptaan produk baru yang masih terkait dengan produk yang sekarang. Dengan demikian produk baru atau yang dimodifikasi tersebut, dapat dipasarkan kepada pelanggan yang ada sekarang melalui saluran pemasaran yang ada. Gagasan strategi ini dipilih untuk dijalankan dengan tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Di samping itu sekaligus melakukan pengembangan produk, bagi upaya mendalami pengaruh dari siklus yang dikenal sebagai *product life style* (Lestyorini, 2019).

Menurut Lestyorini (2019) terdapat lima pedoman tentang kapan pengembangan produk dapat menjadi sebuah strategi yang efektif, yaitu:

a) Ketika organisasi memiliki produk-produk berhasil yang berada di tahap kematangan dari siklus hidup produk. Gagasannya disini adalah menarik konsumen yang terpuaskan untuk mencoba produk baru (yang lebih baik)

sebagai hasil dari pengalaman positif mereka dengan produk atau jasa organisasi saat ini.

b) Ketika organisasi berkompetensi di industri yang ditandai oleh perkembangan teknologi yang cepat.

c) Ketika pesaing utama menawarkan produk berkualitas lebih baik dengan harga “bagus”.

d) Ketika organisasi bersaing dalam industri dengan tingkat pertumbuhan tinggi.

e) Ketika organisasi memiliki kapabilitas penelitian dan pengembangan yang sangat kuat.

2) Strategi pengembangan pasar

Memperkenalkan produk atau jasa saat ini ke wilayah geografis baru. Strategi pengembangan pasar dipilih untuk dijalankan dengan pertimbangan dapat dilakukannya pengoordinasian, sehingga akan dapat dicapai biaya yang lebih rendah dan risiko yang dihadapi lebih kecil. Penekanan dari strategi ini adalah pada pemasaran produk yang sekarang dijalankan dengan adanya pertimbangan keahlian dan keterampilan dalam pengoperasian baik untuk pelanggan yang ada, maupun untuk pelanggan baru. Dalam hal ini kegiatan yang ditingkatkan adalah penambahan saluran distribusi dan cabang perusahaan, serta mengubah dan meningkatkan program promosi. Pengembangan pasar adalah suatu keputusan strategis dari suatu perusahaan atau korporasi. Keputusan strategis itu diarahkan untuk dapat memanfaatkan peluang pasar bagi pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan (Lestyorini, 2019).

3) Strategi pengembangan yang terkonsentrasi

Strategi pengembangan yang terkonsentrasi memfokuskan pada suatu kombinasi produk dan pasar tertentu. Suatu pertumbuhan terkonsentrasi merupakan strategi perusahaan yang langsung menekankan pemanfaatan

sumber daya untuk meningkatkan pertumbuhan dari suatu produk tunggal, dalam suatu pasar tunggal dengan suatu teknologi yang dominan (Lestyorini, 2019). Pemilihan secara rasional atas pendekatan ini adalah melakukan penetrasi pasar dengan strategi terkonsentrasi, yang dimanfaatkan perusahaan atas pengalaman pengolahan operasi bisnis perusahaan di dalam suatu arena bisnis persaingan (Makkulau, 2018).

Strategi pengembangan yang terkonsentrasi diarahkan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Kemungkinan hal ini, karena didukung oleh kemampuan menilai kebutuhan pasar, pengetahuan tentang perilaku pembeli, sensitivitas harga pelanggan dan efektivitas dari promosi. Suatu perusahaan dapat menjalankan strategi pertumbuhan yang terkonsentrasi secara berhasil, bila didukung oleh pengembangan keterampilan atau *skills,* dan kompetensi bagi upaya pencapaian keberhasilan bersaing (Makkulau, 2018).

4) Strategi inovasi

Strategi inovasi menjadi perhatian bagi suatu perusahaan, karena dalam industri apabila tidak dilakukan inovasi dapat meningkatkan risiko yang dihadapi perusahaan. Strategi inovasi selalu dibutuhkan perusahaan baik untuk produk industri, maupun untuk barang-barang konsumsi, karena diharapkan adanya perubahan atau kemajuan dari produk yang ditawarkan. Di dalam era persaingan, kompetensi suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu melakukan inovasi, baik yang terkait dengan inovasi produk untuk menemukan produk baru atau produk modifikasi, maupun inovasi proses yang dapat menghasilkan produk yang sama dengan biaya yang lebih murah, karena menggunakan teknologi baru yang lebih maju (Makkulau, 2018).

5) Strategi integrasi horizontal (*horizontal integration*)

Integrasi horizontal terjadi apabila suatu organisasi perusahaan menambah satu atau lebih bisnisnya yang memproduksi produk/jasa yang sejenis dan dioperasikan pada pasar produk yang sama (Makkulau, 2018).

