# BAB II

# TINJAUAN PUSTAKA

## A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan pertimbangan dan acuan, selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam tinjauan pustaka ini penulis menuliskan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Hasil penelitian (Setiawan, 2018)

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andre Setiawan dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Kelayakan Bisnis Pembukaan Cabang baru Rumah Makan Vegetarian” pada tahun 2018. Jenis penelitian ini yaitu mengusulkan model manajemen kinerja berdasarkan teori dengan menggunakan metode kualitatif. Dengan hasil penelitian Pembukaan cabang baru Rumah Makan Kehidupan layak dijalankan, kelayakan dinilai dari jumlah estimasi produk yang dapat terjual di rumah makan cabang Buah batu. Aspek yang digunakan untuk melakukan studi kelayakan ini yaitu aspek pemasaran, aspek teknis, aspek sumber daya manusia, aspek hukum, aspek lingkungan dan aspek keuangan.

2. Hasil penelitian (Ariani et al., 2021)

Penelitian terdahulu dengan judul “Studi Kelayakan Bisnis pembukaan cabang baru pada PT Monsieur Spoon French Bakery di Sanur Denpasar bali” yang dilakukan oleh Ni kadek Ariani pada tahun 2021. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif-kuantitatif. Hasil penelitian Dilihat dari aspek non finansial yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, dan aspek manajemen dinyatakan layak untuk didirikan. Pada aspek finansial juga

layak didirikan dengan menggunakan metode Payback Period (PP), Internal of Return (IRR), *Net Present value* (NPV), dan *Probability Indeks* (PP).

3. Penelitian terdahulu (Program & Akuntansi, 2020)

Dengan Judul penelitian “Analisis Kelayakan Investasi dalam membuka cabang pada rumah makan bu Menuk Yogyakarta”, oleh Varenia Amiata Lestika, pada tahun 2020. Metode penelitian yang digunakan yaitu studi Kasus dengan hasil pembukaan cabang rumah makan Bu Menuk layak untuk dilaksanakan. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil perhitungan *Net Present Value* (NPV) investasi yang bernilai positif yaitu sebesar Rp 20.146.030. NPV (positif) menandakan bahwa: Investasi awal telah tertutupi, tingkat pengembalian yang diperlukan sudah terpenuhi. Terdapat kelebihan hasil investasi diatas biaya modal yang dibutuhkan.

## B. Landasan Teori

### 1. Perusahan Perseorangan

Perusahaan perseorangan adalah jenis badan usaha yang dimiliki oleh satu orang dan pendirian perusahaannya tidak memerlukan perjanjian karena hanya didirikan oleh satu orang pengusaha. Pemilik jenis usaha ini tidak hanya mengambil keuntungannya sendiri tetapi juga bertanggung jawab penuh apabila mengalami kerugian. Perusahaan perseorangan memiliki sistem informasi manajemen yang bebas dan tidak ada intervensi atau campur tangan pihak lain secara langsung (Rizeki, 2022).

a. Jenis-jenis perusahaan perseorangan

1) Perusahaan perseorangan berizin

Perusahaan perseorangan berizin merupakan perusahaan perseorangan yang memiliki izin dari pihak yang berwenang untuk bisa beroperasi. Perusahaan yang sudah berlisensi biasanya memiliki sertifikat pendaftaran bisnis, Surat Izin

Usaha Perdagangan, Nomor Pokok Wajib Pajak dan sebagainya (solihin, 2006:30).

2) Perusahaan perseorangan tanpa izin

Perusahaan perseorangan tanpa izin adalah jenis perusahaan yang tidak atau belum mempunyai izin dari pihak berwenang. Misalnya, usaha perseorangan yang dilakukan pedagang kaki lima, toko barang kelontong, pedagang eceran kecil, dan lain-lain (Solihin, 2006:30). Mengacu pada pengertian tersebut, badan usaha ini biasanya berbentuk UKM (Usaha kecil dan menengah) pada skala kecil, sementara badan Usaha Milik swasta (BUMS) pada skala besar (Tiah, 2022).

b. Ciri-ciri Perusahaan Perseorangan

1) Dimiliki oleh perseorangan (individu atau perusahaan keluarga).
2) Modal usaha tergolong kecil dan melibatkan aset pribadi.
3) Sistem Pengelolaan yang cukup sederhana.
4) Keberlanjutan usaha ditentukan oleh pemiliknya.
5) Pengusaha memiliki sendiri seluruh kekayaan dan juga bertanggung jawab atas seluruh kerugian perusahaan (Rizeki, 2022).

