

STUDI KELAYAKAN BISNIS

**Sitti Hadijah, S.Pd., M.Ak.
Jumardi, S.E., M.Ak.
Sari Fatimah Mus, S.Ak., M.Ak.**



GET PRESS INDONESIA

STUDI KELAYAKAN BISNIS

Penulis : Sitti Hadijah, S.Pd., M.Ak.
Jumardi, S.E., M.Ak.
Sari Fatimah Mus, S.Ak., M.Ak.

ISBN :

Editor : Dr. Asbi Amin, SE.,M.Ak
Desain Sampul dan Tata Letak : Atyka Trianisa, S.Pd.
Penerbit : GET PRESS INDONESIA
Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022

Redaksi :
Jl. Pasir Sebelah No. 30 RT 002 RW 001
Kelurahan Pasie Nan Tigo Kecamatan Koto Tengah
Padang Sumatera Barat
Website : www.getpress.co.id
Email : adm.getpress@gmail.com

Cetakan pertama, September 2024

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk
dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Setiap detik tidak pernah kita berhenti mengucapkan kesyukuran yang maha dahsyat atas segala karunia dan umur yang berkah sehingga aktivitas Tridharma perguruan tinggi bisa dijalankan dengan baik, khususnya penyelesaian buku ajar Studi Kelayakan Bisnis. Sebagai Ummat Rasulullah senantiasa kita memberikan Sholawat terbaik kepada beliau sebagai suri teladan terbaik dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam menuntut ilmu sebagaimana sebuah hadits “Barang siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan mudahkan baginya jalan menuju Syurga”.

Studi kelayakan bisnis adalah sebuah materi yang sangat penting dilakukan pengkajian yang mendalam untuk memudahkan seseorang melakukan penilaian apakah layak atau tidak layak konsep tersebut untuk menjadi sebuah bisnis. Sehingga akan menjadi gambaran awal seseorang dalam pengambilan keputusan. Besar harapan dengan hadirnya buku ini akan menjadi referensi bagi kita sebelum melakukan sebuah usaha yang akan membantu kita dalam melihat segala sesuatunya sehingga tidak keliru dalam pengambilan Keputusan, baik sebagai mahasiswa maupun sebagai pemula dalam melakukan usaha.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi baik langsung maupun tidak langsung terhadap penerbitan buku ini, yang kami harap dapat memberikan dampak positif bagi dunia pendidikan. Perencanaan buku ini tentu saja tidak lepas dari kelemahan, sehingga sangat dipercaya bahwa ide-ide akan ditambahkan untuk menggarap buku ini mulai saat ini.

Hormat Kami,

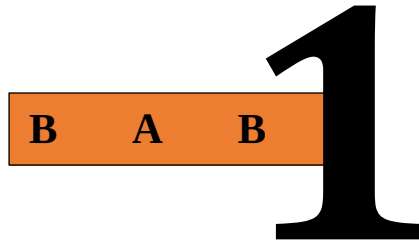
Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
BAB 1 LATAR BELAKANG PENTINGNYA STUDI KELAYAKAN BISNIS.....	1
A. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis	2
B. Faktor Penyebab Kegagalan Usaha.....	3
C. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis.....	6
D. Lembaga yang memerlukan Studi Kelayakan Bisnis	8
E. Aspek Penilaian Studi Kelayakan Bisnis	10
F. Tahapan dalam Studi Kelayakan Bisnis	14
G. Ringkasan	16
H. Evaluasi.....	17
BAB 2 ASPEK HUKUM BISNIS	18
A. Pengertian Aspek Hukum Bisnis	19
B. Jenis-jenis Badan Hukum Usaha.....	20
C. Dokumen yang diteliti	34
D. Ringkasan	36
E. E. Evaluasi.....	37
BAB 3 ASPEK PASAR DAN PEMASARAN.....	38
A. Pentingnya Aspek Pasar dan Pemasaran	39
B. Tujuan Perusahaan dalam Pemasaran.....	39
C. Pengertian Pasar dan Pemasaran.....	41
D. Segmentasi Pasar dan Posisi Pasar.....	45
E. Strategi Bauran Pemasaran	49
F. Cara Mengestimasi Pasar	52
G. Ringkasan	54
H. Evaluasi.....	55

BAB 4 ASPEK KEUANGAN	56
A. Pengertian Aspek Keuangan	57
B. Sumber- Sumber Dana	60
C. Bayaran keperluan Investasi.....	62
D. Arus Kas (<i>Cash Flow</i>).....	66
E. Kriteria Penilaian Investasi	73
F. Rasio-Rasio Keuangan	74
G. Proyeksi Neraca dan Laporan Laba Rugi.....	83
H. Pengukuran Dengan Rasio Keuangan	87
BAB 5 ASPEK TEKNIS/OPERASI	97
A. Pengertian Aspek Teknis/Operasi	98
B. Tujuan Aspek Teknis/Operasi	99
C. Penentuan Lokasi Usaha.....	100
D. Pemilihan Teknologi	112
E. Ringkasan	112
F. Evaluasi.....	113
BAB 6 ASPEK MANAJEMEN DAN ORGANISASI	114
A. Pengertian Aspek Manajemen.....	115
B. Manajemen Pembangunan Proyek	117
C. Manajemen Sumber Daya Manusia	120
D. Pengertian Organisasi.....	128
E. Bentuk Bentuk Organisasi.....	131
F. Ringkasan	140
G. Evaluasi.....	140
BAB 7 ASPEK EKONOMI DAN SOSIAL.....	141
A. Pengertian Aspek Ekonomi & Sosial	142
B. Dampak Yang Timbul	143
C. Peningkatan Pendapatan Nasional	149

D. Ringkasan	152
E. Evaluasi.....	152
BAB 8 ANALISIS DAMPAK DAN LINGKUNGAN HIDUP (AMDAL)	153
A. Pengertian Analisis Mengenai Dampak Lingkungan Hidup....	154
B. Dampak Kegiatan Pembangunan terhadap Lingkungan Hidup.....	155
C. Tujuan dan Kegunaan Studi AMDAL.....	158
D. Rona Lingkungan Hidup	159
E. Sistematika Penyusunan Dokumen AMDAL	160
F. Ringkasan	163
G. Evaluasi.....	163
DAFTAR PUSTAKA	164



LATAR BELAKANG PENTINGNYA STUDI KELAYAKAN BISNIS

TUJUAN INTRUKSIONAL

Setelah mempelajari bab ini, diharapkan pembaca mampu:

- A. Menjelaskan Pengertian Studi Kelayakan Bisnis
- B. Menjelaskan Faktor Penyebab Kegagalan Usaha
- C. Menjelaskan Manfaat Studi Kelayakan Bisnis
- D. Menjelaskan Lembaga yang Memerlukan Studi Kelayakan Bisnis
- E. Menjelaskan Aspek Penilaian Dalam Studi Kelayakan Bisnis
- F. Menjelaskan Tahap Dalam Studi Kelayakan Bisnis

A. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Dunia bisnis mengalami perkembangan yang sangat pesat. Berbagai bentuk bisnis bisa dijumpai dalam kehidupan sehari-hari mulai dari bisnis mikro hingga pada bisnis yang sudah merambah dalam pasar internasional. Siapa pun yang berniat melakukan kegiatan bisnis dapat memanfaatkan peluang ini untuk meningkatkan taraf hidupnya. Studi kelayakan bisnis merupakan hal penting yang membantu para pengusaha dan pemangku kepentingan lainnya untuk mengevaluasi keberlanjutan dan potensi kesuksesan suatu proyek bisnis sebelum mereka menginvestasikan waktu, usaha, dan sumber daya finansial yang signifikan. Dalam memulai sebuah bisnis perlu mendapat penilaian yang layak untuk maju dalam tahap perencanaan secara lengkap, sehingga dalam hal ini, pelaku usaha dapat mencapai keuntungan atau laba.

Studi kelayakan bisnis dapat didefinisikan sebagai proses untuk mengidentifikasi masalah dan peluang, menggambarkan situasi menentukan tingkat kesuksesan dan menilai kisaran biaya serta manfaat dari suatu bisnis (Kurniawan, 2023). Studi kelayakan bisnis menurut Johan Suwinto (2011) merupakan pemeriksaan yang bersifat komparatif dan mendalam terhadap kelangsungan hidup suatu perusahaan. Studi kelayakan bisnis merupakan kajian atau evaluasi apakah jika dilaksanakan, suatu usulan proyek atau ide bisnis dapat berjalan dan berkembang sesuai dengan tujuannya (Daoed dan Amri, 2021).

Analisis biaya-manfaat dari kelayakan bisnis digunakan untuk mendukung proses pengambilan keputusan. Proses ini dilakukan pada tahap pertimbangan sebelum dimulainya sebuah bisnis, yang menjadi alat analisis yang mencakup saran atau rekomendasi dan hal

yang menjadi batasan untuk membantu pelaku usaha dalam menentukan konsep bisnis yang dapat dijalankan. Langkah selanjutnya adalah melanjutkan rencana bisnis yang lengkap jika temuan penelitian menunjukkan bahwa suatu bisnis layak dilakukan. Informasi yang diperoleh dari studi kelayakan suatu usaha akan mendukung tahap perencanaan bisnis dan mengurangi risiko di masa depan. Oleh karena itu analisis kelayakan yang menyeluruh memberikan banyak informasi yang juga diperlukan untuk rencana bisnis selanjutnya.

B. Faktor Penyebab Kegagalan Usaha

Tujuan didirikannya suatu kegiatan usaha tentunya agar dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama atau terus berjalan tanpa adanya hambatan serta keberhasilan suatu pengembangan bisnis dapat diukur dari besarnya keuntungan atau laba yang didapatkan. Namun dalam perkembangan usaha tidak sedikit mengalami kegagalan atau ketidaksesuaian harapan pelaku usaha. Wartika (2015) menyebutkan Dalam proses menjadi seorang wirausaha, kegagalan merupakan bagian penting dari proses tersebut. Tidak mencapai tujuan sesuai rencana, bangkrut, kalah bersaing, tersisih, ditolak, diabaikan, dan tidak maju adalah contoh kegagalan bisnis. Adapun faktor kegagalan dari suatu usaha meliputi:

1. Tidak adanya perencanaan bisnis

Perencanaan merupakan tahap awal dalam memulai sebuah kegiatan tidak terkecuali dalam memulai sebuah bisnis. Perencanaan bisnis dapat menjadi alat untuk memetakan jalannya bisnis dalam menentukan target, memahami kendala, dan menemukan solusi sehingga tercapainya tujuan bisnis yang diinginkan. Tanpa adanya perencanaan seorang

entrepreneur tidak akan mengetahui kemana arah bisnis, sehingga sulit untuk berkembang dan dapat menjadi risiko gagalnya bisnis menjadi lebih besar.

2. Minimnya pengetahuan kewirausahaan

Menurut Kuntowicaksono (2012) Kepeloporan informasi merupakan pemahaman individu yang mampu memaknai para visioner bisnis dengan karakter positif, imajinatif dan kreatif yang berbeda-beda dalam membentuk pintu terbuka bisnis menjadi pintu terbuka bisnis yang menguntungkan diri sendiri dan masyarakat sekitar atau pembelinya. Jika seorang wirausahawan tidak memiliki pengetahuan, keterampilan, dan tekad, ia tidak akan berhasil. (Suryana, 2013). Untuk terus mengembangkan bisnis, seorang wirausaha membutuhkan pengetahuan terkait dengan usaha yang akan dimulai, bagaimana peran dan tanggung jawab, pengetahuan manajemen dan organisasi dalam bisnis.

3. Tidak adanya target pasar

Salah satu alasan paling umum kegagalan bisnis adalah tidak adanya kebutuhan pasar terhadap produk atau layanan. Jadi, salah satu langkah pertama terpenting yang perlu pelaku usaha ambil saat mendirikan bisnis adalah melakukan riset terhadap segala hal mulai dari pasar yang ada, tren industri saat ini dan masa depan, hingga siapa pesaing bisnis kita, siapa target audiens, dan apa yang akan memotivasi mereka untuk membeli produk atau layanan bisnis.

4. Kesalahan pengelolaan keuangan

Pengelolaan keuangan merupakan salah satu kunci keberhasilan bisnis. Wirausahawan yang sukses membutuhkan kontrol keuangan yang baik. Perencanaan, penganggaran, audit, pengelolaan, pengendalian, pencarian, dan penyimpanan dana

merupakan aspek-aspek pengelolaan keuangan (Obago, 2014). Tidak memahami cara mengelola arus kas atau memenuhi semua tanggung jawab keuangan sebagai pemilik usaha dapat menjadi faktor gagalnya sebuah bisnis. Pengelolaan kas harus menjadi prioritas utama bagi pemilik usaha karena jika arus kas tidak seimbang, pelaku bisnis akan terjebak dalam kesulitan.

5. Gagal beradaptasi

Seperti dalam kehidupan, segala sesuatunya tidak selalu berjalan sesuai rencana, tidak terkecuali dalam berbisnis perlu untuk menanggapi perubahan tren dalam industri bisnis, kejadian tak terduga (seperti pandemi COVID-19 atau bencana alam), dampak masalah ekonomi yang lebih luas (seperti perubahan suku bunga, bantuan dan dukungan pemerintah), atau bahkan perubahan pada pribadi pelaku bisnis (karena sakit atau tantangan lainnya), tidak dapat dihindari bahwa bisnis akan menghadapi tantangan di sepanjang jalan. Seorang wirausaha mungkin harus menjauhi produk atau layanan yang salah, perekrutan yang buruk, atau keputusan bisnis yang tidak menguntungkan agar dapat bertahan. Hal terpenting dalam konteks ini adalah tetap mengikuti apa yang terjadi di dalam dan di luar bisnis dan siap merespons dengan cepat.

6. Sistem Pemasaran yang lemah

Bisnis yang berkembang membutuhkan aliran penjualan dan pelanggan yang teratur, sehingga memerlukan rencana pemasaran yang baik. Strategi pemasaran yang baik akan memiliki keseimbangan yang tepat dalam menarik pelanggan baru dan membangun basis pelanggan setia yang sudah ada. Aktivitas pemasaran dapat dilakukan dengan offline (seperti periklanan, surat langsung, pengiriman kotak surat,

pemasaran area lokal, poster dan selebaran, pemasaran bisnis ke bisnis) dan pemasaran online atau digital (termasuk memiliki situs web untuk bisnis anda dan menggunakan media sosial agar halaman bisnis menargetkan audiens Anda).

7. Lingkungan yang tidak strategis

Pemilihan lokasi merupakan tahap awal dalam memulai bisnis dan dapat menjadi penentu apakah bisnis dapat berjalan ataupun sebaliknya. Lokasi merupakan bagian dari lingkungan bisnis yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor strategis kemudahan akses, pengembangan usaha, dan minat atau trend yang berkembang di kalangan masyarakat/ calon klien sehingga dengan terpenuhinya beberapa faktor lingkungan ini dapat memberikan rasa nyaman dalam intraksi bisnis.

C. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis

SKB adalah hal penting yang harus dilakukan sebelum memulai bisnis. Karena menjalankan bisnis memerlukan banyak waktu dan uang, penting untuk meneliti kelangsungan dan keberlanjutan perusahaan. Analisis kelayakan membantu mempelajari lebih lanjut tentang hal yang sama. Studi kelayakan dikatakan untuk menentukan keberhasilan suatu proyek dari sudut pandang permintaan pasar, hukum, keuangan dan teknis. Selain mengevaluasi visibilitas suatu bisnis, ada banyak manfaat lain dari melakukan analisis kelayakan secara detail untuk sebuah usaha bisnis. Berikut adalah manfaat studi kelayakan bisnis (Ichsan, 2019):

1. Memudahkan dalam mengidentifikasi peluang

Identifikasi peluang berkaitan dengan daya saing usaha yang akan dijalankan apakah terdapat

pasar/pembeli dan pesaing sehingga dalam pengidentifikasiannya matang dan terarah. Identifikasi peluang bisnis bertujuan untuk memetakan kondisi dalam lingkup pemasaran, dalam hal ini pelaku bisnis akan mendapatkan rencana dan peluang baru selama studi kelayakan. Beberapa peluang tersebut adalah indikasi ideologi pemasaran yang lebih baik, kemungkinan teknis, dan metode untuk menerapkan ide bisnis tepat waktu.

2. Meningkatkan fokus pelaku bisnis

Studi kelayakan akan memberikan gagasan logis tentang rencana yang diusulkan. Ketika pelaku bisnis fokus bahwa ide bisnis dapat dilaksanakan dan tujuannya jelas, mereka akan terinspirasi dan bekerja keras untuk mencapai tujuan bisnis. Arah pengembangan bisnis harus berupa sesuatu yang baru dan menjadi pembeda agar tersedianya inovasi yang menjadi pondasi atau ciri khas pembeda dengan pesaing dalam pasar yang sama dan memudahkan usaha mencapai target capaian dan pengembangan.

3. Membantu dalam mengenali dan mencegah risiko bisnis

Dalam usaha dikenal dengan istilah inovasi dan adaptasi dalam hal ini perubahan dapat terjadi kapan pun dan dapat berdampak pada kondisi usaha salah satu upaya untuk menangani hal ini adalah menyadari dalam hal tanda tanda perubahan pasar atau kondisi lingkungan sehingga dengan adanya inovasi dapat membantu usaha agar bertahan. Studi kelayakan membantu wirausaha untuk mengevaluasi kemungkinan risiko yang mungkin timbul selama bisnis dijalankan. Dengan adanya antisipasi risiko-risiko ini, akan lebih mudah untuk menemukan solusi atau metode

untuk mengatasi atau menghentikannya sebelum terjadi hal yang tidak diinginkan.

4. Membantu mengidentifikasi kendala bisnis

Beberapa permasalahan dapat menjadi kendala dalam sebuah bisnis, seperti kurangnya sumber daya, teknologi yang tidak memadai, penganggaran yang tiba-tiba, skema atau metode yang digunakan tidak sah, dan kurangnya strategi pemasaran. Analisis kelayakan bisnis yang baik akan membantu mengidentifikasi semua permasalahan/hambatan sebelum bisnis yang direncanakan sebenarnya dijalankan. Jika kendala ide bisnis bersifat langsung, penerapan rencana yang tidak menguntungkan tidak ada gunanya.

5. Membantu dalam proses pengambilan keputusan

Studi kelayakan dalam rencana bisnis memberikan lebih banyak wawasan kepada pelaku bisnis dan pemangku kepentingan terkait, sehingga dapat memfasilitasi keputusan yang lebih rinci. Dengan studi sistematis yang baik, pengambilan keputusan mengenai isu-isu seperti kurangnya sumber daya, dukungan teknologi, sumber keuangan, atau kurangnya waktu dapat ditangani dengan lebih baik.

D. Lembaga yang memerlukan Studi Kelayakan Bisnis

Selain pemilik usaha yang memerlukan hasil dari studi kelayakan bisnis sebagai informasi dalam melanjutkan perencanaan bisnis, beberapa pihak atau lembaga yang berkepentingan untuk mendapatkan informasi terkait dengan usaha yang akan dijalankan sehingga pihak atau lembaga yakin dan memberikan kepercayaan terhadap bisnis tersebut. Beberapa pihak

yang berkepentingan menurut Purnomo et al., (2017) dapat dijabarkan dibawah ini :

1. Investor

Kebutuhan akan modal dapat dipenuhi, misalnya dengan mencari pemilik modal atau investor yang akan menanamkan uangnya pada usaha baru, apabila hasil studi kelayakan usaha terbukti layak untuk direalisasikan. Pendukung keuangan yang akan datang akan berkonsentrasi pada kemungkinan bisnis dengan fokus pada laporan yang telah disusun sebagai data dalam mengambil pilihan sehubungan dengan spekulasi modal mereka.

2. Kreditor

Bank juga dapat menjadi sumber pendanaan usaha atau bisnis. Bank akan mengaudit fokus ketercapaian bisnis yang telah dibuat, termasuk mempertimbangkan sudut pandang yang berbeda, misalnya bonafide (dapat dipercaya mengenai kepercayaan dan kapasitas) dan aksesibilitas jaminan yang diklaim oleh organisasi sebelum memilih apakah akan memberikan kredit atau bukan.