B. Tinjauan Pustaka Terkait Karya

1. Studi Kelayakan Bisnis

a. Definisi Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu rangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mengidentifikasi, merencanakan, dan mendalaminya secara komprehensif, melibatkan seluruh aspek dan aktivitas yang terkait dengan usaha, dengan tujuan untuk mencapai keuntungan ekonomi atau manfaat sosial. Proses ini melibatkan analisis mendalam terhadap segala aspek yang terkait dengan penyediaan barang dan jasa yang diperlukan dalam suatu sistem perekonomian. Studi kelayakan bisnis bertujuan untuk memberikan landasan keputusan yang jelas, apakah suatu usaha layak atau tidak untuk dijalankan. Keputusan ini tidak hanya didasarkan pada potensi keuntungan finansial, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dan nilai tambah yang dapat diberikan kepada masyarakat atau sistem ekonomi secara lebih luas. Dengan demikian, *output* dari studi kelayakan bisnis adalah penilaian menyeluruh yang memberikan gambaran komprehensif mengenai keberlanjutan dan kesuksesan suatu usaha di dalam konteks ekonomi dan sosial (Bate'e, dkk., 2024).

Studi kelayakan bisnis bukan sekadar penilaian terhadap layak atau tidaknya pendirian suatu bisnis, melainkan merupakan suatu bentuk penelitian yang melibatkan analisis mendalam terhadap rencana bisnis. Lebih dari sekadar tahap awal, studi ini juga merangkum evaluasi berkelanjutan saat bisnis dioperasikan secara rutin. Fokusnya tidak hanya pada pendirian bisnis, tetapi juga pada aspek

operasionalnya, dengan tujuan mencapai keuntungan maksimal tanpa batas waktu yang ditentukan. Menurut Kasmir dan Jakfar (2017) menentukan apakah suatu usaha atau bisnis layak atau tidak dapat dievaluasi melalui berbagai sudut pandang. Keberlanjutan suatu aspek dianggap layak bila memenuhi standar nilai tertentu, walaupun keputusan pemilik tidak semata-mata bergantung pada satu aspek saja. Keputusan untuk menilai kelayakan suatu proyek harus disusun atas dasar evaluasi menyeluruh terhadap seluruh aspek yang terlibat. Studi kelayakan bisnis memerlukan penilaian holistik terhadap berbagai faktor yang mencakup aspek hukum, pasar dan pemasaran, keuangan, teknis/operasional, manajemen dan organisasi, serta implikasi ekonomi, sosial, dan dampak lingkungan (Bate'e, dkk., 2024). Menurut Kasmir dan Jakfar (2017), studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa studi kelayakan bisnis merupakan proses analisis mendalam dan komprehensif untuk menilai kelayakan suatu usaha atau proyek, baik sebelum pendirian maupun selama operasional berjalan.

b. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

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

1) Menghindari risiko kerugian

Studi kelayakan perlu dilakukan untuk mengatasi risiko kerugian di masa yang akan datang karena adanya suatu ketidakpastian di masa yang akan datang. Kondisi ini ada yang dapat diramalkan akan terjadi atau memang dengan sendirinya terjadi tanpa dapat diramalkan. Dalam hal ini, fungsi studi kelayakan

adalah untuk meminimalkan risiko yang tidak kita inginkan, baik risiko yang dapat kita kendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.

2) Memudahkan perencanaan

Jika kita sudah dapat meramalkan apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang, maka akan mempermudah kita dalam melakukan perencanaan dan hal-hal apa saja yang perlu direncanakan. Perencanaan meliputi berapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha atau proyek akan dijalankan, dimana lokasi proyek akan dibangun, siapa-siapa yang akan melaksanakannya, bagaimana cara menjalankannya, berapa besar keuntungan yang akan diperoleh, serta bagaimana mengawasinya jika terjadi penyimpangan. Dalam hal ini, perencanaan sudah mencakup pengaturan jadwal pelaksanaan usaha, mulai dari usaha dijalankan sampai waktu tertentu.

3) Memudahkan pelaksanaan pekerjaan

Dengan adanya berbagai rencana yang sudah disusun akan sangat memudahkan pelaksanaan bisnis. Para pelaksana yang mengerjakan bisnis tersebut telah memiliki pedoman yang harus dikerjakan. Kemudian pengerjaan usaha dapat dilakukan secara sistematik, sehingga tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang sudah disusun. Rencana yang sudah disusun dijadikan acuan dalam mengerjakan setiap tahap yang sudah direncanakan.

4) Memudahkan pengawasan

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

5) Memudahkan pengendalian

Jika dalam pelaksanaan pekerjaan telah dilakukan pengawasan, maka apabila terjadi suatu penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga akan dapat

dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah untuk mengembalikan pelaksanaan pekerjaan yang melenceng ke rel yang sesungguhnya, sehingga pada akhirnya tujuan perusahaan akan tercapai.

