BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Capital Budgeting

Proses evaluasi dan pengambilan keputusan mengenai dana dimana jangka waktu kembalinya melebihi waktu satu tahun disebut *"Capital Budgeting"*. Batas jangka waktu satu tahun tidaklah mutlak. Dalam konteks pengembangan produk, capital budgeting akan membantu dalam mengevaluasi kelayakan finansial. Penentuan layak atau tidaknya suatu investasi ditinjau dari aspek keuangan dapat dilakukan dengan beberapa kriteria.

2.1.1.1 Payback Period

Waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan modal awal investasi disebut dengan *payback period*. Metode *payback period* merupakan metode penilaian terhadap jangka waktu atau periode pengembalian investasi suatu proyek atau usaha. Hasil yang diperoleh dari perhitungan *payback period* dinyatakan dari satuan waktu, seperti bulan atau tahun. Metode *payback period* adalah suatu periode yang diperlukan untuk dapat menutupi kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan *proceeds* atau *net cash flows* atau panjangnya waktu yang dibutuhkan agar dana yang tertanam pada suatu investasi dapat diperoleh kembali (Sitanggang, 2019).

Bila *cash flow* tiap tahun tidak sama, maka dihitung satu per satu dengan menggurangkan total investasi dengan *cash flow*-nya sampai diperoleh hasil total investasi sama dengan *cash flow* pada tahun tertentu.

$$\textbf{\textit{Payback Period}} = \mathrm{t} + \frac{b-c}{d-c}$$

Keterangan:

t = tahun terakhir di mana jumlah *cash inflow* masih belum bisa menutupi *cash outflow*

b = COF *(Cash Outflow)*

c = jumlah kumulatif arus kas *(cash inflow)* pada tahun ke t

d = jumlah kumulatif arus kas *(cash inflow)* pada tahun ke t+1

2.1.1.2 Net Present Value (NPV)

Metode net present value atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan PV *(Present Value)* dari kas bersih dengan PV dari investasi selama umur investasi. Metode ini dimulai dengan mengetahui PV kas bersihnya terlebih dahulu. PV kas bersih bisa dicari dengan menghitung dari *cash flow* perusahaan selama umur investasi (Siswanto, 2015). NPV adalah salah satu dari teknik capital budgeting yang memperhitungkan nilai waktu uang.

Rumus:

NPV = *Persent Value* (PV) dari *proceeds* – *Persent Value* (PV) dari *outlays*

NPV = PV CIF - PV COF

atau

$$\mathbf{NPV} = \sum_{t=0}^{n} \frac{CFt}{(1+k)}$$

Dimana:

CFt = *cash flow* atau arus kas pada tahun t

k = biaya modal

t = periode waktu

n = jumlah tahun (umur ekonomis)

Usulan investasi akan diterima jika jumlah PV dari keseluruhan *proceeds* atau hasil yang diharapkan lebih besar dari pada PV dari investasinya. Jika usul investasi lebih dari satu maka yang dipilih adalah yang mempunyai NPV terbesar.

Atau:

Net Present Value (NPV) *positif – diterima atau* NPV ≥ *0 maka ususlan investasi diterima.* Jika *Present Value* (PV) arus kas lebih tinggi dari *Present Value* (PV) investasi awal.

Net Present Value (NPV) negatif – ditolak atau NPV< *0 maka usulan investasi ditolak.* Jika *Present Value* (PV) arus kas lebih kecil dari *Present Value* (PV) investasi awal.

Apabila nilai NPV positif maka proyek tersebut layak, sebaliknya apabila NPV negatif maka proyek tersebut tidak layak.

2.1.1.3 Benefit Cost Ratio (B/C ratio)

Benefit cost ratio hampir sama dengan NPV hanya pada B/C Ratio menghitung rasio antara PV Cash Inflow dengan PV Initial Investment.