3. Manajemen Perusahaan

Pembuatan kajian praktik bisnis dapat dilakukan dengan cara pertemuan luar terhadap organisasi maupun dilakukan dengan pertemuan interior. Manajemen menyadari bahwa usulan tersebut merupakan upaya untuk merealisasikan ide proyek yang pada akhirnya akan menghasilkan bisnis yang lebih besar dan keuntungan yang lebih tinggi bagi perusahaan, terlepas dari siapa yang mengajukannya. Sebagai pihak yang menjadi pimpinan ventura, tentu dia sangat ingin konsentrasi pada kajian kepraktisan ini, misalnya dari sisi pembiayaan, berapa alokasi dari

modalnya sendiri, rencana dari financial *backer*, dan dari *loan boss*.

4. Pemerintah dan Masyarakat

Studi Pencapaian Bisnis yang disusun persyaratan untuk fokus pada pendekatan yang telah ditetapkan oleh otoritas publik mengingat fakta bahwa otoritas publik dapat berdampak langsung atau tidak langsung terhadap strategi organisasi. Menyelamatkan perdagangan asing, memajukan komoditas non-migas dan melibatkan kerja massal merupakan contoh pengaturan pemerintah di bidang keuangan. Proyek bisnis yang membantu pengaturan pemerintah difokuskan pada bantuan, misalnya dengan sponsorship atau pengurangan pajak.

E. Aspek Penilaian Studi Kelayakan Bisnis

Studi Kemungkinan Bisnis yang disusun perlu fokus pada strategi yang telah ditetapkan oleh otoritas publik dengan alasan bahwa studi kemungkinan adalah evaluasi terhadap akal sehat dari rencana atau tugas yang diusulkan. Studi kemungkinan menguraikan kepraktisan suatu usaha untuk memutuskan apakah tugas atau petualangan tersebut mungkin akan berhasil. Kajian ini juga dimaksudkan untuk membedakan isu-isu yang diharapkan dan isu-isu yang mungkin muncul selama pelaksanaan proyek. Aspek dalam studi kelayakan bisnis saling berkaitan untuk kemudian dinilai dan diukur sesuai dengan peraturan, standar atau kriteria yang telah ditentukan. Adapun aspek-aspek tersebut adalah sebagai berikut :

1. Aspek Hukum

Penilaian kelayakan dalam hukum adalah proses memeriksa rencana restrukturisasi / langkah-langkah yang akan dilakukan terhadap potensi permasalahan dari sudut pandang hukum, dan menyiapkan rencana yang akan dilaksanakan. Kajian Praktik Bisnis yang disusun perlu fokus pada Pengaturan hukum untuk setiap jenis usaha bersifat unik, karena independensi teritorial yang membuat pedoman setiap izin beroperasi dan penilaian terhadap catatan-catatan yang diperlukan dapat diselesaikan sesuai yayasan yang menerbitkan dan menyetujui arsip yang dimaksud.

2. Aspek Pasar dan Pemasaran

Perspektif pasar dan pemasaran merupakan tinjauan untuk menentukan keadaan dan kondisi pasar serta seberapa besar minat terhadap jumlah produk yang akan diproduksi. Analisis kelayakan pasar memainkan peran penting dalam menentukan potensi keberhasilan suatu usaha bisnis. Sebelum memulai usaha bisnis baru atau meluncurkan produk baru, penting untuk melakukan penilaian menyeluruh terhadap kelangsungan pasar. Analisis ini membantu pengusaha dan pemilik bisnis mendapatkan wawasan berharga mengenai dinamika pasar, kebutuhan pelanggan, dan persaingan, sehingga memungkinkan mereka mengambil keputusan yang tepat dan meminimalkan risiko.

3. Aspek Keuangan

Penilaian aspek kelayakan keuangan memainkan peran penting dalam keberhasilan setiap usaha bisnis. Hal ini memungkinkan pengusaha dan pemilik bisnis

untuk menilai kelayakan dan profitabilitas bisnis atau peluang investasi yang diusulkan, kemampuan untuk menghasilkan pendapatan, laba, dan arus kas dengan menyiapkan proyeksi keuangan terperinci tentang pendapatan, biaya, laba, dan arus kas. Dengan melakukan analisis komprehensif terhadap aspek keuangan suatu usaha, pengambil keputusan dapat membuat pilihan yang tepat dan mengurangi risiko kegagalan.

4. Aspek Teknis/Operasi

Aspek kelayakan teknis/operasi adalah penilaian apakah proyek, produk, atau layanan yang diusulkan dapat berhasil diimplementasikan dengan menggunakan teknologi yang ada atau yang ada saat ini. Hal ini melibatkan evaluasi secara rinci persyaratan teknis, kendala, dan kemampuan dari solusi/proses yang diusulkan untuk menentukan apakah solusi/proses tersebut layak untuk dikembangkan, diterapkan, dan dipelihara dalam batasan yang ada dan sumber daya yang tersedia.

5. Aspek Manajemen dan Organisasi

Perspektif dewan dan hierarki menggambarkan hubungan pihak-pihak yang terlibat dengan bisnis, kewajiban dan komitmen masing-masing pihak dalam mencapai hubungan tersebut. Bentuk dan sistem pengelolaan usaha, struktur organisasi, serta jumlah sumber daya manusia dan keahlian yang dibutuhkan semuanya merupakan bagian dari aspek ini.

6. Aspek Ekonomi dan Sosial

Penilaian dalam aspek ekonomi dan social bertujuan untuk menilai bagaimana pengaruh bisnis tersebut jika dijalankan. Pengaruh atau dampak ekonomi dapat terlihat dari peningkatan pendapatan

masyarakat sekitar dan masyarakat yang menjadi sumber daya manusia dalam bisnis tersebut. Untuk dampak sosial yang diharapkan adalah bisnis tersebut adalah tersedianya sarana, dan prasana serta infrastruktur dalam lingkungan bisnis tersebut.

7. Aspek Dampak Lingkungan Hidup (AMDAL)

Aspek dampak lingkungan hidup menilai kelayakan pembangunan yang diusulkan dari perspektif lingkungan dan sosial, mengidentifikasi potensi masalah dan ancaman terhadap keberhasilan penyelesaian bisnis yang diusulkan. Solusi dan tindakan mitigasi diselidiki. Tujuan aspek ini adalah untuk mengevaluasi potensi risiko dan tanggung jawab sehubungan dengan masalah lingkungan dan kesehatan & keselamatan seperti pencemaran tanah, sebelum perjanjian kontrak apa pun dibuat. Hal ini penting karena risiko-risiko ini dapat mengakibatkan kewajiban finansial bagi pihak-pihak yang terlibat.



Gambar 1.1 Aspek Studi Kelayakan Bisnis

F. Tahapan dalam Studi Kelayakan Bisnis

Mendorong ide bisnis ke tahap operasional membutuhkan waktu dan rumit, sehingga menghambat sebagian besar ide untuk mencapai tahap ini. Studi kelayakan bisnis akan membantu menentukan apakah manfaat berinvestasi pada ide tersebut lebih besar daripada risikonya. Saat melakukan studi kelayakan bisnis, beberapa tahapan harus dilaksanakan yaitu :

1. Penemuan Ide

Di sini sebuah bisnis sedang mencari pemikiran untuk item baru. Surat kabar, jurnal, karyawan, pesaing, pelanggan bisnis, dan pemasok merupakan sumber potensial konsep produk segar. Ide-ide yang dihasilkan akan menjadi panduan untuk keseluruhan proses pengembangan produk, menjadikan tahap ini sangat penting karena berfungsi sebagai landasan untuk semua tahap lainnya.

2. Pencarian Informasi

Setelah menentukan ide, untuk selanjutnya memulai tahap penelitian atau pencarian informasi. Tahap ini bertujuan mengumpulkan data terkait proyek bisnis. Data tersebut relevan untuk empat bagian utama studi kelayakan bisnis (data teknis, data pasar, data keuangan, dan data organisasi). Pencarian informasi juga penting dari berbagai aspek karena memberi rincian tentang cakupan yang direncanakan beserta kemungkinan perluasannya melakukan riset pasar, survei, wawancara, dan kunjungan lapangan. Data yang dikumpulkan harus relevan, akurat, dan dapat diandalkan. Langkah ini mencakup banyak faktor seperti geografis, demografi, analisis pesaing, nilai pasar, perluasan pasar, dll.

3. Evaluasi dan Analisis Data

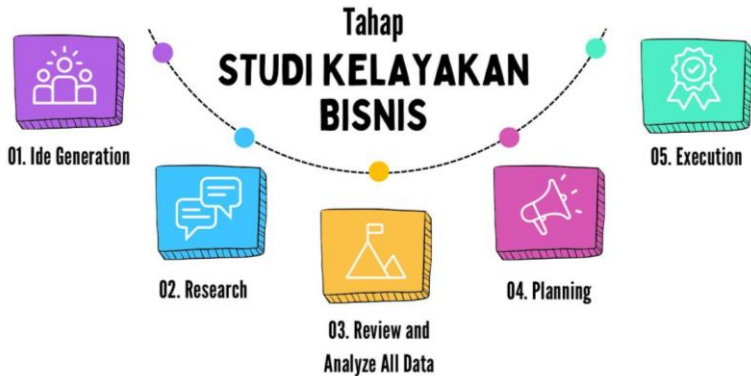
Tahap ini menganalisis data yang dikumpulkan untuk mengevaluasi kelayakan proyek. Hal ini melibatkan analisis aspek keuangan, teknis, dan operasional proyek. evaluasi dan menganalisis data bertujuan untuk mengetahui adanya ketidakkonsistenan. Ini termasuk memastikan laporan laba rugi sejalan dengan analisis pasar. Demikian pula, setelah menjalankan studi kelayakan teknis, apakah ada liabilitas yang terlalu besar yang bisa dianggap sebagai tanda kegagalan suatu bisnis.

4. Perencanaan Pelaksanaan

Setelah melakukan tiga tahap sebelumnya, maka perlu melakukan perencanaan kerja untuk mencapai tujuan bisnis. Penting untuk menyiapkan organisasi dan proses usaha bisnis yang dimaksud. Langkah ini harus mencakup biaya awal, investasi termasuk biaya operasional. Biaya tersebut mencakup faktor-faktor seperti peralatan, metode pemasaran, infrastruktur, personel, kemudahan pasokan, dll. Ini juga dapat mencakup biaya-biaya yang diketahui dan tidak terduga yang mungkin terjadi selama pelaksanaan proyek.

5. Pelaksanaan

Pada tahap ini, semua rencana dalam bisnis mulai untuk direalisasikan dengan pedoman yang telah dibuat sebelumnya. Dalam pelaksanaan penting untuk tetap melakukan evaluasi terhadap bisnis yang direncanakan agar mengikuti langkah-langkah yang telah ditetapkan. Langkah ini sekali lagi untuk menghadapi analisis risiko dan merancang setiap kemungkinan rencana.



Gambar 1.2 Tahap Studi Kelayakan Bisnis

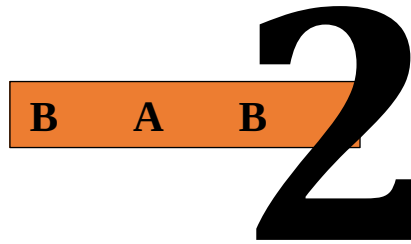
G. Ringkasan

1. Studi kelayakan yang efektif mengarahkan suatu proyek ke arah yang benar dengan membantu pengambil keputusan memiliki pandangan menyeluruh mengenai potensi manfaat, kerugian, hambatan dan kendala yang dapat mempengaruhi hasil proyek. Tujuan utama studi kelayakan adalah untuk menentukan apakah proyek tersebut tidak hanya layak tetapi juga bermanfaat dari sudut pandang teknis, finansial, hukum, dan pasar.
2. Studi kelayakan bisnis mengidentifikasi tujuan utama bisnis dan faktor-faktor yang relevan, memeriksa riset pasar, dan merinci sumber daya dan anggaran yang diperlukan untuk keberhasilan pelaksanaan proyek bisnis.
3. Manfaat studi kelayakan bisnis selain untuk pelaku usaha itu sendiri, hasil dari studi ini juga bermanfaat untuk investor, kreditor, manajemen perusahaan, pemerintah dan masyarakat

4. Terdapat 7 aspek dalam kelayakan bisnis yaitu, aspek hukum, pasar dan pemasaran, keuangan, teknik/operasi, manajemen dan organisasi, ekonomi dan sosial dan dampak lingkungan hidup
5. Dalam melakukan studi kelayakan bisnis terdapat 5 tahap penting untuk dilakukan yang dimulai dari perumusan ide, penelitian atau pencarian informasi, evaluasi dan analisis data, perencanaan pelaksanaan dan pelaksanaan.

H. Evaluasi

1. Bentuklah kelompok dan setiap kelompok membuat sebuah rencana bisnis !
2. Buatlah rencana bisnis dalam bentuk infografis !
3. Presentasikan rencana bisnis anda untuk mendapatkan masukan atau saran !
4. Lakukan analisis rencana bisnis dengan melakukan observasi penilaian terhadap peluang dan hambatan.
5. Buat lah portofolio rancangan bisnis dengan mempertimbangkan aspek-aspek yang ada.
6. Lakukan pemaparan rancangan bisnis yang telah kalian buat dalam bentuk infografis.



ASPEK HUKUM BISNIS

TUJUAN INTRUKSIONAL

Setelah mempelajari bab ini, diharapkan pembaca mampu:

- A. Menjelaskan Pengertian Aspek Hukum Bisnis
- B. Menjelaskan Jenis-Jenis Badan Hukum Usaha
- C. Menjelaskan Dokumen Yang Diteliti

A. Pengertian Aspek Hukum Bisnis

Permasalahan hukum atau tidak mendapatkan izin dari pemerintah daerah seringkali menjadi penyebab kegagalan usaha. Dengan demikian, sebelum suatu pemikiran bisnis dijalankan, sebaiknya dilakukan pemeriksaan dari atas ke bawah terhadap sudut pandang halal agar nantinya bisnis sah yang dijalankan tidak terganggu karena masalah halal dan perizinan. (Supriadi, 2021). Aspek hukum mengkaji persyaratan hukum dalam menjalankan suatu usaha. Kompleksitas persyaratan hukum untuk berbagai jenis usaha berbeda antara suatu usaha dengan usaha lain. Adanya kemandirian wilayah menjadikan sahnya pengaturan dan perpindahan hibah antara satu kabupaten dengan kabupaten lainnya. Oleh karena-nya, memahami pengaturan perizinan dan hukum investasi untuk setiap daerah adalah merupakan hal yang sangat penting untuk menyelesaikan penyelidikan kepraktisan terhadap perspektif hukum (Helmi, 2018).

Hukum adalah gabungan dari kondisi-kondisi di mana kehendak bebas seseorang dapat menyesuaikan diri dengan kehendak bebas orang lain sesuai dengan hukum kebebasan (Suprpto, 2016). Regulasi bisnis adalah sekumpulan standar sah yang mengontrol metode untuk menyelesaikan masalah atau praktik pertukaran, modern atau moneter yang terkait dengan penciptaan atau perdagangan tenaga kerja dan produk dengan menempatkan uang dari para visioner bisnis pada risiko tertentu dengan organisasi tertentu untuk mendapatkan keuntungan tertentu. Untuk menjamin sifat dan perilaku kegiatan usaha yang adil, wajar, sehat, dan dinamis, jelas diperlukan hukum yang memihak para pihak (Fatimah, 2022). Dalam dunia usaha, aspek hukum adalah kelayakan yang berkaitan dengan legalitas atau kekuatan hukum.

Dalam hal ini, sistem informasi yang diusulkan tidak boleh melanggar undang-undang atau peraturan apa pun yang telah ditetapkan oleh organisasi atau pemerintah. Menurut Purnomo et al., (2017), Aspek hukum mengkaji ketentuan hukum yang harus dipenuhi sebelum menjalankan usaha. Aturan atau landasan hukum yang menjamin berjalannya suatu usaha diperlukan untuk kegiatan perekonomian yang sehat. Para pihak dalam suatu bisnis memerlukan adanya perjanjian resmi, sehingga peraturan atau undang-undang tersebut diperlukan.(Fadhilah, 2019).

B. Jenis-jenis Badan Hukum Usaha

Dalam dunia bisnis/perdagangan pada umumnya, kita biasanya mengalami berbagai jenis partisipasi antara para visioner bisnis yang memiliki tujuan serupa. Upaya terkoordinasi di sini mengandung makna kolaborasi yang mencakup berbagai bidang dan perspektif, misalnya partisipasi dalam bidang penguasaan moneter (know how); pekerjaan, dan lain-lain. Satuan faktor produksi yang sah dan ekonomis dengan tujuan memperoleh keuntungan atau memberikan pelayanan kepada masyarakat disebut badan usaha. Sementara itu, organisasi adalah unit khusus yang berfungsi untuk menyalurkan tenaga kerja dan produk (Idayanti, 2020)

Untuk memilih substansi bisnis yang tepat berdasarkan pertimbangan penting berikut ini, Anda perlu mengetahui pengertian, peraturan dan pedoman umum, serta manfaat dan kerugian dari setiap jenis elemen bisnis.

Kelebihan dan kekurangan berbagai jenis badan hukum tercantum di bawah ini:

1. Perusahaan Perseorangan



Gambar 2. 1. Contoh Perusahaan Perseorangan

Sumber : <https://www.bee.id>

a. Pengertian Perusahaan Perseorangan

Perusahaan Perseorangan adalah jenis usaha yang dimiliki, dikelola, dan dipimpin oleh satu orang, yang menanggung seluruh risiko dan aktivitas perusahaan. (Nasrullah dan Syahrullah, 2022). Demikian pula menurut Rifki Ardhianto (2017), Perusahaan swasta adalah suatu jenis badan usaha yang segala risikonya ditanggung secara pribadi atau perseorangan oleh satu orang dan dikelola serta diawasi oleh orang tersebut. Struktur bisnis sederhana di mana satu orang menjalankan dan memiliki seluruh perusahaan disebut sebagai kepemilikan perseorangan atau sekadar kepemilikan perseorangan. Orang tersebut berhak mendapatkan seluruh keuntungan setelah pajak, namun ia juga bertanggung jawab atas segala kerugian yang diderita perusahaan.

b. Ciri-ciri Perusahaan Perseorangan

- 1) Pemilik usaha hanya dimiliki oleh pemilik atau pengelola usaha sendiri sehingga mempunyai kendali penuh.
- 2) Jumlah uang yang dibutuhkan tidak terlalu banyak.
- 3) Pengelolaan yang sederhana dan tidak banyak formalitas hukum dan perpajakan.
- 4) Pemiliknya menggunakan Nomor Pokok Pajaknya sendiri dalam bisnisnya
- 5). Karena pemilik harus bertanggung jawab secara pribadi/individu atas segala sesuatu yang terjadi, termasuk hutang, maka usaha tersebut bukanlah suatu badan hukum yang terpisah.

c. Kelebihan dan Kekurangan

Kelebihan	Kekurangan
a. Memiliki kemandirian bergerak.	a. Tidak memikul batasan dalam hal tanggung jawab hukum atau keuangan.
b. Otoritas publik tidak memerlukan pungutan perusahaan, namun hanya membebankan pemiliknya.	b. Keterbatasan kemampuan keuangan
c. kendali penuh atas pendapatan yang dihasilkan.	c. Keterbatasan kemampuan manajerial
d. Fakta orang dalam organisasi dipastikan.	d. Kontinuitas kerja karyawan terbatas
e. Inspirasi bisnis yang	

tinggi.	
f. Dalam Proses pengambilan keputusan dapat selesai dengan cepat.	
g. pertimbangan hukum minimal yang ditangani	

Sumber: Studi Kelayakan Bisnis DR. Sulyanto (2010).