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa, studi kelayakan merupakan langkah penting sebelum menjalankan suatu usaha atau proyek karena memiliki lima tujuan utama:

1) Menghindari risiko kerugian dengan meminimalkan ketidakpastian di masa depan.
2) Memudahkan perencanaan, termasuk pengaturan dana, waktu, lokasi, sumber daya, dan strategi pelaksanaan.
3) Memudahkan pelaksanaan pekerjaan karena adanya pedoman sistematis yang telah disusun.
4) Memudahkan pengawasan untuk memastikan usaha berjalan sesuai rencana.
5) Memudahkan pengendalian jika terjadi penyimpangan, sehingga tujuan perusahaan tetap tercapai.

2. Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Kasmir dan Jakfar (2017), dalam melakukan pembuatan dan penilaian studi kelayakan melalui tahap-tahap yang telah ditentukan, hendaknya dilakukan secara benar dan lengkap. Kemudian setiap tahapan memiliki berbagai aspek yang harus diteliti, diukur, dan dinilai sesuai dengan ketentuan yang telah ditentukan. Ada beberapa aspek yang perlu dilakukan studi untuk menentukan kelayakan suatu usaha. Masing-masing aspek tidak berdiri sendiri, akan tetapi saling berkaitan. Artinya jika salah satu aspek tidak dipenuhi, maka perlu dilakukan perbaikan.

Menurut Ismail dan Rahmat (2023), dalam studi kelayakan bisnis itu sendiri terdapat tujuh aspek yang perlu ditinjau agar perusahaan atau usaha dapat

terhindar dari risiko kerugian, yakni aspek umum dan manajemen, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek keuangan, aspek hukum, dan aspek analisis dampak lingkungan. Dengan menganalisis ketujuh aspek tersebut dengan baik dan benar, maka suatu usaha dapat lebih mudah memperoleh suntikan modal dari investor maupun kreditur dan usaha tersebut dapat dijalankan tanpa takut dengan berbagai risiko kerugian yang mungkin terjadi.

Berdasarkan pendapat diatas, kelayakan suatu usaha harus dilakukan melalui analisis menyeluruh terhadap berbagai aspek yang saling berkaitan. Studi kelayakan bisnis memerlukan pendekatan sistematis dan komprehensif, setiap aspek harus dipenuhi agar usaha dapat berjalan secara optimal dan terhindar dari risiko kerugian. Jika salah satu aspek tidak terpenuhi, maka perlu dilakukan perbaikan atau penyesuaian sebelum usaha dilanjutkan atau dikembangkan. Analisis yang matang terhadap seluruh aspek ini juga akan meningkatkan kepercayaan investor dan kreditur, sehingga memudahkan pengembangan usaha dengan dukungan pendanaan yang lebih baik. Dengan demikian, suatu usaha dapat dinyatakan layak dikembangkan apabila seluruh aspek studi kelayakan telah terpenuhi secara optimal, sehingga risiko kegagalan dapat diminimalkan dan peluang keberhasilan usaha semakin besar.

a. Aspek Umum dan Manajemen

Aspek umum dan manajemen merupakan bagian penting yang perlu ditinjau lebih dalam untuk mengetahui kelayakan suatu usaha. Karena jika pada aspek lain dapat dikatakan layak namun jika fungsi manajemen dan organisasi tidak dikelola dengan baik. Maka tidak menutup kemungkinan perusahaan akan mengalami kegagalan atau kerugian (Ismail dan Rahmat, 2023). Baik menyangkut masalah SDM maupun rencana perusahaan secara keseluruhan haruslah disusun sesuai dengan tujuan perusahaan. Tujuan perusahaan akan lebih mudah tercapai jika memenuhi kaidah-kaidah atau tahapan dalam proses manajemen. Proses

manajemen akan tergambar dari masing-masing fungsi yang ada dalam manajemen (Kasmir dan Jakfar, 2017).

Masing-masing fungsi tidak dapat berjalan sendiri-sendiri, akan tetapi harus dilaksanakan secara berkesinambungan, karena kaitan antara satu fungsi dan fungsi lainnya sangat erat. Apabila salah satu fungsi tidak dapat dijalankan secara baik, maka jangan diharapkan tujuan perusahaan dapat tercapai. Untuk keperluan studi kelayakan bisnis yang perlu dianalisis adalah bagaimana fungsi-fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan (Kasmir dan Jakfar, 2017). Adapun fungsi-fungsi manajemen tersebut dapat diuraikan, yaitu:

1) Perencanaan (*planning)* ialah proses menentukan arah yang akan ditempuh dan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam proses ini ditentukan tentang apa yang harus dilakukan, kapan dan bagaimana melakukannya serta dengan cara apa hal tersebut dilaksanakan.
2) Pengorganisasian (*organizing*) ialah proses mengelompokkan kegiatan-kegiatan atau pekerjaan-pekerjaan dalam unit-unit. Tujuannya adalah supaya tertata dengan jelas antara tugas, wewenang, dan tanggung jawab serta hubungan kerja dengan sebaik mungkin dalam bidangnya masing-masing.
3) Pelaksanaan (*actuating*) ialah proses untuk menjalankan kegiatan/pekerjaan dalam organisasi. Dalam menjalankan organisasi para pimpinan/manajer harus menggerakkan bawahannya (para karyawan) untuk mengerjakan pekerjaan yang telah ditentukan dengan cara memimpin, memberi perintah, memberi petunjuk, dan memberi motivasi.
4) Pengawasan (*controlling*) ialah proses untuk mengukur dan menilai pelaksanaan tugas apakah telah sesuai dengan rencana. Jika dalam proses tersebut terjadi penyimpangan, maka akan segera dikendalikan.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa aspek manajemen dan organisasi merupakan faktor penting dalam menentukan kelayakan suatu usaha. Meskipun aspek lain (seperti pasar, keuangan, atau teknis) telah dinyatakan layak, kegagalan dalam pengelolaan manajemen dan organisasi dapat menyebabkan kerugian atau bahkan kebangkrutan. Keberhasilan perusahaan bergantung pada empat fungsi manajemen yang saling terkait, yakni:

1) Perencanaan (*planning*): Menentukan tujuan, strategi, dan langkah operasional.
2) Pengorganisasian (*organizing*): Menyusun struktur tugas, wewenang, dan tanggung jawab.
3) Pelaksanaan (*actuating*): Menggerakkan SDM melalui kepemimpinan dan motivasi.
4) Pengawasan (*controlling*): Memastikan kinerja sesuai rencana dan melakukan koreksi jika ada penyimpangan.

b. Aspek Pasar dan Pemasaran

Menurut Kasmir dan Jakfar (2017), pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang sangat tinggi dan saling mempengaruhi satu sama lain. Dengan kata lain, pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar.

Perusahaan yang akan melakukan investasi dinilai dari segi pasar dan pemasaran memiliki peluang pasar yang diinginkan atau tidak. Dengan kata lain seberapa besar potensi pasar yang ada untuk produk yang ditawarkan dan seberapa besar *market share* yang dikuasai oleh para pesaing dewasa ini. Kemudian bagaimana strategi pemasaran yang akan dilakukan, untuk mengambil peluang pasar yang ada. Maka dalam hal ini, untuk menentukan besarnya pasar nyata serta potensi pasar yang ada, perlu melakukan riset pasar, baik dengan terjun langsung ke lapangan maupun dengan mengumpulkan data dari berbagai

sumber. Setelah itu, sesudah diketahui pasar nyata dan potensi pasar yang ada barulah disusun strategi pemasarannya (Iqbal 2020). Agar investasi atau bisnis yang akan dijalankan dapat berhasil dengan baik, maka sebelumnya perlu melakukan strategi bersaing yang tepat. Unsur strategi persaingan ini adalah menentukan segmentasi pasar (*segmentation*), menetapkan pasar sasaran (*targeting*), dan menentukan posisi pasar (*positioning*), atau sering disebut dengan STP (Aliefah dan Nandasari, 2022). Analisis SWOT yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan (Mashuri and Nurjannah, 2020). Bauran pemasaran menurut merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasarannya. Bauran pemasaran jasa terdapat 7p, yakni product, price, place, promotion, physical evidence, proses, and people (Dewi, dkk., 2021).

Berdasarkan pendapat di atas, pasar dan pemasaran adalah dua aspek yang saling terkait dan tidak dapat dipisahkan. Pasar didefinisikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi, sedangkan pemasaran bertujuan untuk menciptakan atau menemukan pasar. Dalam konteks investasi, penting untuk menganalisis potensi pasar, pangsa pasar yang dikuasai pesaing, serta menyusun strategi pemasaran yang efektif. Riset pasar diperlukan untuk mengidentifikasi pasar nyata dan pasar potensial sebelum merancang strategi pemasaran. Selain itu, keberhasilan bisnis atau investasi juga bergantung pada penerapan strategi bersaing yang tepat, yaitu melalui *Segmentation, Targeting,* dan *Positioning* (STP). *Segmentation* pasar membantu dalam membagi pasar menjadi kelompok yang lebih spesifik, *targeting* memilih pasar sasaran yang tepat, dan *positioning* menetapkan citra produk pada konsumen. Analisis SWOT yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Bauran pemasaran jasa

terdapat 7P, yakni *product, price, place, promotion, physical evidence, proses,* dan *people*.

c. Aspek Teknis dan Teknologi

Dalam aspek ini, yang akan diteliti adalah mengenai lokasi usaha, baik kantor pusat, cabang, atau gudang. Kemudian penentuan *layout* gedung, mesin, dan peralatan serta *layout* ruangan sampai kepada usaha perluasan selanjutnya. Penelitian mengenai lokasi meliputi berbagai pertimbangan, apakah harus dekat dengan pasar, dekat dengan bahan baku, dekat dengan tenaga kerja, dekat dengan pemerintah, dekat dengan lembaga keuangan, dekat dengan pelabuhan, atau pertimbangan lainnya. Kemudian mengenai penggunaan teknologi apakah padat karya atau padat modal (Adnyana, 2020).