c. Kelebihan dan kekurangan Perusahaan perseorangan

Kelebihan perusahaan perseorangan:

1) Mudah untuk dibentuk/didirikan.
2) Keuntungan diserahkan seluruhnya kepada pendiri usaha.
3) Pembuatan keputusan dan pengendalian hanya dilakukan oleh satu orang.
4) Fleksibel dalam artian manajemen dapat dengan mudah berinteraksi terhadap keputusan.
5) Relatif tidak ada kontrol dari pemerintah sehingga pajak yang harus dibayarkan adalah pajak pribadi bukan pajak usaha (Rizeki, 2022).

Kekurangan Perusahaan perseorangan:

1) Tanggung jawab atas utang tidak terbatas.
2) Lamanya usaha berjalan ditentukan oleh pemiliknya.
3) Relatif sulit untuk pinjaman jangka panjang dengan bunga rendah.
4) Relatif bergantung hanya pada pola pikir satu orang saja (Rizeki, 2022).

**2. Strategi Pengembangan Usaha**

Strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta adanya alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan tertentu (Umkm et al., 2020). Perencanaan strategis harus memperhatikan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai di waktu yang akan datang. Menurut Siagian, strategi yaitu cara yang terbaik untuk mempergunakan dana, daya dan tenaga yang tersedia sesuai dengan tuntutan (Umkm et al., 2020).

1) Tahap-tahap pengembangan usaha

Di dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha. Seorang pengusaha umumnya akan melakukan pengembangan kegiatan usaha melalui tahap-tahap usaha seperti:

a) Memiliki ide usaha

Seorang wirausahawan dapat mengembangkan usaha dengan menemukan ide terbaru. Ide dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain. Selain melalui pengamatan terhadap keberhasilan usaha orang lain, ide usaha juga dapat timbul karena adanya *sense of business* yang kuat dari seorang pebisnis.

b) Penyaringan ide/konsep usaha

Ide usaha merupakan gambaran awal mengenai bisnis yang akan dikembangkan. Tahap berikutnya yaitu, seorang pengusaha akan menerjemahkan

ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan penerjemahan lebih lanjut terkait ide usaha yang berhubungan dengan teori bisnis yang lebih spesifik.

c) Pengembangan rencana usaha

Seorang pengusaha memerlukan sumber daya ekonomi (uang, tenaga kerja, material, dan lain sebagainya) untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian komponen utama dari perencanaan usaha yang ingin dikembangkan adalah perhitungan proyeksi laba-rugi dari bisnis yang dijalankan. Seorang pengusaha akan memberikan waktu, tenaga, uang, dan sumber daya lain agar bisa memperoleh keuntungan atas bisnis yang dijalankan.

d) Implementasi rencana usaha dan pengendalian usaha.

Rencana yang telah dibuat, kemudian akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi pelaksanaan usaha yang dilakukan seorang pengusaha (solihin, 2006:123).

Cara lain yang dapat ditempuh untuk mengetahui adanya potensi pasar:

a. Mempersempit dimensi pasar dengan cara segmentasi pasar. Dengan melakukan segmentasi pasar maka dapat dilihat adanya kebutuhan yang lain dari konsumen yang belum terpenuhi.
b. Memperluas dimensi pasar dengan melihat pasar kebutuhan pangkal *(generic market atau generic need).*
*c.* Melihat adanya lobang pasar (kebocoran pasar*, market leakage).* Kebocoran pasar merupakan pasar yang seharusnya dilayani namun pada saat ini belum terlayani (Gitosudarmo, 2011:178).

**3. Studi Kelayakan Bisnis**

Suad Husnan dan Suwarsono mengungkapkan bahwa Studi kelayakan bisnis merupakan suatu penelitian tentang dapat atau tidaknya suatu proyek/usaha dilaksanakan dengan benar/berhasil (Wulandari, 2015). Menurut Rusdiana “Studi Kelayakan Bisnis atau usaha merupakan kegiatan yang

mempelajari secara mendalam atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak-tidaknya usaha tersebut dijalankan" (Sobana, 2017: hal.28).