2. Firma



Gambar 2. 2. Contoh Firma

Sumber: <https://sugalilawyer.com/persekutuan-firma/>

a. Pengertian Firma

Kemitraan, juga dikenal sebagai *maatschap*, adalah bisnis yang dibentuk oleh individu yang berkolaborasi satu sama lain, biasanya sebagai kolega, kolega profesional, atau teman dalam perdagangan. (Harahap, 2011). Menurut Wijaya (2006) pengertian firma, khususnya bisnis atau

organisasi apa pun yang didirikan untuk menyelesaikan bisnis bersama dengan menggunakan nama bersama atau di bawah nama bersama. Pasal 16 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) mengatur bahwa Persekutuan Firma adalah usaha yang dilakukan 2 (dua) orang sekutu atau lebih memiliki tujuan untuk mencari keuntungan di bawah nama bersama. Perusahaan adalah bisnis yang dijalankan oleh satu atau lebih orang yang bertanggung jawab menjalankan operasinya. Tergantung pada undang-undang di suatu negara, bisnis ini mempunyai jenis dan struktur yang berbeda.

Aturan yang mengatur mengenai persekutuan firma dapat dilihat pada Pasal 16 hingga 35 KUHD serta diatur pula dalam KUHPer. Pada Pasal 22 KUHD mengatur agar tidak terdapat penyangkalan terhadap pihak ketiga, pendirian persekutuan firma diharuskan menggunakan akta otentik. Selanjutnya Pasal 23 dan Pasal 28 KUHD berbunyi, pendaftaran pada Kepaniteraan Pengadilan Negeri sesuai tempat kedudukan persekutuan firma dilakukan setelah dibuatkannya akta pendirian persekutuan firma, lalu akta pendirian tersebut diterbitkan atau diumumkan pada Berita Negara Republik Indonesia (BNRI) (Permadi, 2019).

b. Ciri-ciri Firma

- 1) Ada dua orang atau lebih yang menjalankan bisnis.
- 2) Berbagai ukuran usaha, dari kecil hingga besar
- 3) Setiap anggota perseroan bertanggung jawab atas keuntungan dan kerugian badan usaha perseroan.

- 4) Perseroan dianggap bubar apabila salah satu sekutu mengundurkan diri atau meninggal dunia.

c. Kelebihan dan Kekurangan Firma

Kelebihan	Kekurangan
a. Keuntungan yang tinggi harus dibagi ke anggota perusahaan yang lain	a. Anggota perusahaan sering kali berbeda pendapat mengenai pembagian keuntungan dan strategi bisnis.
b. Inspirasi bisnis yang tinggi, meskipun secara umum tidak setinggi organisasi individu.	b. memikul tanggung jawab keuangan dalam jumlah tidak terbatas, yang dapat dibagi dengan anggota perusahaan lainnya.
c. Berbeda dengan kepemilikan perseorangan, terdapat sedikit tanggung jawab hukum, meskipun faktanya para anggota harus mencapai kesepakatan.	c. Keterbatasan kemampuan keuangan d. Kontinuitas kerja karyawan terbatas e. Keterbatasan kemampuan manajerial.

Sumber: Studi Kelayakan Bisnis DR. Suliyanto (2010)

d. Langkah-langkah mendirikan Firma

Permohonan pendaftaran perusahaan harus diajukan melalui Sistem Administrasi Badan Usaha (SABU) pada website Direktorat, sesuai dengan Pasal 3 Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi

Manusia tentang Pendaftaran Persekutuan Perseroan Terbatas, Persekutuan Firma, dan Persekutuan. Kementerian Hak Asasi Manusia dan Administrasi Hukum Umum (AHU). Pendaftaran firma dapat dilakukan melalui Sistem Administrasi Badan Hukum (SABU) yang meliputi pendaftaran pendirian, perubahan serta pembubaran (Permadi, 2019). Langkah-langkah mendirikan firma adalah sebagai berikut (Fadli dkk, 2023) :

- 1) Pihak-pihak yang ingin mendirikan suatu firma membuat suatu akta yang memuat sekurang-kurangnya (pasal 26 Kitab Undang-undang Hukum Bisnis):
 - Nama lengkap, pekerjaan, dan tempat tinggal para pendiri Firma
 - Nama Firma yang akan didirikan (termasuk juga temoat kedudukan firma)
 - Keterangan kegiatan usaha yang akan dilakukan
 - Nama rekanan, jika tidak berwenang menandatangani atas nama Perusahaan.
 - Saat mulai dan berakhirnya
 - Klausul mengenai hubungan Perusahaan dengan pihak ketiga
- 2) Akta tersebut dibuat sebagai akta otentik yang dibuat di hadapan notaris (Pasal 22 KUHD).
- 3) Akta otentik tersebut selanjutnya didaftarkan pada register Kepaniteraan Pengadilan Negeri dimana Firma berkedudukan (Pasal 23 KUHD)
- 4) Akta-akta yang telah didaftarkan pada Pengadilan Negeri kemudian diumumkan dalam Jurnal Negara.

3) Perserikatan Komanditer (CV)



Gambar 2. 3. Perserikatan Komanditer (CV)

a. Pengertian Perserikatan Komanditer (CV)

Menggunakan badan usaha untuk menjalankan bisnis memiliki banyak keuntungan. Persekutuan komanditer atau *Commanditaire Venootschap* (CV) merupakan salah satu pilihan bagi suatu badan usaha. Kitab Undang-undang Hukum Dagang (KUHD) mengatur mengenai persekutuan komanditer (CV), yaitu suatu usaha yang didirikan secara bersama-sama oleh seorang atau lebih orang yang secara tanggung renteng bertanggung jawab atas seluruh atau sebagian harta kekayaannya (*Geldschieter*). (Widjaya, 2007). Sedangkan pengertian *commanditaire vennootschap* atau CV yang terdapat dalam pasal 19 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang yaitu Persekutuan komanditer, yang mana satu orang atau lebih merupakan pihak yang mengeluarkan uang dan satu atau lebih perseroan yang secara tanggung renteng bertanggung jawab atas keseluruhan satu pihak, disebut

juga perseroan yang mengeluarkan uang (Diani, 2020). Dengan demikian persekutuan komanditer atau CV adalah suatu badan usaha yang mewajibkan paling sedikit 2 (dua) orang untuk turut serta dalam pendiriannya yaitu persero aktif sebagai pengelola dan persero pasif sebagai pelepas modal.

b. Ciri-ciri CV

- 1) Memiliki pendiri dua orang atau lebih
- 2) Ada satu atau lebih anggota manajemen, serta satu atau lebih investor.
- 3) Modal pendirian CV tidak ada batasan minimal
- 4) Pendiriannya lebih singkat karena tidak memerlukan izin khusus dan biaya yang diperlukan jauh lebih murah.

c. Kelebihan dan Kekurangan CV

Kelebihan	Kekurangan
a. Keuntungan yang tinggi harus dibagi ke anggota perusahaan yang lain	a. Mengandung tanggung jawab keuangan sekutu aktif tak terbatas, meskipun dapat dibagi dengan anggota sekutu aktif yang lain
b. Motivasi dalam dunia usaha memang tinggi, namun tidak setinggi dalam bisnis perorangan.	b. Tidak dapat dengan mudah mengumpulkan modal dari para sekutunya, tidak seperti Perse-roan Terbatas yang dapat mengumpulkan modal dari para
c. Masalah hukum ditangani secara minimal, meskipun sedikit lebih rumit dibandingkan dengan	

Kelebihan	Kekurangan
perusahaan swasta.	pemegang saham

Sumber : Studi Kelayakan Bisnis DR. Suliyanto (2010)

d. Langkah-langkah mendirikan CV

Masyarakat Indonesia secara rutin membuat CV berdasarkan Akta Notaris yang autentik, mendaftarkannya pada Kepaniteraan Pengadilan Negeri yang bersangkutan, dan mengumumkannya dalam Tambahan Berita Negara Republik Indonesia. Karena kesamaan pendirian Firma (CV), maka tahap-tahap pendirian CV adalah sebagai berikut (Nasution dan Alvin, 2020):

- 1) Pasal 23 KUHD mewajibkan pendiri Firma (yang juga berlaku juga pada CV) untuk mendaftarkan akta pendiriannya kepada Panitera PN yang berwenang, dan yang didaftarkan hanyalah akta saja (Pasal 24 KUHD), dan
- 2) Para pendiri CV diwajibkan untuk mengumumkan ihtisar resmi akta pendiriannya dalam Tambahan Berita Negara R.I. (Pasal 28 KUHD); kedua pekerjaan ini bisa dilimpahkan kepada Notaris yang membuat akta.

Adapun ihtisar isi resmi dari Akta Pendirian CV meliputi (Ratnawati,2015)

- 1) Nama lengkap, pekerjaan & tempat tinggal para pendiri;
- 2) Penetapan nama CV;
- 3) Keterangan mengenai CV itu bersifat umum atau terbatas untuk menjalankan sebuah perusahaan cabang secara khusus;

- 4) Nama sekutu yang tidak berwenang menandatangani perjanjian atas nama persekutuan;
- 5) Saat mulai dan berlakunya CV;
- 6) Clausula-clausula lain penting yang berkaitan dengan pihak ketiga terhadap sekutu pendiri;
- 7) Pendaftaran akta pendirian ke PN harus diberi tanggal;
- 8) Terbentuknya uang tunai (uang) dari CV yang diperuntukkan khusus bagi pengepul pihak ketiga. Jika uang tunainya kosong, mitra secara pribadi bertanggung jawab atas seluruh jumlah tersebut.;
- 9) Pengeluaran satu atau beberapa sekutu dari wewenangnyanya untuk bertindak atas nama persekutuan

f. Perseroan Terbatas (PT)



Gambar 2. 4. Perseroan Terbatas (PT)

Sumber : <https://www.emitennews.com>

a. Pengertian Perseroan Terbatas

Karena popularitas perseroan terbatas sebagai pilihan badan usaha, jumlah perseroan

terbatas jauh melebihi jenis badan usaha lainnya. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, Perseroan Terbatas didirikan berdasarkan kesepakatan para pihak. Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, merumuskan bahwa “Perseroan Terbatas yang selanjutnya disebut “Perseroan” adalah suatu badan hukum yang melakukan kegiatan persekutuan modal dan memenuhi syarat-syarat Undang-undang ini serta peraturan pelaksanaannya dengan menjalankan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham. Menurut Sinaga (2018) Perseroan terbatas adalah Suatu bentuk usaha berbadan hukum, yang pada awalnya dikenal dengan nama *naamloze vennootschap (NV)*. Istilahnya “terbatas” di dalam perseroan terbatas tertuju pada tanggung jawab pemegang saham yang hanya terbatas pada nilai nominal dari semua saham yang dimilikinya. Dari pengertian tersebut Badan usaha hukum yang disebut perseroan terbatas merupakan gabungan antara persekutuan dan korporasi.

Ciri-ciri Perseroan Terbatas

- 1) Memiliki modal dari beberapa saham;
- 2) Memiliki aset yang berbeda dengan aset perusahaan;
- 3) Dipimpin oleh direksi; dan
- 4) Pemilik saham akan diberikan dividen.

b. Kelebihan dan Kekurangan

Kelebihan	Kekurangan
a. Memiliki masa hidup yang tidak terbatas	a. Pajak yang besar karena PT merupakan pajak tersendiri yang berarti dividen pemegang saham dan perusahaan itu sendiri juga ikut dikenakan pajak.
b. Pemisahan harta dan utang perusahaan dari pemiliknya	b. Mengelola permasalahan hukum yang kompleks karena mendirikan PT memerlukan akta notaris dan izin khusus usaha tertentu.
c. Banyak pilihan keuangan	c. Jika dibandingkan dengan jenis badan usaha lainnya, biaya pembentukannya relatif tinggi.
d. Kemampuan manajerial yang tinggi	d. Karena setiap aktivitas perusahaan harus dilaporkan kepada pemegang saham, kerahasiaan perusahaan menjadi kurang terjamin.
e. Kontinuitas kerja karyawan yang panjang	
f. Mudah memperoleh modal atau dana baru	

Sumber : Studi Kelayakan Bisnis DR. Suliyanto (2010)

c. Tahapan pendirian Perseroan Terbatas

Tahap pendirian PT menurut Undang-Undang No 40 tahun 2007 adalah sebagai berikut:

- 1) Parjanjian tertulis antara dua orang atau lebih.
- 2) Menandatangani akta pendirian di hadapan Pejabat Hukum yang disertai dengan anggaran dasar Organisasi dan data penting lainnya, yang memuat sekurang-kurangnya: (1). nama lengkap pendiri perseorangan, tempat dan tanggal lahir, pekerjaan, tempat tinggal, dan kewarganegaraan, serta nomor dan tanggal Keputusan Menteri tentang pengesahan badan hukum pendiri Perseroan; (2) nama lengkap, tempat dan tanggal lahir, pekerjaan, tempat tinggal, kewarganegaraan anggota Direksi dan Dewan Komisaris yang pertama kali diangkat; (3) rincian tentang jumlah saham, nama pemegang saham yang mengambil bagian, dan nilai nominal saham yang telah ditempatkan dan disetor.
- 3) 3) Persetujuan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia dengan menyerahkan formulir paling sedikit memuat informasi sebagai berikut: (1) nama dan tempat kedudukan Perseroan; (2) jangka waktu berdirinya Perseroan; (3) maksud dan tujuan serta kegiatan usaha Perseroan; (4) jumlah modal dasar, modal ditempatkan, dan modal disetor; (5) alamat lengkap Perseroan.
- 4) Pendaftaran Perseroan Terbatas memuat data tentang Perseroan yang meliputi: (1) nama, tempat kedudukan, tujuan, dan kegiatan usaha, serta jangka waktu pendirian dan modal; (2) alamat lengkap Perseroan; (3) nomor dan

tanggal akta pendirian dan Keputusan Menteri mengenai pengesahan badan hukum Perseroan; (4). nomor dan tanggal akta perubahan anggaran dasar dan persetujuan Menteri; (5). nomor dan tanggal akta perubahan anggaran dasar dan tanggal penerimaan pemberitahuan oleh Menteri; (6) nama dan tempat kedudukan notaris yang membuat akta pendirian dan akta perubahan anggaran dasar; (7) nama lengkap dan alamat pemegang saham, anggota Direksi, dan anggota Dewan Komisaris Perseroan; (8) nomor dan tanggal akta pembubaran atau nomor dan tanggal penetapan pengadilan tentang pembubaran Perseroan yang telah diberitahukan kepada Menteri; (9) berakhirnya status badan hukum Perseroan; (10) neraca dan laporan laba rugi dari tahun buku yang bersangkutan bagi Perseroan yang wajib diaudit

5) Pengumuman dalam tambahan Berita Negara.

C. Dokumen yang diteliti

1. Badan Usaha

Ada banyak jenis badan usaha. telah dijelaskan sebelumnya, mulai dari Perusahaan perseorangan, Firma, CV, dan Perseroan Terbatas. Besarnya modal yang dibutuhkan dan jumlah pemilik menentukan jenis badan usaha yang dipilih.

2. Bukti diri

Bukti pribadi adalah identitas pendiri, yang dapat diperoleh dari pemerintah daerah atau melalui Kartu Tanda Penduduk dalam banyak kasus.

3. Tanda Daftar Perusahaan

Surat pengesahan yang diterbitkan Lembaga OSS kepada pelaku usaha yang telah mendaftar, Tanda Daftar Perusahaan yang selanjutnya disebut TDP, sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 76 Tahun 2018.

4. Nomor Pokok Wajib Pajak

Nomor Pokok Wajib Pajak atau disingkat NPWP merupakan nomor yang diberikan kepada wajib pajak sebagai alat administrasi perpajakan. Digunakan sebagai identitas wajib pajak dan tanda pengenal pribadi untuk membantu wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakannya, yang terdiri dari 15 (lima belas) digit, yaitu 9 (sembilan) digit pertama merupakan Kode Wajib Pajak dan 6 (enam) digit berikutnya merupakan Kode Administrasi Perpajakan (Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor - 44 /Pj/2008)

5. Surat Izin Perusahaan

Tergantung pada jenis usaha dan jenis usaha yang akan dijalankan, selidiki keabsahan dokumen izin tersebut.. Izin-izin antara lain:

- a. Untuk perusahaan perseorangan Surat Izin usaha yang dapat didapatkan dari pemerintah daerah setempat
- b. Kementerian Perdagangan dan Perindustrian menerbitkan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).
- c. Surat Izin Usaha Industri (SIUI) dari Departemen Perdagangan dan Perindustrian
- d. Departemen Pertambangan mengeluarkan izin usaha tambang
- e. Departemen Pariwisata Pos dan Telekomunikasi mengeluarkan izin usaha perhotelan dan pariwisata

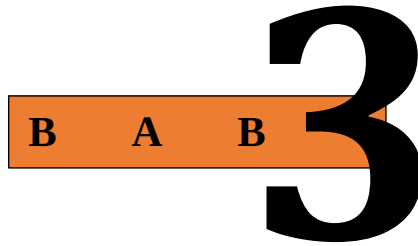
- f. Departemen Kesehatan mengeluarkan izin Usaha Farmasi dan Rumah Sakit
 - g. Departemen Pertanian mengeluarkan izin Usaha Peternakan dan Pertanian
 - h. Pemda mengeluarkan Izin domisili perusahaan
 - i. Izin gangguan i. Izin Mendirikan Bangunan (IMB)
 - j. Izin tenaga kerja asing jika ada
6. Dokumen lainnya
- a. Badan Pertanahan Nasional dapat memberikan sertifikat tanah yang menunjukkan status hukum tanah tersebut.
 - b. Surat kendaraan Bermotor
 - c. Surat-surat atau surat-surat lain(sertifikat) yang dianggap perlu

D. Ringkasan

1. Dalam hal ini, sistem informasi yang diusulkan tidak boleh melanggar undang-undang atau aturan apa pun, baik yang berasal dari pemerintah maupun dari organisasi itu sendiri. Aspek hukum menyangkut legalitas atau kekuatan hukum.
2. Jenis-jenis badan usaha terdiri atas perusahaan perseorangan, firma, persekutuan komanditer dan perseroan terbatas.
3. Dokumen-dokumen yang harus diperiksa aspek hukum kelangsungan usahanya, seperti badan usaha, identitas diri, tanda daftar perusahaan, nomor pokok wajib pajak, dan izin usaha, serta dokumen-dokumen lain yang dianggap perlu.

E. E. Evaluasi

1. Lakukan analisis beberapa badan usaha yang berada di daerah sekitarmu !
2. Amati apakah badan usaha tersebut telah sesuai dengan peraturan perundang-undangan atau telah sesuai dengan aspek kelayakan dalam hukum !



ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

TUJUAN INTRUKSIONAL

Setelah mempelajari bab ini, diharapkan pembaca mampu:

- A. Menjelaskan Pentingnya Aspek Pasar Dan Pemasaran
- B. Menjelaskan Tujuan Perusahaan Dalam Pemasaran
- C. Menjelaskan Pengertian Pasar Dan Pemasaran
- D. Menjelaskan Segmentasi Pasar Dan Posisi Pasar
- E. Menjelaskan Strategi bauran Pemasaran (*marketing mix*)
- F. Menjelaskan Cara Mengestimasi Pasar

A. Pentingnya Aspek Pasar dan Pemasaran

Salah satu hal penting dari membangun sebuah bisnis adalah strategi pemasaran perusahaan. Jika dirancang dengan baik, ini akan berfungsi sebagai rancangan untuk pemanfaatan sumber daya secara optimal, menjangkau dan terhubung dengan audiens target, meningkatkan penjualan, dan mengembangkan bisnis dalam jangka panjang. Pengusaha sukses adalah mereka yang memantau dengan cermat tren terkini dan kebutuhan pelanggan yang terus berkembang serta memodifikasi strategi pemasaran mereka. Bisnis yang beroperasi di pasar ini bersaing dengan perusahaan lain untuk menarik konsumen dan pemegang saham.

Dari sudut pandang kelayakan bisnis, pemasaran dipandang sebagai sistem aktivitas komprehensif yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mengiklankan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan saat ini dan pelanggan potensial (Nurjanah, 2013). Karena tidak akan pernah ada pasar untuk suatu produk atau jasa jika tidak ada permintaan terhadapnya, maka riset pasar sangatlah penting. Pangsa pasar produk, pertumbuhan permintaan, dan ukuran pasar merupakan beberapa tujuan dari aspek pasar. Penting juga untuk melihat siklus hidup produk dan seberapa kompetitif produsennya. (Syarif, 2011).