Menurut Kasmir dan Jakfar (2017), aspek teknis dan teknologi dikenal sebagai aspek produksi. Penilaian kelayakan terhadap aspek ini sangat penting dilakukan sebelum perusahaan dijalankan. Penentuan kelayakan teknik perusahaan menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan teknik, sehingga apabila tidak dianalisis dengan baik, maka akan berakibat fatal bagi perusahaan dalam perjalanannya di kemudian hari. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam aspek ini adalah masalah penentuan lokasi, luas produksi, tata letak *(layout*), penyusunan peralatan pabrik, dan proses produksinya termasuk pemilihan teknologi. Kelengkapan kajian aspek ini sangat tergantung dari jenis usaha yang akan dijalankan, karena setiap jenis usaha memiliki prioritas tersendiri.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa aspek teknis dan teknologi merupakan faktor yang penting untuk menilai kelayakan suatu usaha sebelum dijalankan. Penentuan lokasi usaha baik kantor pusat, cabang, maupun gudang harus mempertimbangkan berbagai faktor seperti kedekatan dengan pasar, bahan baku, tenaga kerja, lembaga keuangan, atau fasilitas pendukung seperti pelabuhan. Selain itu, pemilihan teknologi (apakah padat karya atau padat

modal) juga berpengaruh pada efisiensi operasional. Kelengkapan kajian aspek teknis dan teknologi sangat bergantung pada jenis usaha karena setiap bisnis memiliki prioritas dan kebutuhan yang berbeda. Dengan demikian, perencanaan yang cermat dalam hal lokasi, tata letak, dan teknologi produksi menjadi fondasi penting untuk keberhasilan operasional dan ekspansi usaha di masa depan.

d. Aspek Hukum

Menurut Kasmir dan Jakfar (2017), untuk memulai studi kelayakan suatu usaha pada umumnya dimulai dari aspek hukum, walaupun banyak yang melakukannya dari aspek lain. Tujuan dari aspek hukum adalah untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan dan keaslian dokumen-dokumen yang dimiliki. Dalam aspek ini akan membahas masalah kelengkapan dan keabsahan dokumen perusahaan, mulai dari bentuk badan usaha sampai izin-izin yang dimiliki. Kelengkapan dan keabsahan dokumen sangat penting, karena hal ini merupakan dasar hukum yang harus dipegang apabila di kemudian hari timbul masalah. Keabsahan dan kesempurnaan dokumen dapat diperoleh dari pihak-pihak yang menerbitkan atau mengeluarkan dokumen tersebut.

Dalam praktiknya terdapat beberapa izin. Banyaknya izin dan jenis-jenis izin yang dibutuhkan tergantung dari jenis usaha yang dijalankan. Adapun izin yang dimaksud adalah:

1. Tanda Daftar Perusahaan (TDP) merupakan dokumen resmi yang berfungsi sebagai bukti bahwa perusahaan telah terdaftar secara sah dan mendapatkan izin beroperasi.
2. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) merupakan nomor pokok yang diberikan kepada wajib pajak sebagai sarana dalam administrasi perpajakan yang dipergunakan sebagai tanda pengenal atau identitas pajak dalam melaksanakan hal dan kewajiban.
3. Izin-izin usaha lainnya.

e. Aspek Analisis Dampak Lingkungan

Lingkungan hidup merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk ditelaah sebelum suatu investasi atau usaha dijalankan. Dampak yang timbul ada yang langsung memengaruhi pada saat kegiatan usaha/proyek dilakukan sekarang atau baru terlihat beberapa waktu kemudian di masa yang akan datang. Dampak lingkungan hidup yang terjadi adalah berubahnya suatu lingkungan dari bentuk aslinya seperti perubahan fisik, kimia, biologi, atau sosial. Perubahan lingkungan ini jika tidak diantisipasi dari awal akan merusak tatanan yang sudah ada, baik terhadap fauna, flora, maupun manusia itu sendiri (Adnyana, 2020).

Sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan maka sebaiknya dilakukan terlebih dahulu studi tentang dampak lingkungan yang bakal timbul, baik dampak sekarang maupun mendatang. Studi ini di samping untuk mengetahui dampak yang bakal timbul, juga mencarikan jalan keluar untuk mengatasi dampak tersebut. Studi inilah yang kita kenal dengan nama analisis dampak lingkungan hidup (AMDAL) (Kasmir dan Jakfar, 2017).