Studi Kelayakan Bisnis menurut Ibrahim yaitu kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha atau proyek (Ariani et al., 2021). Menurut Umar, hasil dari Studi Kelayakan Bisnis adalah laporan tertulis. Isi laporan Studi Kelayakan Bisnis menyatakan bahwa suatu rencana bisnis tersebut layak direalisasikan. Laporan hasil Studi Kelayakan Bisnis juga diperlukan oleh pihak tertentu sebagai bahan masukan atau pertimbangan dalam rangka mengkaji kembali usaha yang dijalankan serta turut serta menyetujui atau sebaliknya menolak kelayakan laporan sesuai dengan kepentingannya (Mathematics, 2016).

a. Pihak-pihak yang membutuhkan laporan Studi Kelayakan Bisnis adalah:

1) Pemilik Usaha

Para pemilik perusahaan sangat membutuhkan hasil dari analisis studi kelayakan yang telah dibuat, hal ini disebabkan para pemilik tidak mau jika terjadi kesalahan perhitungan dana yang telah dikeluarkan untuk mencegah kerugian. Oleh sebab itu, hasil studi kelayakan yang sudah dibuat benar-benar dipelajari oleh para pemilik, apakah akan memberikan manfaat/keuntungan atau tidak.

2) Kreditur

Jika uang yang digunakan untuk menjalankan suatu proyek atau bisnis dibiayai oleh dana pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya, maka pihak kreditur juga berkepentingan terhadap hasil studi kelayakan yang telah dibuat. Bank atau lembaga keuangan lainnya tidak mengharapkan jika sampai kreditnya atau pinjaman yang diberikan akan macet, akibat usaha atau proyek tersebut sebenarnya tidak layak untuk dijalankan. Oleh karena itu, untuk usaha tertentu pihak perbankan akan melakukan studi kelayakan terlebih dahulu secara mendalam sebelum pinjaman diberikan kepada pihak peminjam.

3) Pemerintah

Bagi pemerintah, pentingnya studi kelayakan adalah untuk meyakinkan apakah bisnis yang akan dijalankan akan memberikan manfaat baik bagi perekonomian secara umum. Kemudian bisnis juga harus memberikan manfaat kepada masyarakat luas, seperti penyediaan lapangan pekerjaan. Pemerintah juga berharap bahwa bisnis yang akan dijalankan tidak merusak lingkungan sekitarnya, baik terhadap manusia, dan makhluk hidup lainnya.

4) Masyarakat Luas

Bagi masyarakat luas dengan adanya Studi Kelayakan Bisnis, terutama bagi masyarakat sekitarnya akan memberikan manfaat seperti tersedia lapangan kerja, baik bagi pekerja di sekitar lokasi proyek maupun bagi masyarakat lainnya. Kemudian manfaat lain adalah terbukanya wilayah tersebut dari ketertutupan (terisolasi). Dengan adanya bisnis juga akan menyediakan sarana dan prasarana seperti tersedianya fasilitas umum seperti jalan, jembatan, listrik, telepon, rumah sakit, sekolah, sarana ibadah, sarana olahraga, taman, dan fasilitas lainnya.

5) Manajemen

Hasil Studi Kelayakan Bisnis merupakan ukuran kinerja bagi pihak manajemen perusahaan untuk menjalankan apa yang sudah direncanakan. Kinerja ini dapat dilihat dari hasil yang telah dicapai, sehingga terlihat prestasi kerja pihak manajemen saat menjalankan usaha (Made, 2020:13).

b. Hasil studi kelayakan usaha pada prinsipnya bisa digunakan antara lain untuk:

1) Merintis usaha baru, misalnya membuka toko, membangun pabrik, mendirikan perusahaan jasa, membuka usaha dagang, dan lain sebagainya.
2) Mengembangkan usaha yang sudah ada, misalnya untuk menambah kapasitas pabrik, memperluas skala usaha, membuka cabang usaha baru,

mengganti peralatan/mesin, menambah mesin baru, memperluas cakupan usaha, dan lain sebagainya.

3) Memilih jenis usaha atau investasi/proyek yang paling menguntungkan, misalnya pilihan usaha dagang, pilihan usaha barang atau jasa, pabrikasi atau perakitan, proyek A atau proyek B, dan lain sebagainya (Ichsan et al., 2019).

c. Aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis:

1) Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek ini perlu dianalisis untuk menilai apakah perusahaan yang akan melakukan investasi ditinjau dari segi pasar dan pemasaran memiliki peluang pasar yang diinginkan atau tidak (Made, 2020). Atau dengan kata lain seberapa besar potensi pasar yang ada untuk produk yang ditawarkan dan seberapa besar *market share* yang dikuasai oleh para pesaing, bagaimana strategi pemasaran yang akan dijalankan, dan bagaimana memanfaatkan peluang pasar yang ada. Dalam analisis pasar, terdapat beberapa komponen yang harus dianalisis dan dicermati, yaitu sebagai berikut:

a) Kebutuhan dan keinginan konsumen, yaitu terpenuhinya kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga peluang pasar bisnis menjadi terbuka dan layak apabila dilihat dari kebutuhan/keinginan konsumen.
b) Segmentasi pasar, yaitu pengelompokan pelanggan dan identifikasi. Misalnya berdasarkan geografi, demografi, dan sosial budaya.
c) Target, yaitu banyaknya konsumen yang diraih.
d) Nilai tambah, yaitu nilai tambah produk atau jasa pada setiap rantai pemasaran, mulai dari pemasok, agen, hingga konsumen akhir.
e) Masa hidup produk, yaitu masa hidup produk dan jasa dapat bertahan lama atau tidak.
f) Struktur pasar, yaitu barang dan jasa yang akan dipasarkan termasuk pasar persaingan sempurna atau tidak sempurna.
g) Persaingan dan strategi pesaing, yaitu tingkat persaingan tinggi atau rendah. Jika persaingan tinggi, berarti peluang pasarnya rendah begitupun dengan sebaliknya.
h) Ukuran pasar, dianalisis dari volume penjualan.
i) Pertumbuhan pasar, dianalisis dari pertumbuhan volume penjualan.

j) Pangsa pasar, yaitu dianalisis dari selisih jumlah barang dan jasa yang diminta dengan jumlah barang/jasa yang ditawarkan (Sobana, 2017).

d. Struktur Pasar

Adapun struktur pasar itu sendiri dapat dikelompokkan ke dalam empat jenis, yaitu sebagai berikut:

a) Pasar Persaingan Sempurna

Suatu pasar dimana terdapat sejumlah besar penjual dan pembeli, sehingga tindakan penjual secara individu tidak mempengaruhi dengan harga barang yang ada di pasar. Produk yang dihasilkan produsen relatif sama (homogen). Dalam pasar ini setiap produsen adalah pengambil harga *(price taker).* Promosi tidak begitu diperlukan dan untuk mencari keuntungan perusahaan harus mampu menentukan berapa tingkat produksi yang akan dihasilkan.

b) Pasar Persaingan Monopolistik

Suatu pasar dimana terdapat banyak penjual atau perusahaan dan memiliki ukuran-ukuran yang relatif sama besarnya. Produk yang dihasilkan berbeda corak. Perusahaan mempunyai sedikit kekuatan dalam menentukan dan mempengaruhi tingkat harga, sehingga untuk memperoleh penjualan yang tinggi memerlukan promosi yang lebih besar.

c) Pasar Oligopoli

Sebuah struktur pasar yang hanya terdapat sedikit penjual. Barang yang dihasilkan adalah barang standar dan barang berbeda corak. Hambatan untuk memasuki industri ini sangat sulit, hal ini disebabkan modal yang diperlukan relatif besar. Peran iklan sangat dominan untuk meningkatkan penjualannya. Perusahaan dalam pasar ini jarang bersaing mengenai harga, tetapi bersaing pada faktor lain seperti kualitas atau desain.

d) Pasar Monopoli

Struktur pasar dimana hanya terdapat satu penjual saja. Barang yang dihasilkan tidak mempunyai barang pengganti yang mirip. Sangat sulit memasuki industri ini karena adanya hambatan penguasaan bahan mentah yang strategis oleh pihak-pihak tertentu, terdapat skala ekonomi, dan peraturan pemerintah. Untuk memperoleh keuntungan yang maksimal perusahaan harus mampu menentukan tingkat harga dan jumlah produk yang harus dijual secara bersamaan (Made, 2020)

2) Aspek Manajemen

Aspek Manajemen menjadi salah satu kunci Kesuksesan dalam perencanaan dan pelaksanaan pembangunan sebuah proyek bisnis yang bergantung pada sumber daya manusianya (Sobana,2017). Dalam menganalisis aspek-aspek manajemen, terdapat beberapa unsur yang harus dianalisis, yaitu:

a) Kepemilikan, bentuk kepemilikan perusahaan sebaiknya dipilih yang tidak beresiko dan lebih menguntungkan.
b) Organisasi, apabila organisasi perusahaan harus tepat dan efisien.
c) Tim manajemen, apabila bisnis dijalankan skala besar, sebaiknya dibentuk tim manajemen yang solid dan saling bekerja sama.
d) Karyawan, yang akan direkrut harus disesuaikan dengan jumlah dan kualifikasi yang diperlukan (Sobana, 2017).