B. Tujuan Perusahaan dalam Pemasaran

Menurut Joan C. Curtis dan Barbara Giamanco (2010) orang membeli dari orang yang mereka kenal, sukai, dan percayai. Produknya mungkin hampir sama, namun pemasaran adalah faktor yang meyakinkan pelanggan dengan satu atau lain cara. Keputusan ini dapat

menghasilkan pelanggan yang mengembangkan loyalitas seumur hidup terhadap suatu merek. Kekuatan dan pengaruh pemasaran inilah yang menjadikan penetapan tujuan begitu penting. Bisnis yang sukses tidak membiarkan pemasaran mereka hanya menebak-nebak. Mereka menetapkan tujuan untuk mengukur aspek apa yang berkinerja baik dan bidang apa yang perlu ditingkatkan. Adapun tujuan dari pemasaran adalah :

1. Meningkatkan penjualan dan keuntungan

Melakukan pemasaran dengan strategi yang tepat dapat meningkatkan penjualan, dengan meningkatnya pendapatan maka hal ini diharapkan juga dapat meningkatkan keuntungan. Oleh karena itu, bisnis harus mampu merancang strategi pemasaran yang efisien untuk meningkatkan permintaan produk mereka dan menarik pelanggan untuk membelinya.

2. Menciptakan brand tersendiri

Brand tersendiri membuat perusahaan akan berbeda dengan pesaingnya. Hal ini akan meningkatkan citra dari perusahaan itu sendiri, sehingga masyarakat akan membangun kepercayaan dan lebih mengenal dengan baik produk yang dipasarkan dan akan memudahkan untuk mendapatkan peluang-peluang bisnis yang lain.

3. Memperkenalkan produk atau layanan baru

Untuk memenuhi keinginan konsumen, perusahaan dapat membuat produk atau layanan serta mengembangkan produk atau layanan tersebut. Dengan melakukan pemasaran, pelanggan atau masyarakat akan mengetahui dan lebih mengenal produk atau layanan terbaru dari perusahaan.

4. Mengetahui permintaan dan keinginan pelanggan

Pemasaran memiliki peran yang penting dalam memahami keinginan konsumen karena fokus utamanya adalah mempelajari, menganalisis, dan merespons perilaku dan preferensi konsumen. Pemasaran secara terus-menerus memantau dan melacak perubahan dalam tren dan preferensi konsumen. Dengan memahami tren-tren baru dan berkembang, pemasaran dapat mengadaptasi strategi mereka secara cepat untuk tetap relevan dengan keinginan konsumen.

5. Mengetahui kepuasan pelanggan

Keberhasilan jangka panjang suatu perusahaan sangat bergantung pada kemampuannya memuaskan pelanggannya. Hubungan jangka panjang pelanggan adalah fokus utama pemasaran. Pemasaran dapat membina hubungan jangka panjang dengan pelanggan dengan memahami keinginan dan kebutuhan mereka serta memberikan pengalaman yang memuaskan.

C. Pengertian Pasar dan Pemasaran

1. Pengertian Pasar

Pasar merujuk pada segala sesuatu yang berhubungan dengan pertukaran atau perdagangan barang, jasa, atau aset, baik itu dalam bentuk fisik maupun digital. Menurut Henry (2007) Pasar secara lebih luas merupakan komponen untuk memuaskan kepentingan pembeli dan pembuat, sumber data bagi hiburan keuangan, dan metode untuk meningkatkan kepuasan pembeli dan pembuat. Pasar dalam arti sempit adalah tempat berkumpulnya pembeli dan penjual di suatu lokasi tertentu. Menurut Peraturan

Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern, pasar ekonomi adalah interaksi antara pedagang dan pelanggan untuk menyepakati harga suatu barang dalam jumlah dan kualitas tertentu, dengan baik. pihak yang menerima manfaat. Oleh karena itu, pasar diartikan sebagai suatu lokasi atau proses dimana permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) suatu barang atau jasa tertentu berinteraksi untuk menentukan harga keseimbangan (harga pasar) dan kuantitas yang diperdagangkan. Pasar merupakan konsep yang sangat penting dalam ekonomi karena merupakan tempat utama di mana pertukaran ekonomi terjadi, yang membentuk dasar bagi kegiatan ekonomi suatu negara atau wilayah. Menurut Zainal (2017) pasar memiliki tiga fungsi utama yakni :

a. Sarana distribusi

Pasar berfungsi sebagai tempat menjual produk atau layanan dan bagaimana menyampaikannya ke tangan pelanggan. Pasar berperan sebagai saluran distribusi yang menghubungkan produsen atau penyedia barang dan jasa dengan konsumen akhir. Saluran distribusi ini bisa melibatkan berbagai perantara seperti distributor, grosir, pengecer, dan agen, tergantung pada kompleksitas produk dan permintaan konsumen.

b. Pembentuk harga

Pasar dapat menginformasikan bagaimana mereka menetapkan harga suatu produk. Penetapan harga yang efektif perlu menemukan titik terbaik yang menyeimbangkan cara pelanggan menilai barang atau jasa dengan biaya produksi dan pengiriman

serta memperhitungkan harga produk pesaing saat ini.

c. Sarana promosi

Tujuan pasar adalah untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada pelanggan dan mengedukasi mereka tentang kelebihan, keunikan, dan manfaat dari produk atau jasa tersebut. Promosi tradisional, layanan pemasaran digital (seperti pemasaran konten, pemasaran email, dan pemasaran media sosial), pemasaran teks, dan pemasaran influencer adalah contoh strategi promosi bisnis.

2. Pengertian Pemasaran

Mengiklankan produk atau layanan biasanya merupakan karakteristik pemasaran. Tindakan memperkenalkan suatu barang atau jasa kepada masyarakat umum dengan tujuan memperoleh keuntungan yang besar disebut dengan pemasaran. Selanjutnya menurut Winarto (2011) Tujuan pemasaran adalah membangun hubungan melalui interaksi. Dengan cara ini, pemasaran dilakukan sebelum dan sesudah pertukaran berlangsung untuk menyenangkan pembeli dan penjual.

Dalam bisnis, pemasaran adalah proses penting dengan banyak langkah. Melalui promosi, survei, layanan atau barang yang efisien yang dibutuhkan pelanggan, dan menyiapkan strategi untuk memperluas basis pelanggan dan meningkatkan penjualan guna menghasilkan lebih banyak pendapatan dan prospek. Menurut Levens (2010), fungsi pemasaran dapat dikelompokkan dalam tiga kategori umum, di mana setiap kategori menggambarkan proses (aktivitas)

pemasaran yang terjadi. Tiga kategori fungsi tersebut antara lain:

a. Fungsi pertukaran (*exchange function*)

Fungsi pertukaran pemasaran meliputi pembelian dan penjualan barang dan jasa. Pembelian barang atau jasa adalah fungsi pertama dan penting dari proses pemasaran. Produsen, perantara, pedagang grosir dan pengecer melakukan fungsi ini. Mereka membeli, merakit dan menjual. Produsen membeli bahan mentah atau barang setengah jadi untuk menghasilkan barang jadi dan perantara membeli barang untuk dijual kembali. Konsumen akhir membeli barang untuk digunakan langsung dari produsen atau perantara. Penjualan barang atau jasa adalah fungsi pemasaran yang penting dan kompleks lainnya. Dalam hal ini barang dan jasa diserahkan kepada pembeli. Fungsi ini penting bagi produsen, perantara, konsumen, dan masyarakat umum. Kenyataannya, keberadaan perusahaan bisnis mana pun tidak mungkin terjadi tanpa adanya penjualan.

b. Fungsi fisik (*physical function*)

Kegiatan distribusi yang meliputi pengangkutan dan penyimpanan barang merupakan fungsi pemasaran fisik. Perakitan, transportasi dan penanganan, pergudangan, pengolahan dan pengemasan, standardisasi, dan grading merupakan contoh kegiatan. Fungsi fasilitasi (*facilitating function*)

c. Fungsi fasilitasi pemasaran adalah fungsi lain yang memfasilitasi fungsi pertukaran dan distribusi fisik pemasaran. Standardisasi dan penilaian, manajemen keuangan dan pengambilan risiko

merupakan fungsi fasilitasi pemasaran yang penting.

D. Segmentasi Pasar dan Posisi Pasar

1. Segmentasi Pasar

Keberhasilan suatu bisnis bergantung pada penawaran produk yang tepat kepada konsumen yang tepat pada waktu yang tepat. Untuk melakukan hal ini, pelaku bisnis perlu lebih mengenal pelanggan. Hal ini menjadikan segmentasi pasar sebagai alat penting bagi organisasi bisnis untuk mempelajari dan mensegmentasi perilaku konsumen yang dapat menghasilkan keuntungan besar. Segmentasi pasar sangat penting bagi bisnis untuk secara efektif menargetkan audiens yang mereka inginkan dan menyesuaikan upaya pemasaran mereka. Dengan memisahkan sektor bisnis yang lebih besar ke dalam pertemuan yang lebih sederhana, organisasi dapat membuat pesan yang lebih disesuaikan, meningkatkan loyalitas konsumen, dan pada akhirnya meningkatkan kesepakatan dan pendapatan.

Seperti yang ditunjukkan oleh Assauri Sojan (2004) Pembagian pasar adalah metode yang melibatkan pembagian pasar menjadi beberapa kelompok pembeli berbeda yang mungkin memerlukan berbagai barang atau layanan. Filosofi manajemen pemasaran yang menekankan pada pelanggan merupakan landasan segmentasi pasar. Dengan menerapkan segmentasi pasar, kegiatan pemasaran dapat lebih terfokus, dan sumber daya pemasaran dapat digunakan dengan lebih efektif dan efisien (Sudartono, 2019). Dapat disimpulkan bahwa

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar yang lebih besar menjadi kelompok konsumen yang lebih kecil dengan karakteristik, kebutuhan, atau perilaku yang serupa. Dengan mengidentifikasi dan menargetkan segmen tertentu, bisnis dapat menyesuaikan produk, layanan, dan upaya pemasaran mereka dengan lebih baik untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi audiens target mereka.

Menurut Suprayanto dan Rosad (2015) Agar proses segmentasi pasar berhasil dan bermanfaat bagi perusahaan, ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi oleh setiap segmen pasar, yaitu :

- a. Berbeda (khas) menunjukkan bahwa segmen tersebut memiliki perbedaan dengan segmen lainnya dalam hal karakteristik dan kebiasaan pembelian.
- b. *Measurability* artinya daya beli setiap segmen harus bisa diukur pada suatu tingkat tertentu, meskipun ada beberapa variabel yang akan sulit diukur.
- c. Sejauh mana khalayak dapat dilayani dan dijangkau secara efektif diukur dengan aksesibilitas.
- d. Berarti (*substantiality*) suatu kelompok akan pantas disebut segmen apabila cukup besar dan atau cukup menguntungkan.
- e. Layak (*feasibility*) menunjukkan seberapa jauh program-program efektif dapat disusun untuk menarik minat segmen.
- f. Dapat memberi keuntungan (*Profitable*) yaitu bahwa segmen pasar yang dituju dapat memberikan keuntungan secara finansial buat perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut Kotler (2008) variabel utama untuk melakukan segmentasi pasar antara lain :

- a. Segmentasi berdasarkan geografis
Dengan mengelompokkan pelanggan ke dalam segmen pasar berdasarkan skala regional atau lokasi geografis, yang dapat dibedakan berdasarkan negara, wilayah, iklim, kota atau desa, dan lingkungan, segmentasi pasar ini dilakukan.
- b. Segmentasi berdasarkan demografis
Pasar dibagi menjadi beberapa kelompok menggunakan segmentasi demografis berdasarkan faktor-faktor seperti usia, jenis kelamin, generasi, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, dan kebangsaan.
- c. Segmentasi berdasarkan psikografis
Segmentasi Psikografis pembeli dibagi kedalam kelompok-kelompok yang berbeda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, atau karakter kepribadian
- d. Segmentasi berdasarkan perilaku
Pasar dibagi menjadi beberapa kelompok dengan menggunakan segmentasi perilaku berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan produk, atau respon konsumen.

2. Posisi Pasar

Langkah selanjutnya, setelah mengidentifikasi target pasar, adalah mengevaluasi posisi perusahaan dalam kaitannya dengan para pesaingnya. Karena perusahaan terkadang menawarkan produk dan layanan serupa, maka bagaimana suatu merek memposisikan dirinya di mata pelanggannya sangatlah penting. Penentuan posisi pasar memungkinkan untuk memengaruhi persepsi konsumen terhadap merek suatu bisnis sehingga menonjol dalam persaingan. Memahami apa itu positioning pasar dapat membantu

menjadikan bisnis lebih sukses dan meningkatkan reputasi bisnis.

Strategi untuk mendapatkan kepercayaan, keyakinan, dan kompetensi pelanggan disebut *positioning*. Dari perspektif pemasaran, posisi pasar yang diinginkan perusahaan ditentukan oleh suara konsumen. Di sisi lain, produk unik yang memenuhi kebutuhan pelanggan sangat penting bagi bisnis untuk mendapatkan kondisi yang menguntungkan. (Wijatno, 2009). Menurut Susetyarsi (2011) *positioning* adalah *the strategy to lead your customer credible* (upaya untuk membangun dan mendapatkan kepercayaan pelanggan). Dengan kata lain, *positioning* perusahaan merupakan janji kepada pelanggan yang harus ditepati.

Penentuan posisi pasar menawarkan beberapa manfaat bagi bisnis termasuk peningkatan pengenalan merek. Merek yang diposisikan dengan baik kemungkinan besar akan dikenali dan diingat oleh calon pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kesadaran merek dan loyalitas pelanggan. Menurut Hermawan dan Syakir (2006), ada empat hal penting untuk membangun *positioning* yang tepat yaitu :

- a. *Positioning* Pelanggan harus menganggapnya positif dan sebagai alasan untuk membeli produk atau jasa.
- b. *Positioning* harus mencerminkan aset dan keunggulan organisasi
- c. Untuk membedakan dirinya dengan mudah dari pesaing, *positioning* harus berbeda.
- d. *Positioning* harus bertahan lama dan selalu relevan dengan perubahan lingkungan bisnis yang berbeda-beda.

E. Strategi Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran dengan berbagai area fokus yang dapat digabungkan untuk menciptakan strategi yang mencakup semua hal. menurut Kotler dan Keller dalam bukunya *Marketing Management* (2012), mendefinisikan bauran pemasaran sebagai seperangkat alat yang digunakan perusahaan untuk mencapai pasar sasarnya dan mencapai tujuan pemasarannya. Suatu bisnis atau individu harus memiliki bauran pemasaran yang kuat agar dapat mempertahankan pangsa pasar yang stabil sesuai dengan harapan perusahaan. (Hidayah, 2021). Bauran pemasaran klasik, yang ditetapkan oleh Profesor Pemasaran di Universitas Harvard, Prof. James Culliton pada tahun 1948 dan diperluas oleh Jerome McCarthy, menggabungkan Produk, Harga, Penempatan, dan Promosi ke dalam teori pemasaran yang penting bagi industri untuk lebih dari 70 tahun. Sejak saat itu, teori ini diperluas menjadi 7 P dalam pemasaran. Yaitu: *Product, Price, Promotion, Place, People, Packaging, and Process*.

1. Produk

Titik fokus lain di antara elemen bauran pemasaran adalah produk atau layanan. Produk atau layanan harus memenuhi kebutuhan untuk jenis pelanggan tertentu dan dalam beberapa hal harus berbeda dari apa yang ditawarkan pesaing. Hal ini dapat berupa bagaimana suatu produk dibuat atau bagaimana suatu layanan dikemas, namun hal tersebut harus menonjol dari yang lain sambil menawarkan solusi terhadap kebutuhan pelanggan.

2. Harga

Titik harga suatu produk merupakan faktor pendorong utama dalam bauran pemasaran. Para pelaku bisnis

berupaya menjadikan produk mereka terjangkau dan dapat diakses oleh sebanyak mungkin orang, atau menaikkan harga dan kualitas sebagai pilihan premium. Menentukan harga suatu barang akan mempengaruhi kuantitas transaksi dan produktivitas organisasi pada umumnya.

3. Promosi

Mempromosikan produk atau layanan secara efektif memerlukan riset pasar yang ekstensif mengenai saluran dan alat yang paling efektif untuk memperoleh tanggapan positif konsumen.

4. Tempat

Tempat menentukan model distribusi dan akan memainkan peran besar dalam bauran pemasaran. Di zaman sekarang tempat pemasaran bukan hanya toko secara fisik, tapi mulai merambah di media-media online, seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Instagram, TikTok Shop, dan lain-lain. Meskipun pemasaran digital akan menguntungkan toko online dan toko fisik, toko online memerlukan strategi yang berbeda.

5. Orang

Sebagai titik kontak dengan calon pembeli, pelatihan, perilaku, dan penampilan karyawan semuanya berkontribusi terhadap pesan merek dan konsistensi pemasaran. Hal ini berlaku mulai dari konter penjualan hingga manajer pemasaran. Perekrutan, pengembangan profesional, dan keterampilan staf mendorong strategi pemasaran. Karyawan adalah bagian penting dari persepsi publik perusahaan Anda, yang dapat diperkuat atau diubah citranya oleh bauran pemasaran.

6. Pengemasan

Pengemasan produk biasanya menekankan bukti fisik di samping tata letak toko, suasana, dan papan penanda. Sebuah toko dengan tampilan yang menarik dengan warna-warna menarik dan tanda-tanda yang jelas meningkatkan daya tariknya secara umum bagi pelanggan. Sedangkan untuk penjualan online, kemasan produk dan desain website akan menjadi bukti fisik yang ditunjukkan kepada calon konsumen. Kedua faktor tersebut akan mempengaruhi penilaian mereka terhadap kualitas penawaran dan merek Anda

7. Proses

Proses melibatkan bagaimana pesanan dipenuhi dan dengan siapa pelanggan berbicara selama transaksi. Ketika sebuah perusahaan berfokus pada standarisasi satu produk populer atau penyesuaian dan personalisasi proses penjualan, pesan pemasaran dan alat yang dibutuhkan kemungkinan besar akan berubah.



Gambar 3. 1. Aspek Bauran Pasar

F. Cara Mengestimasi Pasar

Mayoritas bisnis menganggap gagasan memperkirakan pasar mudah dipahami namun menantang untuk diterapkan. Bahkan sebelum mereka sampai pada analisis data dan dampak penelitian mereka, banyak orang terjebak dalam menetapkan batasan atau mendefinisikan pasar. Perkiraan pasar dapat memberikan jawaban strategis atas pertanyaan mengenai jumlah investasi pada perusahaan dan target pertumbuhan yang menguntungkan. Estimasi pasar relevan dengan strategi bisnis dan pengambilan keputusan karena estimasi tersebut juga dapat memberikan pemahaman ringkas tentang peluang pasar potensial dalam hal volume atau nilai. Menurut Purnomo et al., (2017) Mayoritas bisnis menganggap gagasan memperkirakan pasar mudah dipahami namun menantang untuk diterapkan. Bahkan sebelum mendapatkan datanya, banyak orang terjebak dalam menetapkan batasan atau mendefinisikan pasar. Penelitian diperlukan untuk menentukan ukuran pasar aktual, potensi dasar, dan total pasar di suatu wilayah. Data dapat dikumpulkan melalui metode yang relevan seperti survei dan kuesioner atau data sekunder dari berbagai sumber. Kemudian, pemeriksaan dapat dilakukan untuk mengetahui pasar asli dan potensial dengan menggunakan strategi seperti teknik penilaian, investigasi, dan penelitian. Berikut empat langkah dalam mengestimasi pasar :

1. Tentukan target pasar

Hal pertama yang harus selalu Anda lakukan saat memperkirakan pasar adalah mengidentifikasi target audiens Anda. Penting untuk tidak mengubah target pasar yang Anda temukan dengan mengumpulkan data.

