

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu hal penting yang tidak dapat dipisahkan dalam suatu penelitian. Menurut Arikunto (2012: 29) Objek Penelitian adalah variabel penelitian yaitu suatu yang merupakan problematika penelitian. Objek penelitian yang menjadi penelitian adalah usaha rumahan Sarasa di Kota Bandung. Dengan subjek penelitian pasar, produk, alat produksi, bauran pemasaran, manajemen dan sumber daya manusia, ekonomi sosial, hukum, dampak lingkungan dan laporan keuangan.

3.2 Metodologi Penelitian

Secara umum, metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Menurut Wardiyanta (2006:1), metodologi penelitian adalah cara dan prosedur ilmiah yang diterapkan untuk melaksanakan penelitian, mulai dari menentukan variabel, menentukan populasi, menentukan sampel, mengumpulkan data, mengolah data, dan menyusunnya dalam laporan tertulis.

Pada penelitian ini akan dilakukan dengan metode penelitian deskriptif dan analisis, Penelitian deskriptif adalah penelitian yang merupakan masalah dari sebuah fakta-fakta pada suatu populasi saat ini. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan *current status* dari subjek yang diteliti (Indriantoro & Supomo, 1999:16).

Sedangkan kegiatan analisis dilakukan dengan menerapkan rumus-rumus yang telah ditentukan pada data yang ada, dan untuk keperluan pengujian tersebut diperlukan serangkaian langkah-langkah yang akan dimulai dari operasionalisasi variabel hingga teknik pengumpulan data.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Operasional Variabel adalah Operasional dan variabel-variabel yang digunakan, biasanya berisi definisi konseptual, indikator yang digunakan, alat ukur yang dipakai (bagaimana cara mengukur dan penilaian ukur) (Siregar, 2012, hal. 121).

3.3.1 Desain Variabel

Variabel Penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:2).

Menurut Sujarweni & Endrayanto (2012:23) Variabel juga dapat diartikan yaitu Sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti dan dipelajari dengan seksama sehingga diperoleh informasi yang berupa data dan diolah dengan menggunakan statistika sehingga dapat ditarik kesimpulan.

3.3.2 Operasionalisasi Variabel

Operasional penelitian Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Rumahan Sarasa :

Tabel 3.1

**Operasionalisasi Variabel Penelitian
Studi Kelayakan Bisnis Pada Sarasa**

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep empirik	Konsep Analisis	Skala
Aspek Pasar dan Pemasaran	Setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap ada kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar (Kasmir dan Jakfar, 2012:43).			
	1. Pasar Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemuanya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga (Umar, 2003, hal. 35)	Keadaan pasar yang meliputi ; • Segmentai Pasar • Target Pasar • Posisi Pasar	Data diperoleh dari pemilik usaha : • Strategi yang digunakan. • Target yang dituju • Posisi pasar	

	<p>2. Produk</p> <p>Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pengertian produk menurut Philip Kotler adalah: Sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. (Kasmir dan Jakfar, 2012:52).</p>	<p>Kualitas produk yang meliputi :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat cita rasa yang di tawarkan • Tingkat aroma yang ditawarkan • Tingkat kebersihan yang di tawarkan • Tingkat kesegaran yang di tawarkan 	<p>Data diperoleh dari konsumen dan outlet dengan skala perbedaan yang meliputi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cita rasa dari bolu caramel, lapis panggang dan lapis surabaya yang ditawarkan • Kesegaran Produk bolu caramel, bolu lapis panggang, dan lapis surabaya yang ditawarkan • Aroma bolu caramel, bolu lapis panggang, dan bolu surabaya yang ditawarkan • Kebersihan bolu Ccaramel, bolu lapis panggang, bolu lapis surabaya 	Ordinal
	<p>3. Harga</p> <p>Harga adalah sejumlah yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa (Jakfar, 2012: 53).</p>	<p>Tingkat harga meliputi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keterjangkauan harga • Tingkat kesesuaian harga dengan produk • Tingkat harga dibandingkan dengan produk pesaing • Tingkat daya tarik harga terhadap produk yang ditawarkan 	<p>Data diperoleh dari konsumen dan outlet dengan meliputi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Keterjangkauan harga yang ditawarkan • Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan produk • Harga dibandingkan dengan produk pesaing • Daya tarik harga terhadap produk yang ditawarkan 	Ordinal
	<p>4. Tempat</p> <p>Suatu strategi yang menentukan dimana dan bagaimana kita menjual suatu produk tertentu (Kotler, 2009)</p>	<p>Tingkat pengaruh tempat meliputi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat letak lokasi mudah untuk dicapai • Tingkat kestrategisan lokasi • Tingkat keterjangkauan lokasi dengan alat transportasi umum 	<p>Data diperoleh dari konsumen dengan meliputi :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Letak lokasi mudah untuk dicapai • Kestrategisan lokasi • Keterjangkauan lokasi dengan alat transportasi umum • Keterjangkauan lokasi dengan 	Ordinal