3) Aspek Teknik dan Teknologi

Aspek teknis dan teknologi adalah aspek yang berkaitan dengan proses pengembangan teknologi, teknologi dan pengoperasian proyek setelah proyek selesai. Suatu produk dapat dikatakan layak secara teknis jika dapat diterima dan dapat dengan mudah diproduksi secara massal. Studi kelayakan pada aspek teknis dan teknologi dimulai setelah aspek pemasaran dan menunjukkan bahwa proyek layak dari sudut pandang pemasaran, yang meliputi:

a) Strategi produksi dan produk perencanaan.
b) Proses pemilihan teknologi produksi.
c) Penentuan kapasitas produksi yang optimal.
d) Lokasi pabrik dan tata letaknya.
e) Rencana operasional jumlah produksi.
f) Rencana pengendalian stok bahan baku dan produk.
g) pengendalian mutu produk (Sobana, 2017).

4) Aspek Hukum

Menyangkut semua legalitas rencana bisnis yang akan kita laksanakan yang meliputi ketentuan hukum yang berlaku diantaranya:

a) Izin lokasi.
b) Akte pendirian perusahaan.
c) NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak).
d) Surat tanda daftar perusahaan.
e) Surat izin tempat usaha dari pemerintah daerah setempat.
f) Surat tanda rekanan dari pemerintah daerah setempat.
g) SIUP setempat (Sobana, 2017).

Kelengkapan dan keabsahan dokumen sangat penting karena hal ini merupakan dasar hukum yang harus dipegang apabila dikemudian hari timbul masalah.

e) Aspek Lingkungan

Lingkungan hidup merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk ditelaah sebelum suatu investasi atau usaha dijalankan. Sudah tentu telaah yang dilakukan, baik dampak negatif maupun positif. Sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan, 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.

Komponen lingkungan hidup yang harus dipertahankan dan dijaga serta dilestarikan fungsinya antara lain sebagai berikut.

a) Hutan lindung, hutan konservasi, dan cagar biosfer.
b) Sumber daya manusia.
c) Keanekaragaman hayati.
d) Kualitas udara.

e) Warisan alam dan warisan budaya.
f) Kenyamanan lingkungan hidup.
g) Nilai-nilai budaya yang berorientasi selaras dengan lingkungan hidup (Made, 2020).

Komponen lingkungan hidup yang akan berubah secara mendasar dan penting bagi masyarakat di sekitar suatu rencana usaha dan/atau kegiatan antara lain sebagai berikut:

a) Kepemilikan dan penguasaan lahan.
b) Kesempatan kerja dan usaha.
c) Taraf hidup masyarakat.
d) Kesehatan masyarakat (Made, 2020).

6) Aspek Keuangan

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. Lingkup kajian analisis keuangan:

*a) Net Present Value (NPV)*

*Net Present Value* adalah nilai sekarang dari keuntungan bersih yang akan diperoleh dimasa mendatang. NPV merupakan selisih antara nilai sekarang dan arus manfaat dikurangi dengan nilai sekarang arus biaya (Sobana, 2017:245). Kriteria penilaian untuk net present value (NPV) adalah sebagai berikut:

i) Jika NPV>0, usaha yang dijalankan layak untuk dilaksanakan.

ii) Jika NPV<0, usaha yang dijalankan tidak layak untuk dilaksanakan.

iii) Jika NPV=0, usaha yang dijalankan tidak rugi dan tidak untung.

*b) Internal Rate of Return (IRR)*

*Internal Rate of Return (IRR)* adalah tingkat suku bunga maksimum yang dapat dibayar oleh bisnis untuk sumber daya yang digunakan karena bisnis kembali membutuhkan dana untuk pembiayaan operasi dan investasi, serta bisnis baru hingga pada tingkat balik modal. Menurut umar, *Internal of Return (IRR)* digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dengan arus kas yang diharapkan pada masa datang atau penerimaan kas, dengan mengeluarkan investasi awal (Sobana, 2017). Dasar pengambilan keputusan jika IRR>rate of return =usaha layak untuk dijalankan (Sobana, 2017:246).