2. Melakukan penelitian

Penelitian sekunder atau penelitian pustaka mencari data yang ada dan merupakan bentuk penelitian yang paling umum digunakan dalam jenis hal ini karena lebih cepat diperoleh dan oleh karena itu biasanya lebih hemat biaya. Melalui pencarian web secara umum, banyak informasi dapat ditemukan dengan sedikit atau tanpa biaya. Penelitian berbasis langganan atau sindikasi adalah awal yang baik, tetapi ada juga sumber gratis yang berisi informasi berharga. Artikel tentang perusahaan atau produk di pasar sasaran sering kali mengutip data dari sumber-sumber ini. Selain itu juga dapat memeriksa *whitepaper* dan pengumuman produk untuk informasi serupa. Perusahaan publik diharuskan berbagi informasi dalam laporan analis dan investor. Laporan triwulanan dan tahunan biasanya tersedia di situs web perusahaan ini. Selain itu, asosiasi perdagangan sering kali melakukan riset pasar dan mengumpulkan data industri.

3. Penataan data

Setelah informasi tren dikumpulkan, selanjutnya dapat mulai menyusun data berdasarkan kelompok atau tema. Tipologi adalah strategi analisis data kualitatif untuk mengelompokkan temuan ke dalam kategori berbeda untuk mengidentifikasi tema data.

4. Menganalisis data

Seperti disebutkan di atas, seringkali perlu untuk mengembangkan beberapa perkiraan dengan menggunakan pendekatan atau sumber yang berbeda. Dalam menganalisis data, dapat menggunakan metode triangulasi. Dalam konteks penelitian, triangulasi merupakan upaya untuk meningkatkan validitas wawancara atau observasi. Dengan melakukan hal ini,

kepercayaan terhadap estimasi pasar akan meningkat. Jika pendekatannya sangat berbeda, penelitian tambahan diperlukan untuk mengurangi risiko dan direkomendasikan untuk mempersempit kisaran estimasi pasar.

G. Ringkasan

1. Saat memulai bisnis, aspek pasar dan pemasaran sangat penting dalam menentukan ukuran pasar, pertumbuhan permintaan, dan pangsa pasar produk.
2. Tujuan pemasaran meliputi meningkatkan penjualan dan keuntungan, menciptakan brand tersendiri, memperkenalkan produk atau layanan baru, mengetahui permintaan dan keinginan pelanggan, dan mengetahui kepuasan pelanggan.
3. Secara umum, pasar merupakan sarana bagi konsumen dan produsen untuk memenuhi kepentingannya, sumber informasi bagi pelaku ekonomi, dan sarana untuk membahagiakan konsumen dan produsen. Selain itu, ini berfungsi sebagai tempat bertemunya konsumen dan penjual di lokasi tertentu.
4. Tindakan memperkenalkan suatu barang atau jasa kepada masyarakat umum dengan tujuan memperoleh keuntungan yang besar disebut dengan pemasaran.
5. Segmentasi berbasis geografis, segmentasi berbasis demografi, segmentasi berbasis psikografis, dan segmentasi berbasis perilaku merupakan empat variabel dalam segmentasi pasar.
6. Dalam membangun posisi pasar dimulai dengan posisi pasar harus dipersepsikan positif, mencerminkan keunggulan produk, unik dan berkelanjutan serta relevan.

7. Bauran pemasaran suatu perusahaan adalah kumpulan alat pemasaran yang digunakan untuk mencapai pasar sasarannya.
8. Strategi bauran pemasaran yang penting bagi industry yakni *Product, Price, Promotion, Place, People, Packaging, and Process*.
9. Langkah pertama dalam memperkirakan pasar adalah penelitian. Data dapat dikumpulkan melalui metode yang relevan seperti survei dan kuesioner atau data sekunder dari berbagai sumber. Kemudian, metode seperti penelitian, eksperimen, dan survei dapat digunakan untuk melakukan penelitian guna mempelajari lebih lanjut tentang pasar saat ini dan pasar potensial.

H. Evaluasi

1. Buatlah analisis strategi pemasaran dari produk-produk yang anda gunakan!
2. Buatlah paper terkait dengan startegi pemasaran yang diterapkan dari perusahaan-perusahaan multinasioanl (contoh : PT Fast Food Indonesia Tbk, PT GoTo Gojek Tokopedia, PT Goodyear Indonesia Tbk, PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk dan lain-lain)!

B A B 4

ASPEK KEUANGAN

TUJUAN INTRUKSIONAL

Setelah mempelajari bab ini, diharapkan pembaca mampu:

- A. Menjelaskan Pengertian Aspek Keuangan
- B. Menguraikan Sumber-Sumber Dana
- C. Menjelaskan Biaya Kebutuhan Investasi
- D. Menjelaskan Pengertian Arus Kas (*Cash flow*)
- E. Menguraikan Kriteria Penilaian Investasi
- F. Menguraikan Rasio Keuangan
- G. Proyeksi Neraca Dan Laporan Laba/Rugi
- H. Pengukuran Dengan Rasio Keuangan

A. Pengertian Aspek Keuangan

Terlepas dari kemampuan lain yang dibutuhkan, investasi di berbagai macam bidang usaha mutlak membutuhkan modal(uang) dalam jumlah tertentu. Dana yang akan digunakan untuk membiayai suatu usaha/ bisnis, akan di mulai dari biaya pra investasi dalam aktiva tetap, hingga modal kerja.

Biaya- biaya yang awalnya digunakan untuk mendanai biaya pra- investasi antara lain pengurusan dokumen hukum, penerbitan izin, dan pembuatan kajian bisnis. Pemenuhan pembelian aset tetap seperti tanah, kendaraan, bangunan, mesin- mesin yang diperlukan, dan aset tetap lainnya ialah tentang berikutnya yang harus dikeluarkan setelah melakukan pra- investasi. Modal juga digunakan untuk pengeluaran operasional, seperti pengeluaran gaji, bahan baku, dan biaya operasional lainnya, pada saat usaha dijalankan. Biaya- biaya ini merupakan tambahan untuk pra- investasi dan pembelian aset tetap. Jenis bisnis yang akan Anda jalani akan menentukan berapa banyak uang yang perlu anda investasikan. Sebelum melakukan investasi perlu dilakukan perhitungan mengenai besar kecilnya investasi tersebut.

Untuk memenuhi kebutuhan investasi, modal dapat diperoleh dari berbagai sumber pendanaan yang ada. Untuk mendapatkan uang yang diperlukan, Anda dapat menggunakan modal pinjaman(modal asing) maupun modal sendiri. Tujuan penggunaan setiap modal, durasi, dan jumlah modal yang diinginkan Perusahaan semuanya berperan dalam penggunaan modal tersebut. Masing- masing modal mempunyai kelebihan dan kekurangan. Biaya, waktu, persyaratan, dan jumlah yang dapat dipenuhi adalah contohnya.

Dalam praktiknya, suatu perusahaan memperoleh pendanaan dari gabungan modal sendiri dan modal pinjaman(dari pihak luar). Tidak cuma itu, investor tidak selalu memiliki kepercayaan penuh terhadap bisnis baru karna masih banyak faktor yang perlu dipertimbangkan sebelum melakukan kerjasama.

Pertumbuhan modal selama jangka waktu yang telah ditentukan merupakan pertimbangan paling signifikan ketika memperoleh modal. Tingkat pengembalian ini ditentukan oleh kesepakatan dan estimasi keuntungan di masa depan. Selisih antara pendapatan dan pengeluaran selama periode waktu tertentu digunakan untuk menghitung estimasi keuntungan. Besar kecilnya uang yang dikembalikan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya keuntungan. Oleh karena itu, sebelum menjalankan bisnis, penting untuk memperkirakan pemasukan dan pengeluaran.

Guna memperkirakan pendapatan di masa depan, diperlukan perhitungan yang cermat untuk membandingkan data serta data yang tersedia sebelumnya. Demikian pula perkiraan biaya yang akan dikeluarkan selama periode waktu tertentu perlu dibuat sedetail mungkin, termasuk jenis biaya yang hendak dikeluarkan. Tentu saja, asumsi- asumsi tertentu digunakan dalam semua ini, yang pada akhirnya akan tercermin dalam arus kas bisnis sepanjang periode bisnis berlangsung.

Setelah arus kas perusahaan ditetapkan, kelayakan suatu investasi dievaluasi. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah investasi ini dapat dicapai secara finansial. Instrumen untuk mengukur kriteria digunakan untuk menentukan kelayakan suatu usaha investasi dapat

dilakukan melalui pendekatan Payback Periode(PP), Profitability Index(PI), dan Break Even Point(BEP).

Evaluasi juga dapat dilakukan dengan menggunakan laporan keuangan perusahaan, khususnya untuk usaha-usaha yang sudah ada dan ingin memperluas atau melanjutkan usahanya. Neraca dan laporan laba/ rugi untuk beberapa periode biasanya merupakan laporan keuangan yang dianalisis. Prosedur penilaian yang digunakan adalah dengan menggunakan rasio- rasio keuangan tertentu seperti rasio likuiditas, rasio lavarage, rasio aktivitas, rasio rentabilitas, serta rasio keuangan lainnya.

Akibatnya, aspek keuangan digunakan buat menilai keuangan bisnis secara keseluruhan. Karena dengan jelas menunjukkan hal- hal yang berkaitan dengan keuntungan perusahaan, maka aspek ini menjadi salah satu aspek yang sangat penting untuk diselidiki kelayakannya. Faktanya, beberapa pengusaha percaya bahwa ini adalah aspek yang paling penting untuk dianalisis. Aspek ini sama pentingnya dengan aspek lainnya.

Secara totalitas evaluasi dalam aspek kehidupan meliputi hal- hal semacam:

1. Sumber- sumber dana yang hendak didapatkan;
2. Kebutuhan biaya investasi;
3. Bayaran investasi serta pemasukan sepanjang sebagian periode, tercantum tipe serta jumlah bayaran yang hendak dikeluarkan sepanjang usia investasi;
4. Proyeksi neraca serta laporan laba/ rugi buat tahun kedepannya;
5. Kriteria evaluasi investasi;
6. Rasio keuangan digunakan buat mengevaluasi hingga sepanjang mana keahlian industri.

B. Sumber- Sumber Dana

Kerap kali, beberapa besar uang diperlukan untuk mendanai kegiatan investasi. Mencari pendanaan dapat dicoba dari bermacam data serta sumber yang terdapat, baik itu datang dari modal sendiri, ataupun datang dari modal pinjaman, ataupun dari kedua-duanya. Kamu memiliki opsi buat memakai modal pinjaman, modal sendiri, ataupun campuran keduanya. bergantung pada kebijakan owner usaha serta jumlah modal yang diperlukan. Keuntungan serta kerugian memakai salah satu tipe modal ataupun kedua tipe modal wajib jadi salah satunya fokus pertimbangan.

Dalam prakteknya kebutuhan modal buat melaksanakan investasi terdiri dari 2 berbagai:

1. Modal investasi

Modal investasi umumnya diperoleh dari pinjaman jangka panjang(lebih dari satu tahun), serta digunakan buat membeli peninggalan senantiasa semacam tanah, bangunan, mesin, serta inventaris.

2. Modal kerja

Modal kerja merupakan modal yang digunakan buat membiayai operasional sesuatu bisnis/ usaha pada saat lagi melaksanakan usahanya. Modal kerja cuma digunakan buat waktu yang pendek, umumnya sepanjang satu ataupun lebih siklus pembedahan industri. Pembelian bahan baku, pendapatan karyawan, bayaran pemeliharaan, serta pengeluaran yang lain ditutupi oleh modal kerja.

Jelaslah kalau kedua pemakaian modal—modal kerja serta modal investasi—adalah berbeda. Adapaun dilihat dari sumber asalnya, modal dipecah jadi 2 berbagai ialah:

1. Modal asing(Modal pinjaman)

Modal yang diperoleh lewat pinjaman disebut modal asing. Hendak terdapat bayaran bisnis yang terpaut dengan pemakaian modal pinjaman buat membiayai bisnis, tercantum biaya administrasi, bayaran komisi, serta suku bunga yang relatif besar. Pinjaman tersebut setelah itu wajib dilunasi dalam jangka waktu yang sudah ditetapkan, sebagaimana diatur dalam perjanjian lebih dahulu. Tidak hanya itu, mendapatkan modal asing relatif susah sebab ketatnya persyaratan yang diberlakukan oleh kebijakan owner dana.

Modal pinjaman mempunyai kelebihan yaitu tersedia dalam jumlah besar dan jumlahnya relatif tidak terbatas. Selain itu, manajemen biasanya termotivasi untuk benar-benar menggarap usaha yang dijalankannya ketika modal pinjaman digunakan. Sebab, modalnya harus dikembalikan. basis anggaran dari modal asing bisa didapat antara lain:

- a. Pinjaman yang diperoleh dari dunia perbankan
- b. Pinjaman yang diperoleh dari Badan finansial semacam asuransi, leasing, dan Badan finansial yang lain.
- c. Pinjaman yang diperoleh dari Industri non- bank

1. Modal Sendiri

Modal sendiri merupakan modal yang didapat industri dari pemiliknya dengan menghasilkan saham, baik dengan cara individu ataupun khalayak. Sebutan“ tertutup” cuma merujuk pada golongan dalam owner saham lebih dahulu. Sedangkan itu, sahamnya dijual pada warga dengan cara totalitas.

Saat membiayai bisnis dengan uang Anda sendiri, tidak ada biaya bunga seperti pada modal pinjaman.

Dividen adalah satu-satunya kewajiban perusahaan. Jika perusahaan mendapat untung, maka dividen dibagikan, dan besarnya dividen ditentukan oleh laba tersebut. Setelah itu, tidak perlu mengembalikan modal yang digunakan. Hanya ada beberapa kelemahan dalam menggunakan uang Anda sendiri, dan menemukannya tidaklah terlalu sulit.

Akuisisi anggaran dari modal sendiri umumnya berawal dari sebagai berikut:

- a. Bayaran dari pemegang saham,;
- b. dari persediaan keuntungan; atau
- c. dari keuntungan yang belum dipecah.

C. Bayaran keperluan Investasi

Pemodalan merupakan pemodalan pada suatu yang sudah terdapat semenjak lama di berbagai bidang usaha. Seringkali waktu durasi pemodalan lebih dari satu tahun serta beberapa besar dipakai buat membeli asset.

Bermacam rupa pendanaan dipakai guna mendapatkan aset bidang usaha bernilai. Kerap kali, aset-aset ini menggambarkan aset tetap yang wajib diatur oleh bidang usaha dari mula sampai akhir. Oleh sebab itu, kita wajib memastikan terlebih dulu pengeluaran pemodalan saat sebelum melaksanakan pemodalan. Bermacam kepentingan terpaut penanaman modal dibeli mengenai kepentingan penanaman modal.

Umumnya bagian pengeluaran pemodalan dicocokkan dengan tipe upaya yang hendak dijalani. Dengan cara garis besar pengeluaran keinginan pemodalan mencakup:

1. Pengeluaran prainvestasi;
2. Pengeluaran aktiva tetap; dan
3. Pengeluaran operasi.

Secara umum bagian anggaran kepentingan pemodalannya yakni sebagai berikut:

1. Pengeluaran pra investasi terdiri dari:
 - a. Biaya pembuatan studi.
 - b. Biaya pengurusan izin-izin.
2. Biaya pembelian aktiva tetap seperti:
 - a. Aktiva tetap berwujud antara lain:

- Tanah;	- Inventaris
- Mesin-mesin;	kantor; dan
- Bangunan;	- Aktiva
- Peralatan;	berwujud
	lainnya.
 - b. Aktiva tetap tidak berwujud antara lain:

- Good will;	- Lisensi; dan
- Hak cipta;	- Merek dagang.
3. Biaya operasional yang terdiri dari:

a. Gaji dan upah karyawan;	e. Tax;
b. Biaya Listrik;	f. Premi asuransi;
c. Biaya telepon dan air;	g. Biaya pemasaran; dan
d. Biaya pemeliharaan;	h. Biaya-biaya lainnya.

Modal sendiri, modal pinjaman, atau gabungan keduanya dapat dimanfaatkan sebagai sumber pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan suatu investasi. Pinjaman jangka panjang biasanya menyediakan pembiayaan untuk perolehan aset tetap. Hal ini dikarenakan pelunasan pinjaman dapat dilakukan dalam jangka panjang karena aktiva tetap digunakan dalam jangka waktu yang relatif

lama. Biasanya, pinjaman jangka pendek digunakan untuk biaya operasional.

Contoh kasus ini akan mampu memberikan Gambaran mengenai biaya kebutuhan investasu yang dikeluarkan jika ingin membuat suatu usaha (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) di Jalan Prof. Baharuddin Lopa, S.H.)

1. Biaya Pra-Investasi	Rp 300.000.000
2. Pembelian Aktiva Tetap	
a. Biaya pembelian tanah untuk lokasi SPBU (2.500 m)	Rp 4.000.000.000
b. Biaya bangunan dan prasarananya	
- Bangunan 1 buah Kios untuk penjualan 3 buah	Rp 25.000.000
- Bangunan gudang 1 buah Ruang Sholat1 buah	Rp 50.000.000
- Toilet 2 buah	Rp 18.000.000
- Bangunan genset 1 buah	Rp 14.000.000
- Jalan dan Lampu	Rp 7.000.000
- Pagar dan taman	Rp 100.000.000
Signboard Pertamina 2 buah	Rp 40.000.000
- Mobil 2 buah	Rp 9.000.000
- Motor 3 buah	Rp 14.000.000
- Sarana dan perlengkapan lainnya	Rp 400.000.000
c. Biaya pembelian peralatan	Rp 60.000.000
- Tangki pendam 3 buah Pompa BBM 4 buah	Rp 30.000.000
- Listrik PLN 9.500 wat	Rp 240.000.000
Mesin diesel 2 buah	Rp 210.000.000
	Rp 17.000.000
	Rp 45.000.000

- Pemadam api	Rp 37.000.000
d. Inventaris kantor	
- Meja 2 buah	Rp 1.200.000
- Kursi 4 buah	Rp 1.000.000
- Lemari dan rak 2 buah	Rp 2.000.000
- Komputer 3 buah	Rp 12.300.000
- Telepon 1 buah	Rp 750.000
- Mesin fax 1 buah	Rp 900.000
Jumlah kebutuhan Investasi	Rp 5.634.150.000
Dana yang tersedia (modal sendiri)	Rp 3.500.000.000
Dana Pinjaman	Rp 2.134.150.000

Secara garis besar kebutuhan investasi digambarkan sebagai berikut:

Tabel 4. 1. Kebutuhan Investasi untuk SPBU

No	Kebutuhan Investasi	Jumlah Rupiah
1.	Biaya Pra-Investasi	Rp 300.000.000
2.	Biaya pembelian tanah untuk lokasi SPBU	Rp 4.000.000.000
3.	Biaya sarana dan bangunan	Rp 767.000.000
4.	Biaya pembelian peralatan	Rp 549.000.000
5.	Inventaris kantor	Rp 18.150.000
	Jumlah kebutuhan dana	Rp 5.634.150.000
	Dana sendiri	Rp 3.500.000.000
	Dana pinjaman bank	Rp 2.134.150.000

D. Arus Kas (*Cash Flow*)

Arus kas merupakan julukan lain dari informasi arus kas. Informasi arus kas merupakan tipe analisa finansial yang mempelajari tiap pengeluaran serta pemasukan buat memastikan apakah hadapi peningkatan ataupun penyusutan. Bagian penting dari arus kas merupakan uang masuk serta uang keluar. Sebutan " arus kas keluar" merujuk pada pergerakan anggaran.

Uang masuk ataupun pangkal pemasukan dapat diterima dari banyak perihal, misalnya pendapatan, profit upaya, hasil pemodalan, passive income, serta lain serupanya. Sebaliknya uang yang keluar ataupun dikeluarkan dipakai buat bermacam kebutuhan, misalnya penuhi keinginan utama, melunasi pajak, melunasi karyawan, melunaskan pinjaman, serta sejenisnya.

Bila besaran uang masuk ataupun pendapatan lebih besar, hingga informasi finansial membuktikan arus kas positif. Kebalikannya, bila pengeluaran lebih besar dari pemasukan, hingga bisa ditentukan arus kas minus. Perihal ini yang wajib dicermati dalam suatu usaha. Tipe pendapatan serta pengeluaran dalam cash flow. Ada sebagian tipe pemasukan serta pengeluaran, antara lain:

Jenis Pemasukan

Tipe pemasukan, yang tercantum pendapatan dalam cash flow merupakan pendapatan aktif, pendapatan investasi, serta pendapatan pasif

1. Pendapatan aktif

Pangkal penting pemasukan senantiasa yang diperoleh merupakan pemasukan aktif. Selanjutnya ilustrasinya: pendapatan, profit upaya, honor, tambahan, serta THR(Bantuan Hari Raya).