		<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keterjangkauan lokasi dengan pusat kota 	pusat kota	
	<p>5. Promosi</p> <p>Suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi / membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2008:87)</p>	<p>Tingkat pengaruh media promosi meliputi :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemampuan dalam mempersentasikan produk 	<p>Data diperoleh dari outlet dengan meliputi :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan Sarasa dalam mempersentasikan produk bolu caramel, bolu lapis panggang, bolu lapis surabaya 	Interval
Aspek Teknis dan teknologi	<p>6. Teknis dan teknologi</p> <p>Untuk menentukan lokasi, tata letak gedung dan ruangan, serta teknologi yang akan dipakai. (Kasmir dan Jakfar, 2012:17).</p>	1. Teknologi Poduksi	<ul style="list-style-type: none"> • Proses Pemilihan teknologi operasional sarasa 	
		2. Kapasitas produksi	<ul style="list-style-type: none"> • Kapasitas produksi pada sarasa 	
		3. Operasional Produksi	<ul style="list-style-type: none"> • Alur produksi • Hasil produksi produk sarasa 	
		4. Ketersediaan bahan baku	<ul style="list-style-type: none"> • Bahan baku • Sumber bahan baku pada sarasa 	
		5. Letak dan layout Usaha	<ul style="list-style-type: none"> • Sketsa Layout produksi 	
Aspek Manajemen dan Sumber daya Manusia	<p>7. Manajemen dan sumber daya manusia</p> <p>Untuk mengukur kesiapan dan kemampuan sumber daya manusia yang akan menjalankan usaha tersebut dan</p>	1. Pengorganisasian	<ul style="list-style-type: none"> • Bentuk organisasi pada Sarasa • Pembagian Kerja karyawan 	
		2. Jumlah Pegawai	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah Pegawai pada Sarasa 	
		3. Deskripsi Pekerjaan	<ul style="list-style-type: none"> • Tugas masing-masing pegawai Sarasa 	

	mencari bentuk organisasi yang sesuai dengan usaha yang akan dijalankan (Kasmir dan Jakfar, 2012:17).	4. Pola Gaji/Upah	<ul style="list-style-type: none"> • Pola gaji yang diterima pegawai Sarasa 	
Aspek Finansial	<p>8. Finansial</p> <p>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 usaha jadi dijalankan. Penelitian ini meliputi seberapa lama investasi yang akan kembali (Kasmir dan Jakfar, 2012:16).</p>	Metode Penilaian Investasi	<ul style="list-style-type: none"> • Payback period (PP) Layak : $PP \text{ sekarang} < \text{umur investasi (umur ekonomis)}$ • Net Present Value (NPV) layak : $NPV = \text{positif}$ $NPV = \text{negatif}$ • Internal Rate of Return (IRR) Layak : $IRR > \text{presentase biaya modal (bunga kredit)}$ tidak layak : $IRR < \text{presentase biaya modal (bunga kredit)}$ • Profitability Index (PI) layak : $PI > 1$ tidak layak : $PI < 1$ 	Rasio
Aspek Hukum	<p>9. Hukum</p> <p>Aspek Hukum digunakan untuk meneliti kelengkapan kesempurnaan dan keaslian dari dokumen yang dimiliki mulai dari badan usaha, izin-izin sampai dokumen lainnya (Kasmir dan Jakfar, 2012:16).</p>	Izin edar makanan dan halal	Jenis perizinan yang dilakukan oleh usaha rumahan Sarasa.	
Aspek Ekonomi Sosial	<p>10. Ekonomi Sosial</p> <p>Untuk mengetahui usaha atau proyek dijalankan memberikan manfaat secara ekonomi sosial kepada berbagai pihak atau sebaliknya (Kasmir & Jakfar, 2003: 201)</p>	Dampak ekonomi Sosial	Dampak positif yang ditimbulkan dari usaha rumahan Sarasa	
Aspek Dampak	11. Dampak Lingkungan	Dampak Lingkungan	Penangan limbah pada usaha rumahan Sarasa	