Pengutamaan telaah amdal, secara khusus meliputi dampak lingkungan di sekitarnya, baik di dalam usaha atau proyek maupun di luar suatu proyek yang akan dijalankan. Arti keberadaan suatu usaha atau proyek akan memengaruhi kegiatan-kegiatan yang berada di sekitar rencana lokasi, baik dampak rencana usaha dan/atau kegiatan terhadap kegiatan-kegiatan yang sudah ada sebaliknya maupun dampak kumulatif dari rencana usaha dan/atau kegiatan dan kegiatan yang sudah ada terhadap lingkungan hidup (Kasmir dan Jakfar, 2017).

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa aspek analisis dampak lingkungan merupakan aspek yang harus dikaji sebelum menjalankan suatu investasi atau usaha. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi dampak positif dan negatif, baik yang langsung terlihat saat proyek berjalan maupun dampak jangka panjang di masa depan. Perubahan lingkungan baik fisik, kimia, biologis,

maupun sosial dapat mengganggu keseimbangan ekosistem serta kehidupan manusia, flora, dan fauna jika tidak diantisipasi sejak awal.

f. Aspek Ekonomi Sosial

Dalam menyusun suatu studi kelayakan bisnis, perlu mengadakan analisis kemanfaatan dan biaya terhadap perekonomian secara nasional dan sosial yang kedalaman dan keluasan analisisnya tergantung dari kriteria-kriteria yang telah ditentukan untuk menilai suatu proyek. Cukup banyak data makro ekonomi yang tersebar di berbagai media yang secara langsung maupun tidak langsung dapat dimanfaatkan perusahaan. Data makro ekonomi tersebut banyak yang dapat dijadikan sebagai indikator ekonomi yang dapat diolah menjadi informasi penting dalam rangka studi kelayakan bisnis, misalnya Produk Domestik Bruto (PDB), investasi, inflasi, kurs valuta asing, kredit perbankan, anggaran pemerintah, penganggaran pembangunan, perdagangan luar negeri, dan neraca pembayaran (Adnyana, 2020).

Menurut Yuniar dan Murtafia (2024), aspek ekonomi dan sosial merupakan aspek yang perlu dianalisis untuk mengetahui bagaimana dampak usaha tersebut dari sisi ekonomi dan sosial, setiap usaha akan memberikan dampak positif dan negatif yang dapat dirasakan oleh berbagai pihak. Mulai dari pelaku usaha itu sendiri, masyarakat sekitar, hingga pemerintah. Adapun dampak positif yang dapat ditimbulkan dari adanya pendirian usaha yaitu penyerapan tenaga kerja, menghasilkan devisa, dan meningkatkan pendapatan nasional.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa analisis ekonomi dan sosial merupakan komponen penting dalam studi kelayakan bisnis untuk menilai dampak suatu usaha terhadap perekonomian nasional dan masyarakat. Kajian ini mencakup manfaat dan biaya yang timbul, dengan kedalaman analisis disesuaikan berdasarkan kriteria proyek. Data makroekonomi seperti PDB, inflasi,

kurs valuta asing, investasi, neraca perdagangan, dan kebijakan fiskal pemerintah dapat menjadi indikator kunci dalam mengevaluasi kelayakan bisnis.

g. Aspek Keuangan

Menurut Kasmir dan Jakfar (2017) penelitian dalam aspek ini dilakukan untuk menilai biaya-biaya apa saja yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biaya-biaya yang akan dikeluarkan. Kemudian juga meneliti seberapa besar pendapatan yang akan diterima jika proyek jadi dijalankan. Penelitian ini meliputi seberapa lama investasi yang ditanamkan akan kembali. Kemudian dari mana saja sumber pembiayaan bisnis tersebut dan bagaimana tingkat suku bunga yang berlaku, sehingga apabila dihitung dengan formula penilaian investasi sangat menguntungkan. Metode penilaian yang digunakan yakni *Payback Period* (PP)*, Net Present Value* (NPV)*, Internal Rate of Return* (IRR)*, Profitability Indek* (PI)*,* dan *Payback Period* (PP).

1) *Payback Period (PP)*

Metode *Payback Period* (PP) merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu (*periode*) pengembalian investasi suatu proyek atau usaha. Perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan kas bersih yang diperoleh setiap tahun. Nilai kas bersih merupakan penjumlahan laba setelah pajak ditambah dengan penyusutan (dengan catatan jika investasi 100% menggunakan modal sendiri).

$$\text{PP} = \frac{\text{Investasi awal}}{\text{Arus kas}}\ x\ 1\ \text{tahun}$$

2) *Net Present Value (NPV)*

Net Present Value (NPV) merupakan metode yang dinilai dari keuntungan bersih yang diperoleh di akhir pengerjaan suatu proyek. Jika hasil menunjukkan NPV > 0 maka investasi dianggap layak, adapun rumus NPV sebagai berikut:

$$\text{NPV} = \frac{\text{Arus kas}}{(1+\text{i})^{\text{t}}} - \text{investasi}$$