Rumus:

$$\textbf{B/C ratio} = \frac{PV\ CIF}{PC\ COF}$$

a. *Bila B/C Ratio > 1 maka usulan investasi diterima.*
b. *Bila B/C ratio < 1 maka usulan investasi ditolak.*

2.2.1.4 Internal Rate of Return (IRR)

Internal Rate of Return (IRR) adalah discount rate yang menggunakan PV *Cash Inflow* dengan PV *Cash Outflow*, atau sama dengan discount rate yang menghasilkan NPV sama dengan nol (NPV=0 (PV *Cash out Flow* = PV *Cash in Flow*)) (Sitanggang, 2019).

a. Usulan investasi akan diterima apabila: IRR ≥ *Cost of Capital (COC).*
b. **IRR > Tingkat Diskonto yang Diharapkan**: investasi layak dilakukan karena tingkat pengembalian lebih tinggi dari tingkat yang diharapkan.
c. **IRR = Tingkat Diskonto yang Diharapkan**: investasi mencapai titik impas.

d. **IRR < Tingkat Diskonto yang Diharapkan**: investasi sebaiknya tidak dilakukan karena pengembalian lebih rendah dari tingkat yang diharapkan.

IRR digunakan dalam capital budgeting untuk menilai kelayakan proyek dan membantu dalam membandingkan beberapa proyek berdasarkan tingkat pengembalian yang dihasilkan.

2.1.2 Pengembangan Produk

Pengembangan produk adalah proses menciptakan atau mengembangan produk untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen (Admin, 2021). Proses ini mencangkup beberapa tahap yaitu ide, desain, dan pengujian. Pengembangan produk tidak hanya melibatkan inovasi produk tetapi juga penelitian pada konsumen dengan tujuan untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen (Nandy, 2021). Inovasi ini dapat berupa pengembangan produk, perbaikan produk atau diversifikasi produk. Pengembangan produk juga melibatkan umpan balik konsumen untuk memastikan produk yang dihasilkan sesuai dengan ekspetasi. Pengembangan juga mencangkup tahapan pengujian dan evaluasi yang sangat penting untuk meminimalkan kegagalan produk (Annisa Herawati, n.d.).

2.1.3 Gaya Hidup Minimalis

Gaya hidup minimalis adalah pendekatan hidup yang menekankan kesederhanaan, esensialitas, dan fokus pada hal yang benar-benar penting (Tifani, 2023). Dalam konteks kehidupan yang semakin kompleks dan cepat, banyak yang lebih memilih gaya hidup minimalis. Gaya hidup minimalis bukan hanya tentang mengurangi jumlah barang yang dimiliki, tetapi juga memberikan ruang bagi hal-hal yang lebih bermakna, seperti hubungan, pengalaman, dan kesejahteraan mental (laila, 2024). Salah satu tujuan utama gaya hidup minimalis adalah penekanan pada fungsionalitas dan kualitas dari pada kuantitas dan estetika berlebihan (Tifani, 2023). *Furniture* yang dihasilkan dengan prinsip minimalis dirancang untuk memaksimalkan ruang

hidup dengan desain yang sederhana, mudah diatur, dan multifungsi, sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang ingin hidup lebih praktis dan teroganisir.

2.1.4 Analisis Pesaing dalam Industri Mebel Lokal *(Funiture)*

Analisis pesaing merupakan bagian penting dalam proses pengembangan bisnis, terutama dalam industri mebel lokal *(furniture)* yang sedang berkembang. Meningkatnya jumlah pesaing, baik lokal maupun internasional, membutuhkan evaluasi terhadap kekuatan dan kelemahan pesaing untuk menyesuaikan strategi pemasaran dan desain produk yang lebih unggul. Persaingan ini melibatkan hal-hal yang utama yaitu desain, kualitas, harga dan keunikan produk. Perusahaan dapat melakukan analisis pesaing untuk memahami posisi produk dan mengidentifikasi peluang. Analisis pesaing juga mencangkup evaluasi terhadap strategi pemasaran yang memanfaatkan *platfrom* digital untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Peusahaan dapat mengadopsi strategi yang efektif dalam penjualan online untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Memanfaatkan analisis ini, perusahaan dapat memahami elemen-elemen yang dianggap penting oleh konsumen di segmen ini, dan menyesuaikan produk dan metode untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.