2. Pendapatan investasi

Pemasukan sambilan dari pemodalan semacam reksa anggaran, saham, simpanan, sukuk, serta pemasaran properti diucap pemasukan pemodalan.

5. Pendapatan pasif

Yang diartikan dengan“ pemasukan pasif” merupakan pemasukan dari harta yang dipunyai dimana uang bertugas tanpa butuh menghasilkan upaya buat memperolehnya. Pemasukan otomatis yang kesekian semacam pengurusan uang. Misalnya, profit carter rumah serta pembayaran bayaran novel ataupun musik.

Jenis pengeluaran

Sementara, jenis pengeluaran cash flow adalah pengeluaran tetap, pengeluaran tak terhindar, pengeluaran tambahan dan tabungan.

1. Pengeluaran tetap yang wajib dibayarkan

Jika biaya-biaya ini tidak ditanggung, akan ada konsekuensinya. misalnya, biaya sekolah, asuransi, hipotek, dan pajak.

2. Pengeluaran yang tidak terhindarkan

Kategori pengeluaran ini digunakan untuk membayar kebutuhan untuk keberlanjutan hidup. Makanan, transportasi, pulsa dan paket internet, listrik, air, dan alokasi serupa lainnya adalah contohnya.

3. Pengeluaran tambahan

Pengeluaran tambahan adalah jenis pengeluaran untuk kebutuhan konsumtif. Contohnya nongkrong di cafe, belanja pakaian, dan sejenisnya.

4. Tabungan

Salah satu jenis pengeluaran yang sebaiknya disimpan dan ditarik di kemudian hari adalah tabungan. seperti tabungan bank, investasi, deposito, dan sebagainya.

Dalam arus kas, semua jenis dan jumlah data perkiraan pendapatan dan pengeluaran diestimasi untuk menggambarkan kondisi pendapatan dan pengeluaran di masa depan. Perkiraan berapa banyak uang yang akan dihasilkan dan berapa banyak yang akan dibelanjakan selama periode waktu tertentu disebut perkiraan pendapatan dan biaya. Lalu, pemasukan dan pengeluaran apa saja yang akan dilakukan, serta berapa besar pemasukan dan pengeluaran yang akan dilakukan untuk setiap posnya. Jumlah uang akhir yang diterima oleh bisnis pada akhirnya akan menunjukkan arus kas.

Dengan cara ini, pendapatan perusahaan adalah berapa banyak uang yang mengalir melalui bisnis antara saat proyek dibuat dan puncaknya. Untuk situasi ini, kekhawatiran mendasar para pendukung keuangan adalah berapa banyak uang bersih yang mereka peroleh dari memasukkan sumber daya ke dalam suatu organisasi. Pentingnya kas akhir bagi investor jika dibandingkan dengan laba yang diterima Perusahaan dikarenakan:

1. Kas diperlukan untuk memenuhi kebutuhan uang tunai sehari-hari
2. Kas digunakan untuk membayar semua kewajiban yang jatuh tempo
3. Kas juga digunakan untuk melakukan investasi Kembali.

Cara membuat *cash flow* usaha

Dalam bisnis, cash flow adalah salah satu hal yang bertujuan untuk membuat keuangan perusahaan stabil. Ini cara membuatnya:

1. Membuat catatan pengeluaran dan pemasukan perusahaan

Langkah awal pembuatan cash flow adalah dengan

membuat catatan pada setiap pengeluaran dan pemasukan perusahaan.

2. Menghitung kenaikan dan penurunan kas

Cobalah untuk mencari tahu seberapa besar kenaikan atau penurunan kas perusahaan setelah Anda memiliki catatan di buku kas. Anda dapat melihat neraca buku kas dan laporan arus kas untuk mengetahuinya.

3. Menghitung dan melaporkan kas bersih untuk aktivitas operasional

Tentu saja, ada berbagai aktivitas terkait bisnis yang memerlukan pendanaan tunai. Kas khusus dan kas operasional harus disimpan secara terpisah. Setelah itu, hitung jumlah kas bersih dan catat dalam laporan keuangan.

4. Menghitung dan melaporkan kas bersih untuk aktivitas investasi

Langkah ketiga mirip dengan metode ini. Dalam aktivitas investasi, Anda hanya melakukan perhitungan khusus dan melaporkan kas bersih. Pembelian dan penjualan aset merupakan contoh kegiatan investasi.

5. Menghitung dan melaporkan kas bersih untuk aktivitas pendanaan

Cara kelima mirip dengan cara sebelumnya, yaitu Anda membuat laporan tunai saja mengenai aktivitas yang berkaitan dengan pendanaan. Biasanya, uang ini digunakan untuk membayar pembiayaan wajib jangka panjang, seperti utang.

6. Menghitung secara total kas bersih dari ketiga aktivitas cash flow

Langkah terakhir pembuatan cash flow adalah menjumlahkan seluruh pengeluaran dan pemasukan kas bersih dari aktivitas operasional, investasi, dan pendanaan.

Jenis-jenis *cash flow* yang dikaitkan dengan suatu usaha terdiri dari:

1. *Initial cash flow* atau lebih dikenal kas awal yang merupakan pengeluaran pada awal periode untuk investasi. Contoh biaya pra investasi adalah pembelian gedung, tanah, modal kerja, mesin, peralatan.
2. *Operasional cash flow* merupakan kas yang diterima atau dikeluarkan pada saat operasi usaha, seperti penghasilan yang diterima dan pengeluaran yang dikeluarkan pada suatu periode.
3. *Terminal cash flow* merupakan uang kas yang diterima pada saat usaha tersebut berakhir.

Contoh untuk menghitung operasional arus kas masuk
PT Anugrah Jaya bermaksud mendirikan pabrik dengan nilai investasi senilai Rp 200.000.000,-. Seluruhnya dengan modal sendiri. Umur ekonomis 2 tahun dan disusutkan dengan metode garis lurus tanpa nilai sisa (residu). Perkiraan pendapatan per tahun adalah Rp 300.000.000,-. Biaya per tahun adalah Rp 100.000.000,- (belum termasuk penyusutan) dikenakan pajak 40%.

Pertanyaan:

Berapa kas bersih (proceed) yang diterima pada akhir tahun?

Jawab:

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Investasi}}{\text{Umur Ekonomis}} = \frac{200.000.000}{2 \text{ tahun}}$$

Penyusutan = Rp 100.000.000,-/tahun

Sehingga estimasi laporan laba/rugi:

Pendapatan Rp 300.000.000,-

Biaya yang keluar

Total Biaya Rp 100.000.000,-

Penyusutan Rp 100.000.000,-

	Rp (200.000.000,-)
Laba sebelum pajak (EBT)	Rp 100.000.000,-
Pajak 40% (Rp 100.000.000,-)	<u>Rp</u>
<u>(40.000.000,-)</u>	

Laba setelah pajak (EAT)	Rp 60.000.000,-
---------------------------------	-----------------

Rumus aliran kas masuk ini digunakan apabila investasi dilakukan dengan 100% modal sendiri, artinya tanpa modal pinjaman, sehingga aliran kas masuk dari contoh diatas dapat dihitung sebagai berikut:

Aliran kas masuk bersih = EAT + Penyusutan

Aliran kas masuk bersih = Rp 60.000.000,- + Rp 100.000.000

= Rp 160.00.000,-

Catatan:

Earning Before Tax (EBT) atau laba sebelum pajak

Earning After Tax (EAT) atau laba setelah pajak

Contoh untuk menghitung operasional arus kas masuk dengan modal sendiri dan modal pinjaman:

PT Anugrah Jaya bermaksud mendirikan pabrik dengan nilai investasi senilai Rp 200.000.000,-. 30% dari nilai investasi merupakan modal pinjaman dengan bunga 10% per tahun. Umur ekonomis 2 tahun dan disusutkan dengan metode garis lurus tanpa nilai sisa. Perkiraan pendapatan adalah

Rp 300.000.000,-. Biaya Rp 100.000.000,- (belum termasuk penyusutan) dikenakan pajak 40%.

Pertanyaan:

Berapa kas bersih (*proceed*) yang diterima pada akhir tahun?

Jawab:

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Investasi}}{\text{Umur Ekonomis}} = \frac{200.000.000}{2 \text{ tahun}}$$

$$\text{Penyusutan} = \text{Rp } 100.000.000,-/\text{tahun}$$

Kebutuhan investasi = Rp 200.000.000,-

Besarnya modal pinjaman = 30% dari nilai investasi

$$\text{Modal pinjaman} = 30\% \times \text{Rp } 200.000.000,- = \text{Rp } 60.000.000,-$$

$$\text{Bunga bank} = 10\% \times \text{Rp } 60.000.000,- = \text{Rp } 6.000.000,-$$

Sehingga estimasi laporan laba/rugi dapat dibuat sebagai berikut:

Pendapatan Rp 300.000.000,-

Biaya yang keluar

Total biaya Rp 100.000.000,-

Penyusutan Rp 100.000.000,-

Rp (200.000.000,-)

Laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) Rp 100.000.000,-

Bunga pinjaman bank Rp (6.000.000,-)

Lab sebelum pajak (EBT) Rp 94.000.000,-

Pajak 40% (Rp 94.000.000,-) Rp (37.600.000,-)

Laba setelah pajak dan bunga (EAIT) Rp 56.400.000,-

Rumusan aliran kas masuk jika menggunakan modal pinjaman adalah:

Kas masuk bersih = EAIT + Penyusutan + Bunga (1-tax)

Sehingga aliran kas masuk adalah:

$$= \text{Rp } 56.400.000 + \text{Rp } 100.000.000 + \text{Rp } 6.000.000 (1-0,1)$$

$$= \text{Rp } 56.400.000 + \text{Rp } 100.000.000 + \text{Rp } 5.400.000$$

$$= \text{Rp } 161.800.000,-$$

Catatan:

Earning Before Interest and Tax (EBIT) atau laba sebelum bunga dan pajak.

Earning After Interest and Tax (EAT) atau laba setelah bunga dan pajak.

Dari kedua contoh diatas pertama murni menggunakan modal sendiri dan kedua Sebagian dengan modal pinjaman tetap menghasilkan kas masuk bersih yang sama sekalipun menggunakan rumus yang berbeda.

Contoh untuk mengetahui *terminal cash flow* sebagai berikut:

Diasumsikan bahwa investasi PT Anugrah Jaya akan memberikan nilai sisa (residu) atas aset yang dimilikinya pada akhir periode sebesar Rp 65.000.000,- dan ternyata pada akhir periode aset tersebut malah laku dijual seharga Rp70.000.000,- sehingga perusahaan memiliki kelebihan sebesar Rp5.000.000, jika diasumsikan kelebihan ini dikenakan pajak 12% atas kelebihan nilai jual, maka *terminal cash flow* dapat dihitung.

Pajak 12% x Rp 5.000.000 = Rp 600.000,-

Harga jual – nilai perolehan (setelah dipotong pajak)

Rp 70.000.000 – Rp 600.000 = Rp 69.400.000,-

Jadi *terminal cash flow* adalah Rp 69.400.000,-

E. Kriteria Penilaian Investasi

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, ada beberapa hal yang perlu dipikirkan ketika memutuskan apakah suatu investasi sehat atau tidak secara finansial. Nilai standar untuk bisnis yang serupa harus ditetapkan dengan membandingkan setiap evaluasi dengan rata-rata atau target yang telah ditetapkan sebelumnya.

Ada kelebihan dan kekurangan masing-masing pendekatan. Penilai harus menggunakan beberapa metode secara bersamaan ketika mengevaluasi suatu perusahaan. Diharapkan hasilnya akan lebih sempurna dan Anda dapat

menentukan strategi mana yang lebih unggul dan tepat untuk bisnis dengan menggunakan metode yang lebih banyak.

Adapun kriteria yang biasa digunakan untuk menentukan kelayakan suatu usaha atau investasi adalah:

1. *Payback Period (PP)*
2. *Average Rate of Return (ARR)*
3. *Net present value (NPV)*
4. *Internal rate of return (IRR)*
5. *Profitability index (PI)*
6. Serta berbagai Rasio Keuangan seperti rasio likuiditas, solvabilitas, aktivitas, dan provitabilitas. Penggunaan rasio keuangan ini sebaiknya digunakan atas pemberian pinjaman kepada usaha yang sudah pernah berjalan sebelumnya atau yang sedang berjalan.

F. Rasio-Rasio Keuangan

1. Pengertian Laporan keuangan

Laporan keuangan adalah laporan penting bagi sebuah organisasi, karena mereka benar-benar ingin bekerja dengan penilaian setiap pergerakan bisnis. Apalagi Perusahaan tersebut bukan hanya menggunakan modal sendiri tapi juga mendapatkan dari modal pinjaman(investor) maka laporan keuangan akan dijadikan penilaian bahwa Perusahaan tersebut dalam keadaan sehat *financial* atau tidak, serta berapa jumlah yang perlu dibiayai oleh kreditur.

Dalam praktiknya, setiap pelaku usaha bank dan non-bank akan melaporkan seluruh aktivitas keuangannya pada suatu titik (periode) tertentu. Pemilik, manajemen, dan pihak luar lainnya yang berkepentingan dengan laporan tersebut dapat mengakses data keuangan yang terdapat dalam laporan

keuangan ini. Laporan keuangan meliputi ekuitas (modal) yang dimiliki, kewajiban (hutang) yang dimiliki baik jangka panjang maupun jangka pendek, serta aset dan jenis kekayaan yang dimiliki. Neraca bisnis mencerminkan informasi yang dijelaskan di atas.

Laporan keuangan juga memuat hasil usaha perusahaan selama periode waktu tertentu serta biaya atau pengeluaran yang dikeluarkan untuk mencapainya. Laporan laba rugi akan mencakup data ini. Gambaran arus kas suatu perusahaan seperti yang digambarkan dalam laporan arus kas juga disajikan dalam laporan keuangan perusahaan.

Pembuatan masing-masing laporan keuangan memiliki tujuan tersendiri. Menurut Prastowo (2015:3) Dengan memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja, dan perubahan posisi keuangan perusahaan, laporan keuangan dimaksudkan untuk membantu banyak individu dalam mengambil keputusan keuangan. Secara umum tujuan pembuatan laporan keuangan suatu perusahaan sebagai berikut:

1. Mengetahui Informasi Aset

Laporan keuangan akan digunakan untuk mengetahui kekayaan suatu perusahaan atau bisnis. karena laporan ini bahkan memberikan penjelasan lengkap mengenai aset tersebut. Berapa banyak dari apa yang masih Anda miliki dan yang terbuang sia-sia.

2. Mengetahui Jumlah Modal

Modal memainkan peran penting dalam bisnis dan usaha ekonomi lainnya. Akibatnya, laporan keuangan akan menunjukkan hal ini sebagai salah satu aspek yang paling signifikan. Laporan tersebut akan berisi semua informasi yang diperlukan. Mengenai modal yang tersedia, dibutuhkan, dan digunakan.

3. Arus Kas

Selain itu, ini akan menunjukkan pengelolaan arus kas. Apakah masih tidak stabil, tidak mencukupi, atau bahkan berfungsi normal? Informasi arus kas mutlak diperlukan oleh setiap pelaku ekonomi.

4. Alat Pertanggung Jawaban Pihak manajemen

Salah satu alat yang digunakan untuk menjaga akuntabilitas manajemen adalah ini. karena laporan ini akan menjelaskan keadaan perusahaan dan sangat penting. Oleh karena itu, manajemen harus bertanggung jawab kepada pemegang saham, kreditor, dan pemilik.

5. Sebagai Alat Pertimbangan Pemilik Perusahaan

Meneliti hasil yang dituangkan dalam laporan keuangan merupakan salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan dalam mengambil tindakan terhadap suatu perusahaan selama suatu periode. Pemilik usaha nantinya akan memutuskan tujuan dan tindakan apa yang akan dilakukan pada periode berikutnya.

6. Pencapaian Target Manajemen

Padahal pembuatan dan pelaporan laporan ini merupakan tanggung jawab manajemen. Namun hal ini juga berkaitan dengan tujuan penggunaannya. dimana manajemen nantinya akan menentukan apakah tujuan mereka tercapai selama waktu tersebut. Apakah sudah sesuai dengan rencana yang sudah Anda buat? Kedepannya ini juga akan menjadi bahan evaluasi.

7. Alat Pertimbangan Bagi Pemegang Saham

Tentu saja, saham diperlukan sebagai modal untuk menjalankan suatu perusahaan atau usaha. Oleh karena itu, pemegang saham atau pemegang saham

yang berkontribusi berhak mengetahui perkembangan perusahaan. Di masa depan, pelaporan ini akan menjadi bahan pertimbangan mereka. di mana mereka akan memutuskan apakah akan tetap setia pada bisnis di masa depan atau tidak.

8. Bahan Evaluasi Kreditur

Laporan ini digunakan untuk tujuan evaluasi oleh pemegang saham dan juga pemilik. Hal ini juga akan digunakan sebagai alat evaluasi dan pertimbangan oleh kreditor. Kreditor mutlak diperlukan untuk dapat mengevaluasi kemudahan arus kas.

Memprediksi apakah keuangan yang ada akan berfungsi dengan baik dan cukup untuk menutupi angsuran pinjaman diatur oleh hal ini. Dengan asumsi detail yang terjadi di dalam organisasi tidak jelas, tentu saja bank tidak akan dengan mudah memberikan uang muka, atau sebaliknya jika pendapatan yang ada dipandang tidak sehat.

Kondisi keuangan suatu perusahaan akan digambarkan dalam laporan keuangan sehingga memudahkan dalam mengevaluasi kinerja manajemen. evaluasi efektivitas pengelolaan perusahaan. Acuan untuk menentukan berhasil atau tidaknya manajemen dalam menerapkan kebijakan perusahaan adalah penilaian kinerja manajemen.

Laporan keuangan digunakan untuk mengevaluasi usaha yang telah beroperasi selama beberapa tahun, yang berkaitan dengan studi kelayakan usaha. Tujuannya adalah untuk menentukan berapa banyak pembiayaan yang dibutuhkan dan apakah bisnis baru tersebut layak dilakukan. Kinerja manajemen masa lalu juga digambarkan dalam laporan keuangan ini, memberikan gambaran kinerja masa depan. Agar dapat

memberikan gambaran yang sebenarnya mengenai keadaan keuangan perusahaan, maka laporan yang disajikan akan dievaluasi dengan menggunakan rasio-rasio keuangan yang ada.

2. Pihak-Pihak Yang Berkepentingan

Dalam praktiknya, tujuan penyusunan laporan keuangan adalah untuk melayani kebutuhan lebih dari sekadar manajemen dan pemilik perusahaan. Masing-masing pihak mempunyai tujuan dan kepentingan masing-masing dalam hal laporan keuangan yang dihasilkan oleh bisnis.