Keterangan Rumus:
NPV: $Net\ Present\ Value$
i : $Tingkat\ suku\ bunga$
t : $Periode\ waktu$

3) *Average Rate of Return (ARR)*

Average Rate of Return (ARR) adalah cara mengukur rata-rata pengambilan bunga dengan cara membandingkan antara rata-rata laba setelah pajak dengan rata-rata investasi. Jika nilai perbandingan > nilai investasi awal, maka dianggap layak.

$$\text{ARR} = \frac{\text{Rata} - \text{rata EAT } (average\ earning\ after\ tax)}{\text{Rata} - \text{rata investasi}}$$

4) *Internal Rate of Return (IRR)*

Internal Rate of Return (IRR) yakni metode untuk mengukur suatu investasi berdasarkan tingkat suku bunga. Jika IRR > *rate of return* maka usaha tersebut dikatakan layak. Adapun rumus IRR sebagai berikut:

$$\text{IRR} = \text{i1}\,\frac{\text{NPV 1}}{\text{NPV1}-\text{NPV2}}\ \text{x}\ (\text{i2} - \text{i1})$$

Keterangan Rumus:
i1 : tingkt bunga 1
i2 : tingkat bunga 2
$NPV1$: $Net\ Preset\ Value$ 1
$NPV2$: $Net\ Preset\ Value$ 2

5) *Profitability Index* (PI)

Profitability Index (PI) merupakan metode untuk mengukur layak tidaknya suatu usaha dari indeks keuntungannya dengan membandingkan antara nilai seluruh penerimaan kas bersih dengan investasi saat ini. Jika PI > 1 maka, investasi dianggap layak.

$$\text{PI} = \frac{\sum \text{PV kas bersih}}{\sum \text{PV investasi}} \text{x } 100\%$$

Berdasarkan pendapat di atas, aspek finansial merupakan aspek dalam studi kelayakan bisnis yang bertujuan untuk menganalisis biaya, pendapatan, dan profitabilitas suatu proyek. Aspek ini mencakup perhitungan pengembalian investasi, sumber pembiayaan, tingkat suku bunga, serta metode penilaian investasi untuk menentukan kelayakan proyek. Metode analisis yang digunakan ialah*, profitability indeks, internal rate of return, average rate of return, net present value dan payback period.*

C. Kerangka Pikir

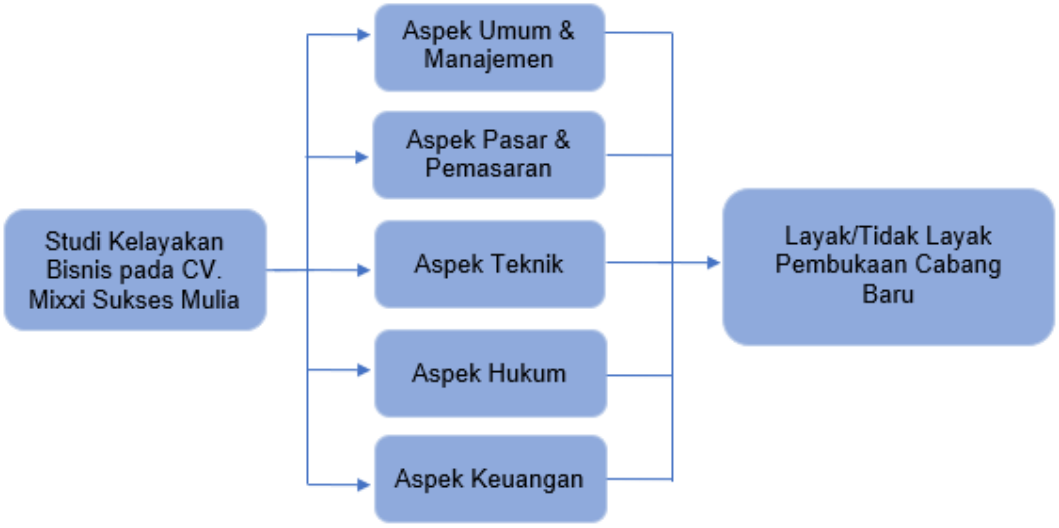
Studi kelayakan bisnis merupakan proses analisis mendalam dan komprehensif untuk menilai kelayakan suatu usaha atau proyek, baik sebelum pendirian maupun selama operasional berjalan. Tujuannya adalah memberikan dasar pengambilan keputusan yang objektif dengan mempertimbangkan berbagai aspek, termasuk aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis, aspek umum dan manajemen, aspek sosial dan ekonomi, dan aspek lingkungan. Proses ini tidak hanya menentukan layak atau tidaknya suatu bisnis dijalankan, tetapi juga berfungsi sebagai panduan strategis untuk memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan risiko dalam jangka panjang. Dengan demikian, studi kelayakan bisnis menjadi fondasi penting bagi keberhasilan dan keberlanjutan suatu usaha, baik dari segi profitabilitas maupun kontribusinya terhadap masyarakat dan perekonomian secara luas.