2.1.5 Alternatif "Pemecahan Masalah"

2.1.5.1 Diversifikasi melalui Pengembangan Produk ke Furniture Minimalis

Dengan adanya penurunan penjualan produk kayu sebagai bahan baku, perusahaan bisa mengdiversifikasi pengembangan produk *furniture* minimalis. Dengan pengembangan ini yang fokus pada *funiture* minimalis, perusahaan bisa menjangkau konsumen yang lebih luas, misalnya anak muda yang mengutamakan desain simple dan fungsional. Melalui pengembangan ini, perusahaan dapat memanfaatkan kemampuan produksi yang ada, tetapi dengan menyesuaikan desain dan bahan baku untuk pembuatan *furniture* minimalis. Hal ini dapat menjadi peluang untuk memanfaatkan jenis bahan

baku yang lebih efisien. Perusahaan dapat melakukan analisis yang mendalam dan memanfaatkan analisis capital budgeting untuk memastikan bahwa investasi dalam pengembangan ini dapat memberikan keuntungan yang optimal.

2.1.5.2 Peningkatan Nilai Produk melalui Keunikan

Peningkatan nilai produk melalui keunikan adalah salah satu hal penting untuk membedakan produk *furniture* minimalis dengan pesaing yang semakin kompetitif. Keunikan produk dapat dilihat melalui desain, bahan baku, fungsionalitas, dan penggalaman pengguna (Nadhifah, 2023). Dalam konteks *furniture* minimalis, nilai tambah yang menggabungkan elemen desain yang unik dan inovatif dapat menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Misalnya, *furniture* minimalis yang menggabungkan elemen desain yang fleksibel dan multifungsi, seperti meja yang dapat dilipat atau rak yang dapat disesuaikan, akan memberikan kesan praktis tanpa mengorbankan estetika (Prayoga, 2024). Produk dengan ciri khas tersebut akan lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen, yang pada gilirannya meningkatkan daya saing di pasar. Selain desain, penggunaan bahan baku yang unik juga dapat meningkatkan nilai produk. Keunikan juga bisa tercipta melalui pengalaman pengguna yang lebih baik. Konsumen tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga kenyamanan dalam penggunaan. Perusahaan perlu memastikan bahwa setiap produk *furniture* minimalis yang diciptakan tidak hanya tampak simple dan unik, tetapi juga nyaman dipakai. Dengan demikian, peningkatan nilai produk melalui keunikan dapat memperkuat posisi produk dan membangun loyalitas pelanggan jangka panjang.

2.1.5.3 Optimalisasi Penjualan Online

Optimalisasi penjualan online menjadi strategi penting dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan pendapatan, terutama di era digital yang semakin berkembang (Rakka, 2024). Perusahaan ingin