Lingkungan	Untuk menganalisis apakah proyek akan dijalankan akan mencemarkan lingkungan atau tidak dan jika ya, maka diberikan solusinya (Kasmir dan Jakfar, 2012:213).			
-------------------	--	--	--	--

Sumber: Data diolah, 2017

3.4 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2014:80) Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan di tarik kesimpulan.

Jadi populasi bukan hanya orang tetapi objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti. Populasi pada penelitian ini adalah :

Tabel 3.2

Data Pembeli per Toko dalam Sebulan Pada Produk Sarasa

Nama toko	Jumlah Pembeli
Primarasa	700
Vitasari	560
Sari-sari	112
Golden Leaf	140
Total	1512

Sumber: Data diolah, 2017

Jadi populasi pada penelitian ini berjumlah 1512.

Sedangkan Sampel menurut Sugiyono (2014:81) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila Populasi besar, peneliti tidak munglin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka penelitian ini dapat menggunakan

sampel yang di ambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul mewakili. Menurut Sujarweni & Endrayanto (2012:17) sampel dari penelitian ini dapat ditentukan menggunakan ukuran sampel yaitu menggunakan Rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Yang mana :

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e = Persentase kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan .

Tingkat kelonggaran yang dipakai yaitu 10% (0,1), dengan tingkat kepercayaan 90 % (0,9), sehingga sampel dapat diambil sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

$$n = \frac{1512}{1 + (1512 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{1512}{16,12}$$

$$n = 93,79 \approx 94$$

Jadi jumlah sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah 94 responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Selalu ada hubungan antara metode pengumpulan data dan dengan masalah penelitian yang dipecahkan (Rai Utama,

2012:81). Ada beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yang diantaranya:

1. Metode Observasi

Observasi adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. (Rai Utama, 2012: 52). Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengamatan secara langsung, mendengar, melihat, meninjau dan mencatat segala sesuatu yang berhubungan dengan kelayakan bisnis sarasa.

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur dan dapat dilakukan melalui tatap muka, maupun dengan menggunakan telepon (Sugiyono, 2014:194). Dalam hal ini peneliti mewawancarai secara langsung kepada pemilik usaha rumahan Sarasa mengenai aspek aspek studi kelayakan bisnis.

3. Metode Kuesioner

Kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti (Rai Utama & Mahadewi, 2012: 56). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tau apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2014:199). Pada penelitian ini kuesioner diberikan kepada konsumen yang sudah ditentukan jumlahnya melalui sampel.

4. Studi Dokumentasi

Menurut Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan gambar, atau karya-karya monumental dari

seseorang. Hasil penelitian dari observasi akan lebih dipercaya jika didukung dengan data-data lain, salah satunya adalah dengan dokumentasi.

Dengan studi dokumentasi ini peneliti akan melakukan pengambilan gambar untuk data penelitian.

5. Studi Literatur

Usaha penelaahan terhadap sesuatu yang berhubungan dengan objek penelitian. Data didapat melalui teori-teori yang sudah teruji kebenarannya. Data ini diperoleh melalui naskah, dokumen-dokumen, buku-buku, atau tuisan ilmiah yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

3.6 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada usaha rumahan Sarasa berlokasi di Jl. Titimplik dalam no. 461 di Kelurahan Sadang Serang Kecamatan Coblong Kota Bandung. Dengan cara mengumpulkan data-data yang dibutuhkan. Sarasa ini dirintis oleh Bapak Tatatang dan yang bertanggung jawab yaitu Bapak Ali Hamzah dari 10 April 2000 sampai sekarang. Penulis melakukan penelitian di sarasa ini karena dirasa sarasa mempunyai potensi untuk dikembangkan.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2014:142) Analisis data pada dasarnya adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan interpretasikan, biasanya menggunakan statistik. Setelah data dianalisis dan informasi yang lebih sederhana diperoleh, hasilnya diinterpretasi untuk mencari makna dan implikasi yang lebih luas dari hasil penelitian.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni. data kuantitatif bersifat terstruktur atau berpola sehingga ragam data yang diperoleh dari sumbernya (responden yang ditanyai atau objek yang diamati) cenderung memiliki pola yang lebih mudah dibaca oleh periset. Hal ini dimungkinkan karena periset dalam pengumpulan datanya menggunakan alat terstruktur, misalnya memberikan alternatif jawaban terhadap pertanyaan yang disampaikan kepada responden sehingga responden sekadar memilih jawaban