Adapun pihak-pihak yang memiliki kepentingan terhadap laporan keuangan perusahaan sebagai berikut:

a. Kreditur

Pemberi dana atau pemberi pinjaman (lembaga keuangan) sangat tertarik dengan bisnis yang akan mereka dukung. Karena bank dan lembaga keuangan lainnya tidak ingin mengalami kerugian (seperti kredit macet), mereka perlu meneliti peluang bisnis di masa depan. Selain itu, bank juga perlu mewaspadai berapa banyak uang yang sebenarnya dibutuhkannya agar tidak terjadi pemborosan uang yang pada akhirnya akan membebani nasabah.

b. Pemegang Saham

Bagi pemegang saham yang juga pemilik bank, tujuan laporan keuangan bank adalah untuk mengamati perkembangan manajemen secara berkala. Kemajuan yang terlihat adalah kemampuan dalam memanfaatkan dan mengembangkan sumber daya yang dimiliki. Laporan ini juga memungkinkan pemilik untuk mengetahui sejauh mana perkembangan asetnya. Pemilik juga dapat menilai sejauh mana manajemen mengembangkan bisnis

banknya dari laporan ini. Pertama, pemilik akan dapat memperkirakan jumlah dividen yang akan diterimanya dengan laporan keuangan ini. Langkah kedua adalah menentukan kinerja pihak mana dalam menjalankannya.

c. Pemerintah

Pemerintah menggunakan laporan keuangan untuk menilai kejujuran perusahaan dalam melaporkan kegiatannya dan memahami tanggung jawab perusahaan terhadap negara, khususnya pajak.

d. Manajemen Laporan keuangan

Hal ini untuk mengevaluasi kinerja manajemen perusahaan dalam mencapai tujuan manajemen yang telah ditetapkan. Langkah kedua adalah mengevaluasi kinerja pengelolaan sumber daya manajemen. Perkembangan aset yang dimiliki dan peningkatan keuntungan yang diperoleh menjadi indikator keberhasilan tersebut. Pada akhirnya, laporan keuangan ini juga menjadi bahan evaluasi pemilik terhadap pemberian gaji dan jabatan para eksekutif serta mempercayakan pengurus untuk memimpin organisasi pada periode berikutnya.

e. Karyawan

Karyawan dapat mengetahui lebih lanjut keadaan keuangan perusahaan yang sebenarnya dengan menerima laporan keuangan. Mereka juga memahami tampilannya sejak mereka mengetahuinya. Akibatnya, mereka merasa terdorong untuk mengantisipasi kenaikan dan penurunan pembayaran kesejahteraan jika upaya mereka berhasil.

3. Jenis-Jenis Laporan Keuangan

Laporan keuangan yang disajikan harus mengikuti pedoman yang telah ditetapkan. Ini mengartikan bahwa laporan keuangan siap sesuai dengan prinsip yang telah ditentukan sebelumnya.

Dalam praktiknya jenis-jenis laporan keuangan yang ada sebagai berikut:

a. Neraca

Laporan yang merinci keadaan keuangan bisnis pada tanggal tertentu disebut neraca. Aset (aset) dan liabilitas (liabilitas dan ekuitas) suatu perusahaan disebut sebagai posisi keuangan. Rencana bagian yang belum ditentukan tergantung pada likuiditas dan jatuh tempo.

b. Laporan Laba/Rugi

Laporan keuangan yang merinci kinerja suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu adalah laporan laba rugi. Laporan ini menggambarkan berapa besar gaji dan jenis pendapatan serta berapa besar biaya dan jenis pengeluaran yang ditimbulkan.

c. Laporan Arus Kas

Laporan Arus Kas adalah laporan yang menunjukkan semua sudut pandang yang berkaitan dengan pelaksanaan organisasi, apakah mempengaruhi kas. Selama periode pelaporan, konsep kas harus dijadikan landasan laporan arus kas.

d. Laporan perubahan modal

Merupakan laporan yang berisi catatan terjadinya perubahan modal diperusahaan.

4. Bentuk-Bentuk Laporan Keuangan

Terdapat format berbeda untuk masing-masing laporan keuangan di atas. Tanpa menyalahgunakan peraturan apapun, laporan keuangan semacam ini

dibuat sesuai dengan keinginan para pengurus organisasi.

Berikut ini bentuk laporan keuangan yang umum yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku:

a. Laporan Keuangan Neraca

Dalam laporan keuangan merata terdapat tiga macam bentuk yaitu:

1) Bentuk skontro atau horizontal (*accountforih*)

Neraca dalam bentuk ini seperti huruf “T” dimana sisi aktiva disebelah kiri dan pasiva (kewajiban dan ekuitas) disebelah kanan.

Tabel 4. 2.

PT. Surya Baru Tbk.

Neraca

Per 31 Desember 2023

AKTIVA		PASIVA	
Komponen	Tahun	Komponen	Tahun
Aktiva Lancar	3.000	Utang Lancar	2.000
Aktiva Tetap	5.500	Utang Jangka Panjang	5.000
Aktiva Lainnya	1.500	Ekuitas	3.000
Jumlah Aktiva	10.000	Jumlah Pasiva	10.000

2) Bentuk lapooran atau vetikal (*report form*)

Neraca dalam bentuk ini tersusun dari atas kebawah secara berurutan mulai dari aktiva diikuti dengan kewajiban dan terakhir ekuitas.

Tabel 4. 3. PT Surya Baru Tbk.

Neraca per 31 Desember 2023

Komponen	Jumlah
AKTIVA	
Aktiva Lancar	3.000
Aktiva Tetap	5.500
Aktiva Lainnya	1.500
Jumlah Aktiva	10.000
PASIVA	
Utang Lancar	2.000
Utang Jangka Panjang	5.000
Ekuitas	3.000
Jumlah Pasiva	10.000

3) Bentuk lainnya disesuaikan dengan kebutuhan dan posisi keuangan perusahaan.

b. Bentuk Laporan Laba Rugi

Khusus untuk laporan laba/rugi hanya memiliki dua macam yaitu:

1) Bentuk tunggal (*single step system*)

Dalam bentuk ini laporan laba/rugi tidak terperinci dan ditentukan berdasarkan total pendapatan dikurangkan total biaya. Dalam bentuk ini laporan laba/rugi disusun tanpa membedakan pendapatan dan biaya usaha dan diluar usaha.

Tabel 4. 4. PT Surya Baru Tbk.

Perhitungan Laba/Rugi

Per 31 Desember 2023

	Komponen	Jumlah
1.	Pendapatan	
	Pendapatan usaha	20.000
	Pendapatan diluar usaha	5.000
		25.000
2.	Biaya-biaya	
	Harga pokok penjualan	10.000
	Biaya umum dan administrasi	2.000
	Biaya diluar usaha	1.000
		13.000
3.	Laba bersih sebelum pajak	12.000
4.	Pajak 11%	1.800
5.	Laba bersih sesudah pajak	10.200

2) Bentuk majemuk (*mubiple step system*)

Merupakan bentuk yang dihitung secara terperinci dan bertahap yaitu dengan membedakan antara pendapatan maupun biaya dari usaha dengan diluar usaha.

G. Proyeksi Neraca dan Laporan Laba Rugi

Selain menyiapkan laporan arus kas, bisnis diharuskan menyiapkan proyeksi laporan keuangan mereka selama beberapa periode waktu (biasanya durasi proyek). Laporan kekayaan dan laporan laba/rugi merupakan proyeksi laporan keuangan yang dibuat.

Besarnya kekayaan perusahaan, baik berupa aset lancar, aset tetap, maupun aset lainnya, akan ditampilkan dalam proyeksi neraca. Kemudian, modal periode-ke-

periode dan kewajiban jangka panjang juga akan ditampilkan. Dengan demikian, neraca yang telah disusun untuk beberapa periode akan menunjukkan ada atau tidaknya perubahan dan ada tidaknya pos-pos, sehingga memungkinkan dilakukannya penyelidikan atas alasan perubahan tersebut.

Sementara itu, laporan proyeksi laba/rugi menjelaskan berapa banyak uang yang dihasilkan setiap periodenya. Kemudian, pada saat itu, ia juga akan mewakili jenis biaya yang ditimbulkan dan jumlahnya pada periode yang sama. Anda dapat melihat situasi keuangan perusahaan dari laporan ini, termasuk apakah keuntungan atau kerugian terjadi dalam satu periode atau beberapa periode.

Untuk lebih mudah memahami catatan keuangan dan laporan laba/rugi, ada baiknya kita mengingat kembali arti dan bagian-bagian yang terkandung dalam kedua laporan keuangan tersebut.

1. Neraca (*Balance Sheet*)

Investor dan pemangku kepentingan lainnya dapat menggunakan neraca sebagai acuan untuk mempelajari lebih lanjut kondisi keuangan suatu organisasi. Mereka dapat membandingkan aset dan kewajiban lancar suatu perusahaan di neraca untuk menentukan likuiditas dan tingkat keuntungan perusahaan. Perkembangan suatu perusahaan juga dapat ditunjukkan dengan membandingkan dua atau lebih neraca dari periode waktu yang berbeda.

Secara garis besar neraca menggambarkan jumlah harta diposisi aktiva dan jumlah utang serta modal (ekuitas) diposisi pasiva. Komponen harta yang tergambar diposisi aktiva sebagai berikut:

- a. Aktiva lancar terdiri dari:
- Kas;
 - Rekening pada bank (giro dan tabungan);
 - Deposito berjangka;
 - Surat-surat berharga;
 - Piutang/kredit yang diberikan;
 - Persediaan;
 - Biaya yang dibayar dimuka;
 - Pendapatan yang masih harus diterima; dan
 - Aktiva lancar lainnya.
- b. Aktiva tetap terdiri dari:
- 1) Aktiva tetap berwujud yaitu:
- Tanah;
 - Mesin;
 - Bangunan;
 - Peralatan;
 - Akumulasi penyusutan dan;
 - Aktiva tetap lainnya.
- 2) Aktiva tetap tidak berwujud yaitu:
- Good will;
 - Lisensi dan;
 - Hak cipta;
 - Merek dagang;
- c. Aktiva lainnya terdiri dari antara lain:
- Gedung dalam proses;
 - Tanah dalam penyelesaian;
 - Piutang jangka panjang;
 - Uang jaminan; dan
 - Uang muka investasi.

Adapun komponen utang (kewajiban) serta modal (ekuitas) tergambar dalam posisi pasiva sebagai berikut :

- a. Utang lancar (kewajiban jangka pendek) terdiri dari:
- Utang dagang;

- Utang wesel;
 - Utang bank;
 - Utang pajak;
 - Biaya yang masih harus dibayar;
 - Utang sewa guna usaha;
 - Utang dividen; dan
 - Utang lancar lainnya.
- b. Utang jangka panjang terdiri dari:
- Utang hipotek;
 - Utang obligasi;
 - Utang bank jangka panjang; dan
 - Utang jangka panjang lainnya.
- c. Ekuitas terdiri dari:
- Modal saham;
 - Laba ditahan dan;
 - Agio saham;
 - Modal sumbangan.

2. Laporan Laba/ Rugi (*Income Statement*)

Pendapatan dan pengeluaran perusahaan dirinci dalam laporan laba rugi, dokumen keuangan. Laba atau rugi perusahaan pada periode tertentu juga ditampilkan dalam laporan ini. Pernyataan gaji, bersama dengan catatan keuangan dan penjelasan pendapatan, membantu memahami kesejahteraan finansial suatu bisnis.

Berikut ini komponen-komponen yang terdapat dalam suatu laporan laba/rugi ,antara lain:

- a. Penjualan (pendapatan).
- b. HPP (harga pokok penjualan)
- c. Laba kotor
- d. Biaya operasi terdiri dari, biaya umum; biaya penjualan; biaya sewa; dan biaya administrasi
- e. Laba kotor operasional.
- f. Penyusutan (depresiasi).

- g. Pendapatan bersih operasional.
- h. Pendapatan lainnya.
- i. Laba sebelum bunga dan pajak atau EBIT (*Earning Before Intrest and Tax*).
- j. Biaya bunga terdiri dari, bunga wesel; bunga bank; bunga hipotek; bunga obligasi; dan bunga lainnya.
- k. Laba sebelum pajak atau EBT (*Earning Before Tax*)
- l. Pajak (*tax*).
- m. Laba sesudah bunga dan pajak atau EAIT (*Earning After Interest And Tax*).

H. Pengukuran Dengan Rasio Keuangan

Kesehatan dan kinerja keuangan suatu perusahaan dapat dinilai dengan menggunakan rasio keuangan. Kesehatan perusahaan yang bersangkutan akan sangat terlihat dari hasil rasio keuangannya. Rasio keuangan menurut Van Horne merupakan indikator yang menghubungkan dua angka akuntansi yang diperoleh dengan membagi suatu angka dengan angka lainnya. Dapat kita simpulkan bahwa membandingkan angka-angka dalam laporan keuangan adalah tujuan dari rasio keuangan dengan cara membagi angka yang satu dengan angka yang lain. Indikator moneter digunakan untuk mensurvei posisi dan kinerja keuangan organisasi. Kesehatan perusahaan ditunjukkan dari hasil rasio keuangan ini.

Dalam konteks studi kelayakan usaha, rasio-rasio keuangan yang diperlukan bagi usaha yang ingin melakukan ekspansi, terutama yang sudah lama beroperasi, dapat dinilai dengan menggunakan laporan keuangan beberapa periode sebelumnya.

1. Bentuk Rasio Keuangan

Kesehatan dan kinerja keuangan suatu perusahaan dapat dinilai dengan menggunakan rasio keuangan. Dari hasil rasio keuangan akan terlihat jelas bagaimana menggunakan beberapa rasio untuk mengukur keuangan suatu perusahaan. Setiap rasio memiliki arti, kegunaan, dan tujuan tertentu. Kemudian setiap proporsi diperkirakan dan diuraikan, sehingga menjadi penting untuk arah independen.

Angka-angka yang digunakan dalam rasio keuangan adalah angka-angka yang tercantum pada neraca dan laporan-laporan di atas agar lebih mudah dipahami cara penggunaannya.

Adapun sebagian dari jenis-jenis rasio keuangan yang dimaksud sebagai berikut:

1. Rasio Likuiditas (*Liquidity Ratio*)

Kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya diwakili oleh rasio likuiditas/rasio lancar. Proporsi likuiditas juga dapat menunjukkan dan mengukur kemampuan organisasi dalam memenuhi komitmen yang berkembang, baik komitmen terhadap pihak luar organisasi maupun komitmen terhadap pihak dalam organisasi. Selain itu, rasio likuiditas ini digunakan untuk membandingkan seluruh komponen aset lancar dan komponen utang lancar (hutang jangka pendek) untuk mengetahui tingkat likuiditas suatu perusahaan.

Untuk mengukur rasio likuiditas dapat digunakan beberapa rasio, antara lain:

1) *Current Ratio (CR)*

Kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban atau utang jangka pendek yang jatuh

tempo pada saat ditagih diukur dengan rasio lancar. Dengan demikian, berapa banyak sumber daya saat ini yang dapat diakses untuk menutupi kewajiban sementara yang diperkirakan akan terjadi dalam waktu dekat. CR dapat pula dikatakan sebagai bentuk untuk mengukur tingkat ke-amanan (*margin of safety*).

Meskipun rata-rata industri untuk bisnis sejenis merupakan metrik yang paling penting, dalam praktiknya, CR sebesar 200 % persen terkadang dianggap sebagai angka yang memuaskan bagi sebuah perusahaan. Rumus untuk mencari *current ratio* yang dapat digunakan, sebagai berikut:

$$\text{Current Ratio (CR)} = \frac{\text{Aktiva lancar (current Assets)}}{\text{Utang lancar (Current Liabilities)}}$$

2) Quick Ratio (Acid Test Ratio)

Quick Ratio merupakan rasio uji cepat yang tidak memperhitungkan persediaan dan mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek dengan aset lancar. Sebab, pencairan persediaan membutuhkan waktu yang lebih lama dibandingkan pencairan aset lainnya. Dengan kata lain, *quick ratio* diukur dari total aktiva lancar kemudian dikurangi dengan persediaan termasuk biaya yang dibayar di muka dan di bandingkan dengan seluruh utang lancar. Rumus yang dapat digunakan untuk mencari *quick ratio* sebagai berikut:

$$\text{Quick Ratio (Acid Test Ratio)} = \frac{\text{Current Assets} - \text{inventory}}{\text{Current Liabilities}}$$

atau

$$\text{Quick Ratio (Acid Test Ratio)} = \frac{\text{Kas} + \text{Bank} + \text{Efek} + \text{Piutang}}{\text{Current Liabilities}}$$

3) *Inventory to Net Working Capital*

Merupakan rasio yang mengukur atau membandingkan antara jumlah persediaan yang ada dan modal kerja perusahaan. Modal kerja tersebut terdiri dari pengurangan antara aktiva lancar dan utang lancar dan biasanya dinyatakan dalam desimal. Rumus untuk mencari *inventory to net working capital* dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Inventory to NWC} = \frac{\text{Inventory}}{\text{Current Assets} - \text{Liabilities}}$$

4) *Cash Ratio*

Cash Ratio adalah alat untuk mengukur berapa banyak uang yang dapat diakses untuk membayar kewajiban. Ketersediaan uang tunai atau setara kas seperti rekening giro menunjukkan hal ini. Proporsi ini menunjukkan kemampuan aktual organisasi untuk membayar kewajiban jangka pendeknya. Rumus untuk mencari *cash ratio* dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Cash or Cash Equivalent}}{\text{Current Liabilities}}$$

atau

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Bank}}{\text{Current Liabilities}}$$

2. Rasio Solvabilitas (*Leverage Ratio*)

Rasio yang digunakan untuk mengukur rasio hutang suatu perusahaan terhadap modal sendiri disebut rasio solvabilitas. Proporsi ini digunakan

untuk mengukur sejauh mana sumber daya organisasi didukung dengan kewajiban.

Keputusan untuk memilih menggunakan modal sendiri atau modal pinjaman haruslah digunakan beberapa perhitungan dengan rasio-rasio Keuntungan dengan mengetahui *leverage ratio* adalah:

- 1) Dapat menilai kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban ke pada pihak lainnya.
- 2) Menilai kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap.
- 3) Mengetahui keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.

Adapun rasio rasio yang ada dalam *leverage ratio* antara lain, sebagai berikut:

1) *Debt to Asset Ratio (Debt Ratio)*

Perbandingan antara total aset dengan total utang diukur dengan rasio ini. Pada akhirnya, besarnya sumber daya organisasi didukung oleh kewajiban atau seberapa besar kewajiban organisasi mempengaruhi sumber daya para eksekutifnya. Biasanya, rasio ini dinyatakan dalam persentase. Rumusan untuk mencari *debt ratio* sebagai berikut:

$$\text{Debt to Asset Ratio (Debt Ratio)} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Assets}}$$

2) *Debt to Equity Ratio*

Perbandingan antara total utang dan modal sendiri dilakukan dengan menggunakan rasio. Rasio ini berguna untuk mengetahui seberapa besar aset suatu perusahaan dibiayai oleh hutang. Dengan kata lain, tujuan rasio ini adalah untuk mengetahui

besarnya modal sendiri yang dijadikan jaminan utang per rupiah. Rasio ini biasanya dinyatakan dalam persentase. Bank akan kehilangan uang akibat rasio ini karena mereka harus mengambil risiko kegagalan perusahaan yang lebih tinggi. Sebaliknya, semakin tinggi rasionya, semakin baik bagi bisnis.