melakukan pengembangan produk di industri *furniture* minimalis, mengembangkan *platfrom* penjualan online dapat membantu perusahaan menjangkau konsumen yang lebih luas. *Platform e-commerce* seperti Tokopedia, Bukalapak, atau Shopee menawarkan akses langsung ke konsumen tanpa batasan wilayah, memungkinkan perusahaan untuk mengenalkan produk *furniture* minimalis kepada konsumen yang lebih besar. Penjualan online juga memiliki dampak positif pada perusahaan yaitu keuntungan berupa fleksibilitas waktu dan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan pembelian kapan saja, yang bisa meningkatkan volume penjualan. Selain itu, optimalisasi penjualan online juga mencakup pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan pengalaman berbelanja. Dengan memanfaatkan fitur-fitur interaktif seperti gambar produk yang berkualitas tinggi, video demonstrasi, dan 3D *visualization*, perusahaan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai produk kepada calon pembeli. Hal ini sangat penting dalam industri *furniture*, di mana konsumen ingin memastikan bahwa produk yang dibeli sesuai dengan kebutuhan dan desain rumah mereka. Penggunaan teknologi seperti *augmented reality (AR*) juga bisa menjadi nilai tambah, di mana konsumen dapat memvisualisasikan produk *furniture* minimalis di ruang mereka sebelum melakukan pembelian, memberikan rasa percaya diri yang lebih besar terhadap keputusan membeli. Tidak kalah pentingnya, strategi pemasaran digital yang terarah juga perlu dioptimalkan untuk menarik lebih banyak pelanggan potensial. Perusahaan dapat memanfaatkan media sosial dan *platform* iklan berbayar seperti *Google Ads* dan *Facebook Ads* untuk menjangkau audiens yang lebih luas (Miftah Putra, 2024). Dengan menargetkan iklan kepada konsumen yang memiliki minat pada desain interior atau gaya hidup minimalis, perusahaan dapat meningkatkan penjualan. Selain itu, membangun interaksi dengan pelanggan melalui *platform* seperti Instagram atau Facebook juga penting untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen dan meningkatkan *brand awareness* (Putra, 2024). Dengan strategi yang tepat, penjualan online tidak

hanya membantu meningkatkan pendapatan, tetapi juga memperkuat posisi produk *furniture* minimalis.

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Rahmah et al. (2020) bertujuan untuk menganalisis biaya produsi dan mengidentifikasi efisiensi biaya dalam usaha *furniture* lokal. Penelitian ini memfokuskan pada perhitungan biaya utama yaitu bahan baku, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Dalam proses produksi, bahan baku kayu mendominasi komponen biaya, diikuti oleh biaya tenaga kerja langsung dalam pembuatan *furniture.* Penelitian ini mengkaji perhitungan harga pokok penjualan (HPP) yang menjadi acuan untuk menentukan harga jual. Hasil kajian menunjukkan bahwa pengelolaan bahan baku menjadi kunci utama dalan menekan biaya produksi melalui penggunaan bahan baku alternatif dan manajemen limbah. Selain itu, pengggunaan teknologi untuk mendukung efisiensi biaya juga menjadi salah satu strategi yang diusulkan untuk meningkatkan profitabilitas. Penelitian ini menekankan pentingnya efisiensi biaya untuk Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) agar tetap kompetitif.

Penelitian yang dilakukan oleh Vidyaprabha et al. (2022) mengembangkan desain kabinet multifungsi denagn konsep hemat ruang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang tinggal di apartemen. Studi ini menekankan pentingnya desain yang inovatif, hemat dan dengan bahan baku yang tahan lama. Hasil penelitian ini mendapat *feedback* positif karena mampu meningkatkan efisiensi dengan tetap mengedepankan estetika. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya desain yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Pada penelitian yang di lakukan oleh Prasetya (2014) menganalisis kebiasaan penduduk Thailand dalam mengunjungi pasien di rumah sakit. Studi ini memiliki pandangan penting tentang bagaimana desain dapat mendukung kenyamanan pengunjung dan pasien. Peneliitian ini memberikan wawasan mengenai pentingnya elemen budaya dalam menciptakan desain yang fungsional dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Penelitian terdahulu berfokus pada efisiensi biaya dan desain produk *furniture,* dengan masing-masing penelitian menggali aspek biaya, desain multifungsi, dan desain ruang yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Sebaliknya, penelitian pada CV. Tlenik Jaya berfokus pada analisis investasi dan kelayakan finansial pengembangan produk *furniture* minimalis, dengan menggunakan metode capital budgeting untuk menilai aspek finansial.