sesuai pendapatnya. Karena pilihan jawaban sudah tertentu maka jawaban (data) yang terkumpul akan berkisar pada alternatif tersebut. Selanjutnya periset berusaha mengubah data atau jawaban responden menjadi satuan kuantitatif atau angka sehingga disebut kuantitatif (Istijanto, 2009, hal. 46).

3.7.1 Aspek Pemasaran

Teknik dalam penelitian aspek pemasaran ini dengan meneliti bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) melalui kuesioner kepada konsumen dan outlet, wawancara langsung kepada pemilik Sarasa. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sudah sejauh mana gambaran usaha serta kualitas pada Sarasa.

3.7.2 Aspek Teknis dan Teknologi

Dalam aspek ini dapat dilakukan penelitian mengenai lokasi usaha, penentuan *lay-out* ruangan, mesin dan peralatan. Tujuan dari aspek ini adalah untuk mengetahui keadaan baik proses produksi, peralatan yang digunakan selama proses berlangsung apakah secara keseluruhan layak atau tidak untuk dijalankan.

3.7.3 Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Pada aspek ini dapat dinilai bagaimana pengorganisasian Sarasa apakah sudah dibentuk struktur organisasi dengan benar sesuai tugasnya masing-masing. Tujuannya yaitu untuk menilai keberhasilan usaha Sarasa dalam mengarahkan karyawannya, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pengontrolan dan mengendalikan pada usaha tersebut. Sumber daya manusia dalam suatu usaha itu hal yang sangat penting dan perlu untuk dianalisis sebab peran SDM sangat mempengaruhi kelangsungan hidup pada suatu usaha dan dalam menjalankan operasional rutin bisnis. Masing-masing karyawan di tempatkan sesuai dengan kemampuan, hal ini dilakukan untuk keberlangsungan suatu usaha dan dapat berjalan dengan optimal. Selain itu yang perlu di perhatikan yaitu gaji/upah kepada masing-masing karyawan yang sudah bekerja pada perusahaan. Sehingga pola manajemen SDM dapat sinkron dan dapat berdampak positif maka perusahaan dapat berjalan dengan baik.

3.7.4 Aspek Finansial

Jika pada aspek pemasaran sudah dikatakan layak, maka selanjutnya penilain berdasarkan aspek finansial. Kegiatan ini menyangkut dengan perkiraan berapa biaya investasi dan biaya modal kerja yang dikeluarkan Sarasa, menurut kasmir dan Jakfar (2012:80) biaya investasi merupakan biaya yang digunakan dalam membangun usaha yang akan dijalankan, diantaranya biaya pengadaan tanah, gedung (bangunan), peralatan, mesin-mesin termasuk biaya pemasangannya. Sedangkan modal kerja merupakan biaya yang digunakan setelah pembangunan usaha telah siap, terdiri dari *fix cost* (biaya tetap) dan *variabel cost* (biaya tidak tetap).

Selain biaya yang sudah dijelaskan diatas, dalam menilai aspek keungan yang perlu diperhatikan ialah modal utama Sarasa, proses perputaran keuangannya, dan analisis pendapatan. Kasmir dan Jakfar (2012: 90) menjelaskan bahwa dalam aspek ini menjelaskan mengenai:

1. Kebutuhan dana serta sumbernya
2. Penentuan kebijakan aliran kas
3. Kajian mengenai biaya modal
4. Analisis sensitivitasnya
5. Penilaian rencana bisnis melalui metode penilaian investasi PI, IRR, NPV, PP
6. Penentuan leasing atau beli terhadap aktiva tetap
7. Proses pemilihan prioritas bisnis

3.7.4.1 Metode Penilaian Investasi

Dalam menilai kelayakan usaha Sarasa menggunakan semua metode yaitu PI, PP, NPV dan IRR, berikut rumusnya :

a. Metode *Payback Periode*

Metode ini merupakan penilaian yang menggunakan teknis penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu proyek atau usaha. Untuk melakukan perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan kas bersih (*proceed*) yang diperoleh di tiap tahun, merupakan penjumlahan laba setelah pajak

ditambah dengan penyusutan (dengan catatan jika investasi 100% menggunakan modal sendiri).