*c) Payback Period*

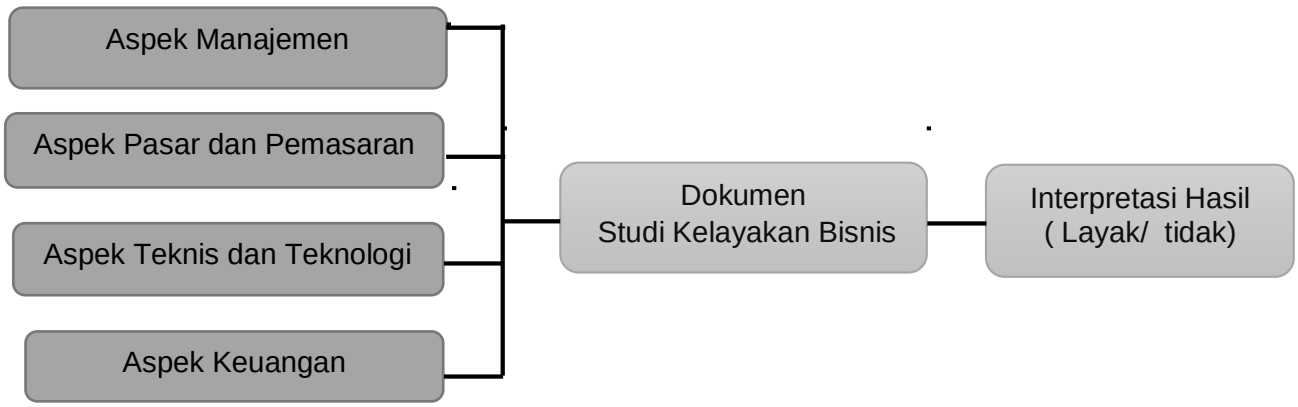
*Payback Period* (PP) digunakan dengan tujuan menghitung jangka waktu pengembalian modal investasi yang digunakan untuk membiayai bisnis. *Payback Period* adalah suatu periode yang menunjukkan lamanya modal yang ditanamkan dalam bisnis dapat dikembalikan. Dasar pengambilan keputusan jika PP< umur investasi, usaha dianggap layak untuk dijalankan (Sobana, 2017:246).

*d) Probability Index*

*Probability Index* adalah metode yang digunakan untuk mengukur layak tidaknya suatu usaha dari indeks keuntungan dengan membandingkan antara nilai sekarang seluruh penerimaan kas bersih dengan nilai investasi sekarang. Dasar pengambilan keputusan jika PI>1, usaha dianggap layak untuk dijalankan (Sobana, 2017:246).

## C. Kerangka Pikir

**Gambar 4**
**Kerangka Pikir**




Dalam penelitian ini, kerangka pikir yang akan digunakan peneliti dalam melakukan penelitian dimulai dari mengidentifikasi serta menilai usaha Meat Factory Makassar dalam 4 aspek Studi Kelayakan Bisnis diantaranya yaitu aspek manajemen dimana peneliti akan mengidentifikasi perencanaan dan pelaksanaan pembangunan sebuah proyek bisnis yang bergantung pada sumber daya manusianya yang dapat mendukung tercapainya tujuan perusahaan, kedua yaitu aspek pasar dan pemasaran dengan melihat pasar manakah yang akan disasar serta penggunaan strategi pemasaran yang dapat mendukung promosi produk, ketiga yaitu aspek teknis dan teknologi yang digunakan dalam mendukung operasional produksi suatu perusahaan, keempat yaitu aspek hukum dimana untuk menunjang proses berjalannya suatu bisnis didukung dengan legalitas izin perusahaan dan yang terakhir yaitu aspek keuangan dimana peneliti akan menilai dan menghitung pemasukan dan pengeluaran dari perusahaan dalam menjalankan usaha dalam beberapa metode perhitungan. Dalam penelitian ini tidak mengidentifikasi usaha dari aspek lingkungan dikarenakan produk yang dihasilkan perusahaan berbahan daging mentah yang sebelumnya telah mengalami proses pemotongan dari supplier sehingga daging yang dipasarkan

tidak perlu dicuci kembali kecuali jika akan diolah menjadi makanan dan juga daging mentah adalah salah satu bahan organik yang mudah terurai sehingga tidak memiliki dampak bagi lingkungan sekitar dalam proses produksi perusahaan namun pada saat diolah oleh konsumen. Kemudian dari 4 Aspek Studi kelayakan tersebut akan menjadi Dokumen Studi kelayakan bisnis yang akan digunakan untuk menentukan layak tidaknya suatu usaha dalam pembukaan cabang baru.