Penilaian kelayakan suatu usaha harus dilakukan melalui analisis menyeluruh terhadap berbagai aspek yang saling berkaitan. Studi kelayakan bisnis memerlukan pendekatan sistematis dan komprehensif, setiap aspek harus dipenuhi agar usaha dapat berjalan secara optimal dan terhindar dari risiko

kerugian. Jika salah satu aspek tidak terpenuhi, maka perlu dilakukan perbaikan atau penyesuaian sebelum usaha dilanjutkan atau dikembangkan. Analisis yang matang terhadap seluruh aspek ini juga akan meningkatkan kepercayaan investor dan kreditur, sehingga memudahkan pengembangan usaha dengan dukungan pendanaan yang lebih baik. Dengan demikian, suatu usaha dapat dinyatakan layak dikembangkan apabila seluruh aspek studi kelayakan telah terpenuhi secara optimal, sehingga risiko kegagalan dapat diminimalkan dan peluang keberhasilan usaha semakin besar.

Kerangka pikir pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1

Gambar 1
Kerangka Pikir



Sumber: Kasmir dan Jakfar, 2017.

D. Definisi Operasional

Adapun definisi operasional variabel yang terkait pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Studi kelayakan bisnis merupakan proses analisis mendalam dan komprehensif untuk menilai kelayakan suatu usaha atau proyek, baik sebelum pendirian maupun selama operasional berjalan. PT. Mixxi Sukses Bersama

perlu melakukan studi kelayakan bisnis untuk meminimalisir segala risiko kerugian yang mungkin akan terjadi selama operasional berjalan.

2. Aspek umum dan manajemen merupakan bagian penting yang perlu ditinjau lebih dalam untuk mengetahui kelayakan suatu usaha, kegagalan dalam pengelolaan manajemen dan organisasi dapat menyebabkan kerugian atau bahkan kebangkrutan. Keberhasilan PT. Mixxi Sukses Bersama bergantung pada empat fungsi manajemen yang saling terkait:
    a. Perencanaan (*planning*): Menentukan tujuan, strategi, dan langkah operasional.
    b. Pengorganisasian (*organizing*): Menyusun struktur tugas, wewenang, dan tanggung jawab.
    c. Pelaksanaan (*actuating*): Menggerakkan SDM melalui kepemimpinan dan motivasi.
    d. Pengawasan (*controlling*): Memastikan kinerja sesuai rencana dan melakukan koreksi jika ada penyimpangan.
3. Aspek pasar dan pemasaran merupakan aspek penting untuk menentukan layak atau tidaknya pengembangan usaha yang dilakukan PT. Mixxi Sukses Bersama. Keberhasilan bisnis atau investasi juga bergantung pada penerapan strategi bersaing yang tepat, yaitu melalui *Segmentasi, Targeting,* dan *Positioning* (STP).
4. Aspek hukum adalah aspek yang membahas tentang keabsahan, kesempurnaan dan keaslian dokumen-dokumen yang dimiliki pada PT. Mixxi Sukses Bersama. Adapun izin yang dimaksud adalah:
    a. Tanda Daftar Perusahaan (TDP) merupakan dokumen resmi yang berfungsi sebagai bukti bahwa perusahaan telah terdaftar secara sah dan mendapatkan izin beroperasi.

b. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) merupakan nomor pokok yang diberikan kepada wajib pajak sebagai sarana dalam administrasi perpajakan yang dipergunakan sebagai tanda pengenal atau identitas pajak dalam melaksanakan hal dan kewajiban.

c. Izin-izin usaha lainnya.

5. Aspek teknis dan teknologi merupakan aspek penting untuk menentukan mengenai lokasi usaha, baik kantor pusat, cabang, atau gudang. Kemudian penentuan *layout* gedung, mesin, dan peralatan serta *layout* ruangan pada PT. Mixxi Sukses Bersama.
6. Aspek keuangan dilakukan untuk menilai biaya-biaya apa saja yang dikeluarkan dan seberapa besar biaya-biaya yang dikeluarkan pada PT. Mixxi Sukses Bersama. Metode analisis yang digunakan ialah*, profitability indeks, internal rate of return, average rate of return, net present value dan payback period.*
7. Layak/tidak kelayakan usaha. Kelayakan PT. Mixxi Sukses Bersama perlu dilihat dari keberhasilan aspek tersebut. Jika salah satu aspek dinyatakan tidak layak, maka perlu untuk dilakukan perbaikan agar dapat meminimalisasi risiko kerugian. Analisis kelayakan juga memudahkan menarik investor dan memperoleh pendanaan dari kreditur.