Ada dua model macam perhitungan yang akan digunakan dalam menghitung masa pengembalian investasi sebagai berikut:

a. Apabila kas bersih setiap tahun sama, dinyatakan dengan rumus berikut:

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas bersih/tahun}} \times 1 \text{ Tahun}$$

b. Apabila kas bersih setiap tahun berbeda, dinyatakan dengan rumus berikut:

$$PP = \frac{\text{Investasi} - (\text{kas bersih tahun ke 1} + \text{kas bersih tahun ke 2})}{\text{Kas bersih tahun berikutnya}}$$

b. *Net Present Value (NPV)*

Net Present Value atau nilai bersih merupakan perbandingan antara PV kas bersih (PV of proceed) dan PV investasi (capital outlays) selama umur investasi, yang disebut *Net Present Value* (NPV) ialah selisih antara nilai kedua PV. Menghitung NPV harus terlebih dahulu mengetahui berapa PV kas bersihnya. PV kas bersih ini didapat dari hasil pembuatan dan penghitungan cash flow perusahaan selama umur investasi tertentu.

Berikut rumus dalam menghitung NPV, yaitu:

$$NPV = \frac{\text{kas bersih 1}}{(1+r)} + \frac{\text{Kas Bersih 2}}{(1+r)^2} + \dots + \frac{\text{Kas Bersih N}}{(1+r)^N} - \text{Investasi}$$

Keputusan investasi dilakukan jika:

- Hasil Perhitungan NPV positif, maka investasi diterima, apabila
- Hasil perhitungan NPV negatif, maka investasi ditolak.

c. *Internal Rate Return (IRR)*

Metode ini merupakan alat ukur untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern. Ada dua cara yang digunakan untuk mencari IRR, yaitu:

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} X (i_2 - i_1)$$

Keterangan :

i_1 = tingkat bunga 1 (tingkat discount rate yang menghasilkan NPV_1)

i_2 = tingkat bunga 2 (tingkat discount rate yang menghasilkan NPV_2)

NPV_1 = net present value 1

NPV_2 = net present value 2

d. *Profitability Index (PI)*

Profitability Index (PI) atau benefit and cost ratio (B/C ratio) merupakan rasio dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang yang investasi selama umur investasi.

Adapun rumusnya sebagai berikut :

$$PI = \frac{\sum PV \text{ Kas Bersih}}{\sum PV \text{ Investasi}} X 100$$

Keputusan investasi dilakukan jika:

- Payback period (PP) Layak : PP sekarang < umur investasi (umur ekonomis)
- Net Present Value (NPV) layak : NPV = positif Tidak Layak NPV= negatif
- Internal Rate of Return (IRR) Layak : IRR > presentase biaya modal (bunga kredit) tidak layak : IRR \geq presentase biaya modal (bunga kredit)
- Profitability Index (PI) layak : PI > 1 tidak layak : PI < 1

3.7.5 Aspek Hukum

Aspek hukum, yaitu aspek yang digunakan untuk melihat kelayakan usaha dari segi perizinan oleh pemerintah setempat apakah sudah atau belum dalam melakukan perizinan seperti izin edar makanan, halal, dll

3.7.6 Aspek Ekonomi Sosial

Aspek Ekonomi sosial yaitu aspek yang dilihat kelayakan usaha dan untuk mengetahui usaha yang dijalankan akan memberikan dampak yang positif lebih banyak, artinya secara ekonomi sosial akan memberikan banyak manfaat dibandingkan dengan kerugiannya.

3.7.7 Aspek Dampak Lingkungan

Aspek dampak lingkungan, untuk mengetahui dampak lingkungan seperti pencemaran yang ditimbulkan bagi lingkungan dari usaha yang dijalankan, baik dalam pencemaran limbah, suara dll.