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian yang sedang dilakukan

Judul	**Analisis Biaya Produksi Mebel Barokah**	**Desain Kabinet Multifungsi untuk Ruang Sempit Apartemen**	**Visisting Patient Activity at Patient Room in the Perspective of Thai People**	**Analisis Capital Budgeting pada Pengembangan Produk Furniture Minimalis (CV. Tlenik Jaya)**
Fokus Penelitian	Analisis biaya produksi untuk efisiensi dan penentuan HPP	Desain *furniture* multifungsi untuk ruang sempit	Kebiasaan penduduk Thailand dalam mengunjungi pasien di rumah sakit	Evaluasi kelayakan investasi pengembangan produk menggunakan teknik capital budgeting.
Tujuan Utama	Menentukan HPP dan efisiensi biaya produksi	Mengembangkan *furniture* multifungsi yang hemat tempat dan estetika	Menganalisis aktivitas pengunjung di rumah sakit	Menilai kelayakan investasi pengembangan produk *furniture* minimalis.
Objek Penelitian	Biaya produksi pada usaha mebel lokal *(furniture)*	Kabinet multifungsi untuk apartemen sempit	Aktivitas pengunjung pasien di rumah sakit Thailand	Capital budgeting untuk pengembangan produk pada usaha sawmill.
Metode Analisis	Perhitungan biaya produksi (bahan baku,	Desain produk untuk menguji fungsionalitas	Analisis kebiasaan budaya dan desain rumah sakit	Metode capital budgeting: *Net Present Value* (NPV), *Payback*

	tenaga kerja lansung, overhead)			*Period*, *Benefif Cost Ratio* (B/C), dan *Internal Rate of Return* (IRR).
Hasil yang Diharapkan	Efisiensi biaya dan penetapan HPP yang kompetitif	Produk furniture multifungsi yang efisien dan estetik untuk ruang sempit	Desain ruang yang lebih nyaman untuk pengunjung dan pasien	Penentuan kelayakan pengembangan produk dan implementasinya
Kesamaan	Berfokus pada *furniture* dan efisiensi dalam produksi atau desain	Berfokus pada *furniture* dengan tujuan meningkatkan fungsionalitas	Berfokus pada desain ruang untuk kenyamanan pengguna dan fungsionalitas produk	Semua penelitian menekankan pada desain dan efisiensi ruang atau biaya produk *furniture*
Perbedaan	Menekankan aspek biaya produksi dan harga jual produk	Menekankan pada desain inovatif *furniture* untuk ruang sempit	Menggunakan perspektif budaya untuk mendesain ruang rumah sakit	Menekankan pada analisis finansial dan kelayakan investasi produk *furniture*

2.3 Kerangka Pemecahan Masalah

Gambar 2.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Narasi Penjelas:

2.3.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah ini bertujuan untuk memahami penyebab utama penurunan penjualan pada CV. Tlenik Jaya.

1. Penurunan permintaan atau pembelian kayu oleh konsumen lokal,
2. Perubahan gaya hidup atau kebutuhan masyarakat, dan
3. Adanya produk baru yang menjadi saingan pengusaha mebel lokal *(furniture)* sehingga permintaan bahan baku kayu menurun.

2.3.2 Analisis Situasi

Menilai kondisi internal (kapasitas produksi, keuangan dan sumber daya manusia) dan kondisi eksternal (preferensi konsumen, persaingan).

2.3.3 Identifikasi Peluang

Berdasarkan analisis situasi, di identifikasi peluang untuk pengembangan produk *furniture* dengan konsep minimalis yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

2.3.4 Studi Kelayakan (Capital Budgeting)

Untuk memastikan kelayakan pengembangan produk dilakukan analisis capital budgeting *(Net Present Value, Internal Rate of Return, Benefit Cost Ratio dan Payback Period).*

2.3.5 Pengembangan Produk

Desain furniture minimalis dibuat sesuai kebutuhan konsumen dengan bahan baku dan proses yang efisien.

2.3.6 Uji Pasar dan Validasi

Produk di jual dalam skala kecil untuk mendapatkan umpan balik konsumen dan mengetahui minat konsumen.

2.3.7 Implementasi dan Evaluasi

Produksi dilakukan dalam jumlah banyak dengan dilakukan pemantauan penjualan, kepuasan konsumen dan evaluasi untuk memastikan usaha dapat dilakukan dengan baik.