Rumus untuk mencari *debt to equity ratio* dapat digunakan perbandingan antara total utang dan total modal sendiri sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Equity}}$$

3) *Long Term Debt to Equity Ratio*

Ini adalah rasio modal sendiri terhadap utang jangka panjang. Tujuannya adalah untuk membandingkan modal sendiri dan utang jangka panjang perusahaan, yang biasanya dinyatakan dalam persentase, untuk menentukan berapa banyak setiap rupiah yang dijadikan jaminan atas utang jangka panjang. Rumusan untuk mencari *long term debt to equity ratio*, bisa digunakan perbandingan antara utang jangka panjang dan modal sendiri sebagai berikut:

$$LTDER = \frac{\text{Long Term Debt}}{\text{Equity}}$$

4) *Current Liabilities to Net Worth*

Ini adalah rasio modal sendiri terhadap utang lancar. Dana pinjaman yang akan segera terkumpul berkali-kali lipat lebih besar dari modal sendiri, seperti yang ditunjukkan oleh rasio ini. Sifat rasio ini sama dengan *debt to equity ratio*. Rumus untuk

mencari *current liabilities to net worth* dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Current Liabilities to Equity} = \frac{\text{Current Liabilities}}{\text{Equity}}$$

3. Rasio Aktivitas (*Activity Ratio*)

Activity rasio atau Rasio aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengevaluasi efisiensi pemanfaatan aset suatu perusahaan. Selain itu, bisa disebut juga rasio, yaitu metode untuk mengevaluasi tingkat efektivitas penggunaan sumber daya perusahaan. Efisien yang dilakukan misalnya dibidang penjualan, persediaan, penagihan piutang dan efisiensi dibidang lainnya.. Adapun sebagian dari rasio-rasio aktivitas sebagai berikut:

1) Perputaran Piutang (*Turnover Receivable*)

Banyaknya waktu yang diperlukan untuk menagih piutang pada suatu periode tertentu diukur dengan menggunakan rasio ini. Atau sebaliknya seberapa sering aset memasukkan sumber daya ke dalam piutang tersebut berporos dalam satu periode. Semakin tinggi proporsinya menunjukkan bahwa modal berfungsi yang memasukkan sumber daya ke dalam piutang semakin rendah (dibandingkan dengan proporsi tahun sebelumnya) dan tentunya kondisi ini semakin baik bagi organisasi. Sebaliknya, investasi berlebih pada piutang terjadi ketika rasionya lebih rendah. Cara mencari rasio ini adalah dengan membandingkan antara penjualan kredit dan rata-rata piutang. Rumusan untuk mencari *turnover receivable* sebagai berikut:

$$\text{Turnover Receivable} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Rata - Rata Piutang}}$$

2) Perputaran Persediaan (*Inventory Turnover*)

Rasio ini digunakan untuk menghitung berapa kali dana yang diinvestasikan dalam persediaan berpindah tangan dalam periode tertentu. Rasio perputaran persediaan adalah nama yang diberikan untuk rasio ini. Selain itu, rasio ini menunjukkan tingkat penggantian tahunan barang inventaris. Rasio ini semakin buruk jika semakin rendah, dan sebaliknya. Cara mencarinya adalah dengan membandingkan antara harga pokok barang yang dijual dan rata-rata persediaan. Namun apabila tidak ada harga pokok, maka dapat digunakan sebagai perhitungan adalah penjualan (*sale*) dengan rata-rata persediaan dan biasanya dalam hitungan tahun. Rumusan untuk mencari *inventory turnover* dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Inventory Turnover} = \frac{\text{Harga Pokok Barang Yang Di Jual}}{\text{Rata - rata Persedian}}$$

3) *Working Capital Tumover*

Ini adalah rasio yang digunakan untuk menentukan jumlah penjualan yang dapat dilakukan dengan setiap unit modal kerja yang digunakan atau berapa kali dana yang diinvestasikan dalam modal kerja diputar dalam satu periode. Caranya adalah dengan membandingkan penjualan bersih dengan modal kerja. Rumus untuk mencari *working capital turnover* yang dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{NWC} = \frac{\text{Net Sales}}{\text{Working Capital}}$$

4) *Fixed Assets Turnover*

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam aktiva tetap berputar dalam satu periode. Caranya adalah membandingkan antara penjualan bersih dan aktiva tetap dan biasanya rasio ini dinyatakan dengan desimal. Rumus untuk mencari *fixed assets turnover* dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Fixed Assets Turnover} = \frac{\text{Sales}}{\text{Total Fixed Assets}}$$

5) *Asset Turnover*

Asset turnover merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur penggunaan semua aktiva perusahaan. Kemudian juga mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari tiap rupiah aktiva dan biasanya rasio ini dinyatakan dengan desimal. Rumus untuk mencari *asset turnover* sebagai berikut:

$$\text{Asset Turnover} = \frac{\text{Sales}}{\text{Total Assets}}$$

4. Rasio Profitabilitas (*Profitability Ratio*)

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Rasio ini terdiri dari:

1) *Profit Margin (Profit Margin on Sales)*

Rasio ini diukur antara profit margin dan penjualan, dan diukur dalam persentase. Rumus untuk mencari *profit margin* sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Net Profit After Tax}}{\text{Net Sales}}$$

2) *Return on Investment (ROI)*

Rasio yang menunjukkan laba atas jumlah aset yang digunakan dalam bisnis atau ukuran efisiensi manajemen disebut laba atas investasi. Biasanya dinyatakan dalam persentase, rasio ini menunjukkan hasil seluruh aset yang dikendalikan, apapun sumber pendanaannya. Proporsi ini menunjukkan efisiensi seluruh cadangan organisasi, baik modal kredit maupun modal sendiri. Rasio ini semakin buruk jika semakin rendah, dan sebaliknya.

Artinya, rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan. Rumus untuk mencari *return on investment* dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Return on Investment} = \frac{\text{Net Profit After Tax}}{\text{Total Assets}}$$

3) *Return on Equity (ROE)*

Return on equity atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini semakin baik. Artinya, posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya. Rumus untuk mencari *return on equity* dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Return on Investment} = \frac{\text{Net Profit After Tax}}{\text{Equity}}$$

B A B 5

ASPEK TEKNIS/OPERASI

TUJUAN INTRUKSIONAL

Setelah mempelajari bab ini, diharapkan pembaca mampu:

- A. Menjelaskan Pengertian Aspek Teknis/Operasi
- B. Menjelaskan Tujuan Aspek Teknis/ Operasi
- C. Menjelaskan Penentuan Lokasi Usaha
- D. Menjelaskan Metode Penentuan Lokasi Usaha
- E. Menjelaskan Pemilihan Teknologi

A. Pengertian Aspek Teknis/Operasi

Sebelum memulai bisnis, penting untuk menentukan apakah aspek ini layak dilakukan. Aspek-aspek suatu usaha yang berhubungan langsung dengan aspek teknis atau operasionalnya termasuk dalam penentuan kelayakannya, sehingga kita dapat menentukan kelayakannya sejak awal. Aspek ini harus memperhatikan manajemen operasional, permasalahan proses produksi, permasalahan lokasi, tata letak area produksi, dan permasalahan operasional lainnya.

Aspek produksi disebut juga dengan aspek teknis atau operasional. Karena menyangkut pertimbangan teknis dan operasional, penentuan kelayakan teknis atau operasional suatu perusahaan dapat berakibat fatal bagi bisnis di tahun-tahun mendatang. Dalam situasi ini, masalah penentuan wilayah, wilayah produksi, format peralatan dan rencana permainan untuk fasilitas industri, dan proses produksi, termasuk pilihan inovasi, harus menjadi pertimbangan. Puncak dari konsentrasi perspektif fungsional sangat bergantung pada jenis usaha yang akan dijalankan, karena setiap jenis usaha mempunyai kebutuhannya masing-masing. Oleh karena itu, analisis operasional meliputi penilaian keakuratan lokasi, area produksi, tata letak, dan kesiapan mesin-mesin yang akan digunakan untuk mengetahui kesiapan perusahaan dalam menjalankan usahanya.

Misalnya, dibutuhkan estimasi yang teliti dikala mencari posisi. Kantor pusat, agen, bangunan, serta pabrik ialah opsi buat penentuan posisi. Dibanding dengan riset kesempatan bidang usaha, perihal yang sangat membuntukan serta rumit merupakan determinasi posisi sarana pabrik, dengan memikirkan bermacam estimasi yang wajib dipikirkan saat sebelum penentuan posisi pabrik pengerjaan. Pemikirannya apakah dekat dengan

bagian yang belum diolah ataupun dekat dengan dunia usaha ataupun konsumen. Kemudian, memperkirakan pengeluaran yang wajib dikeluarkan buat sesuatu posisi. Evaluasi posisi pabrik nantinya bisa dicoba dengan memakai hasil evaluasi nilai, hubungan pengeluaran, ataupun pengecekan finansial, terkait kemauan pihak yang menciptakannya.

Kemudian, untuk mendapatkan margin keuntungan yang tinggi, cari tahu luas produksinya, atau berapa banyak yang bisa diproduksi dalam jangka waktu tertentu dengan biaya paling rendah. Demikian pula, banyak pertimbangan yang dipertimbangkan ketika memilih tata letak untuk pabrik yang akan datang. Misalnya saja siklus pembuatan yang akan dilakukan. Penataan peralatan mesin bangunan juga sangat penting. Tata letak proses atau tata letak produk adalah pilihannya. Tentu saja evaluasi ini tidak dilakukan secara sembarangan; melainkan memperhitungkan faktor-faktor seperti variasi produk yang dihasilkan.

Selanjutnya adalah pemilihan teknologi melalui proses produksi yang diinginkan, apakah *continuous process* atau *intermittent process*. Keputusan proses produksi biasanya dihubungkan dengan inovasi yang ideal, apakah pekerjaan serius atau konsentrasi modal. Bagi negara-negara non-industri seperti Indonesia, inovasi dalam bidang pekerjaan biasanya menjadi fokus, mengingat tingginya tingkat pengangguran di negara ini.

B. Tujuan Aspek Teknis/Operasi

Tujuan dari tiap pandangan berlainan. Pandangan teknis serta operasional pula mempunyai beberapa tujuan yang mau dicapai. Dengan cara biasa, penilaian pandangan

teknis serta operasional membutuhkan langkah- langkah selanjutnya:

1. Supaya pelaku upaya bisa memilah tempat terbaik buat kantor pusat, pabrik, gudang, serta cabangnya.
2. Agar bidang usaha bisa memilah aturan posisi yang cocok dengan tata cara penciptaan yang diseleksi serta mengoptimalkan kemampuan.
3. Supaya pelaku bidang usaha bisa mengenali teknologi mana yang terbaik buat produksinya.
4. Agar bidang usaha bisa memilah tata cara inventaris yang sangat efisien buat industrinya.
5. buat mengenali daya kegiatan semacam apa yang diperlukan dikala ini serta di era yang akan datang.

C. Penentuan Lokasi Usaha

Industri hendak memperoleh profit dalam sebagian perihal, bagus keuangan ataupun non keuangan, bila posisi yang diseleksi pas. Manfaat itu antara lain bisa membagikan jasa yang lebih bagus pada klien, memudahkan akuisisi daya kegiatan yang di idamkan bagus dari bidang jumlah ataupun kualifikasinya, dan memudahkan perolehan bahan dasar ataupun bahan lain dalam jumlah yang diinginkan. Dalam waktu durasi yang sudah didetetapkan, ekspansi posisi upaya hendak gampang dicoba sebab kebutuhan tanah sudah diperhitungkan, mempunyai kemampuan nilai ekonomi yang besar di bidangnya. Terdapat paling tidak empat lokasi yang dipertimbangkan sesuai keperluan perusahaan antara lain:



Gambar 5. 1. Pertimbangan Pemilihan Lokasi

Secara umum pertimbangan dalam menentukan letak suatu lokasi sebagai berikut:

1. Bagaimana Industri di jalani;
2. Apakah dekat dengan klien atau pasar;
3. Seberapa dekatkah dengan bahan mentah;
4. Apakah lapangan kerja tersedia;
5. Tersedianya alat serta infrastruktur (transportasi, listrik dan air);
6. Apakah dekat dengan pusat pemerintahan sehingga gampang untuk dijangkau;
7. Apakah dekat dengan badan *finansial* untuk mempermudah akses data mengenai *finansial*;
8. Apakah terletak dikawasan pabrik;
9. Kemudian untuk melakukan ekspansi/perluasan;
10. Situasi adat istiadat/budaya/sikap masyarakat setempat; dan
11. Hukum yang legal diwilayah setempat;

Khusus untuk lokasi pabrik paling tidak ada dua faktor yang menjadi pertimbangan yaitu:

1. Faktor Utama (Primer)

Pertimbangan utama dalam penentuan lokasi pabrik adalah:

- a. Dekat dengan pasar;
- b. Dekat dengan materi dasar;
- c. tenaga kerja yang tersedia, termasuk jumlah dan kualifikasi yang diinginkan;
- d. Sumber energi, tersedia sarana dan prasarana seperti listrik;
- e. Iklim;
- f. Buruh dan Tingkat upahnya;
- g. Hukum serta sistem perpajakan; dan
- h. Sikap dan respon masyarakat.

2. Faktor Sekunder

Pertimbangan sekunder dalam penentuan lokasi pabrik adalah:

- a. biaya yang dapat diinvestasikan di lokasi tertentu, seperti harga tanah atau bangunan;
- b. prospek perubahan atau pertumbuhan harga di masa depan di lokasi tersebut;
- c. Kemungkinan untuk peluasan lokasi;
- d. Terdapat tambahan fasilitas penunjang seperti perumahan atau pusat perbelanjaan.;
- e. Iklim dan tanah;dan
- f. Peraturan daerah tentang ketenagakerjaan dan pajak.

Kemudian pertimbangan untuk menentukan lokasi kantor pusat yang umum dilakukan sebagai berikut:

1. Dekat dengan pemerintah;
2. Dekat dengan badan *finansial* ;
3. Dekat dengan pasar;dan

4. Tersedianya alat serta infrastruktur

Adapun pertimbangan untuk lokasi gudang yang umum dilakukan sebagai berikut:

1. Terdapat di kawasan industri;
2. Lokasinya dekat dengan pasar;
3. Lokasinya dekat dengan materi dasar ; dan
4. Tersedianya alat serta *infrastruktur*

Penilaian lokasi yang tepat akan memberikan berbagai keuntungan bagi Perusahaan baik dari segi finansial maupun nonfinansial. Keuntungan yang diperoleh dengan mendapatkan lokasi yang tepat antara lain:

1. Pelanggan akan memperoleh pelayanan yang lebih memuaskan dan sesuai dengan harapannya.
2. Kemudahan memperoleh tenaga kerja yang dibutuhkan baik dari segi jumlah maupun kebutuhan keterampilan.
3. kesederhanaan dalam memperoleh sumber daya tambahan atau mentah secara teratur dalam jumlah yang dibutuhkan.
4. Karena biasanya dipertimbangkan ketika mengembangkan lokasi bisnis, mengembangkan situs bisnis. mempunyai potensi peningkatan nilai atau biaya di masa depan.
5. Mengurangi kemungkinan terjadinya perselisihan, khususnya yang melibatkan pemerintah daerah dan masyarakat.

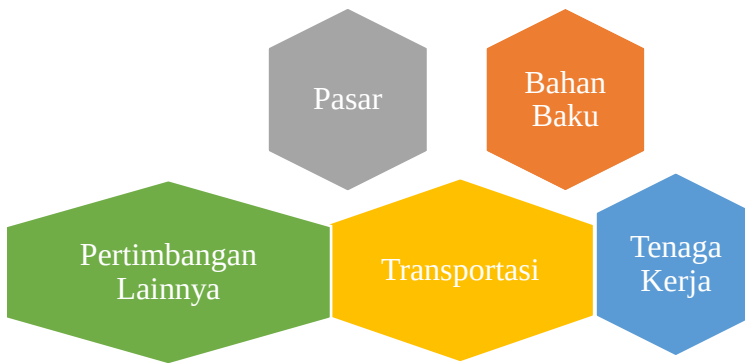
D. Metode Penilaian Lokasi

Tidak mudah untuk memilih lokasi. Diperlukan evaluasi yang cermat terhadap pertimbangan-pertimbangan sebelumnya. Untuk mensurvei area sesuai kebutuhan organisasi, berbagai strategi dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan organisasi. Paling tidak ada tiga

metode yang dapat digunakan dalam menilai suatu lokasi sebelum di putuskan yakni:

1. metode penilaian hasil value;
2. metode perbandingan biaya (*cost comparison method*); dan
3. metode analisis ekonomi (*economic analysis method*).

Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam metode penilaian hasil value antara lain:



Gambar 5. 2. Faktor-faktor dalam Metode penilaian hasil value

Adapun faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam metode perbandingan biaya antara lain:



Gambar 5. 3. Faktor-faktor dalam Metode perbandingan biaya

Kemudian faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam metode analisis ekonomi antara lain:



Gambar 5. 4. Faktor-faktor dalam Metode analisis ekonomi

Berikut ini contoh penggunaan ketiga metode diatas.

1) Metode Penilaian Hasil Value

PT Maju Jaya bermaksud mendirikan pabrik Sreen care. Pilihan lokasi yang diinginkan adalah di Sulawesi, Bandung, dan Surabaya. Pertimbangannya adalah berdasarkan metode penilaian hasil *value*.

Tabel 5. 1. Penilaian Lokasi dengan Metode Penilaian Hasil Value

No	Kebutuhan	Nilai Lokasi yg Ideal	Sulawesi	Bandung	Surabaya
1	Pasar	40	24	38	18
2	Bahan baku	30	20	23	20
3	Transportasi	15	10	13	8
4	Tenaga kerja	10	7	9	10
5	Lainnya	5	4	5	4
Jumlah		100	66	88	60

Berdasarkan metode penilaian hasil *value* maka lokasi yang tertinggi yang dipilih yaitu kota Bandung dengan nilai 88.

2) Metode Perbandingan Biaya (*Cost Comparison Method*)

Metode perbandingan biaya didasarkan kepada kebutuhan biaya-biaya utama seperti biaya bahan baku, operasi (pengolahan), distribusi, umum dan lainnya.

Tabel 5. 2. Penilaian Lokasi dengan Metode Perbandingan Biaya

NO	Jenis Biaya	Lokasi		
		Sulawesi	Bandung	Surabaya
1	Bahan baku	150	160	140
2	Bahan bakar dan listrik	40	45	40
3	Biaya operasi	60	65	55
4	Biaya umum	70	75	65
5	Biaya lainnya	10	10	5
Jumlah		330	355	305

Berdasarkan metode perbandingan biaya maka lokasi yang dipilih adalah Surabaya dengan biaya termurah ,yaitu hanya 305 per unit.

3) Metode Analisis Ekonomi (*Economic Analysis Method*)

Penilaian dengan metode analisis ekonomi didasarkan pada berbagai jenis biaya yang akan menjadi beban usaha termasuk biaya perumahan dan biaya sosial seperti sikap masyarakat.

Tabel 5. 3. Penilaian Lokasi dengan Metode Analisis Ekonomi

No	Jenis biaya	Lokasi		
		Sulawesi	Bandung	Surabaya
1	Biaya sewa	200.000	150.000	175.000
2	Biaya tenaga kerja	900	1.000.000	850.000
3	Biaya pengangkutan	300.000	400.000	350.000
4	Biaya bahan bakar dan Listrik	180.000	180.000	180.000

No	Jenis biaya	Lokasi		
		Sulawesi	Bandung	Surabaya
5	Pajak	50.000	60.000	50.000
	Total biaya operasi	1.630.000	1.790.000	1.650.000
6	Perumahan	Baik	Cukup	Baik
7	Sikap masyarakat	Cukup	Sedang	Baik

Lokasi yang di pilih dengan metode *economic analysis* adalah Surabaya.

Luas Produksi

Kapasitas teknis, peralatan, dan biaya yang paling hemat biaya semuanya diperhitungkan dalam menentukan area produksi, yang berkaitan dengan jumlah produksi yang dihasilkan selama waktu tertentu. Sudut pandang ekonomi dan teknis dapat digunakan untuk memeriksa area produksi. Dari sudut pandang ekonomi, yang dilihat adalah jumlah maksimum produk yang dihasilkan dalam jangka waktu tertentu. Menurut sudut pandang khusus, yang dilihat adalah kuantitas barang yang dikirim berdasarkan kapasitas mesin dan perangkat keras serta prasyarat khusus.

Secara umum luas produksi ekonomis ditentukan antara lain:

1. Trend permintaan dimasa depan.
2. Potensi perolehan tenaga kerja, bahan mentah, dan sumber daya lain yang diperlukan.
3. Tersediannya teknologi, mesin dan peralatan dipasar.
4. Daur hidup produk, dan produk subsitusi dari produk tersebut.

Kemudian untuk memperoleh tenaga kerja, bahan penolong, dan bahan mentah, antara lain.:

1. Pendekatan konsep *marginal cost* dan *marginal revenue*.
2. Pendekatan *break event point*.
3. Metode *linier programming*.

Tata Letak (*Layout*)

Proses penentuan bentuk dan penyelarasan fasilitas, yang dapat berdampak pada efisiensi produksi dan operasi, dikenal dengan istilah tata letak. Untuk mencapai efisiensi operasional, tata letak dirancang dengan mempertimbangkan produk, prosedur, sumber daya manusia, dan lokasi.

Dengan adanya layout akan diperoleh berbagai keuntungan antara lain :

1. Pastikan ada cukup ruang untuk pekerjaan dan pemeliharaan.
2. Penggunaan ruang yang efisien
3. Penghematan biaya dari investasi dan produksi.
4. Aliran material menjadi lancar.
5. biaya rendah untuk bahan dan transportasi barang jadi.
6. Kebutuhan persediaan yang rendah.
7. Meningkatkan keselamatan, kenyamanan, dan kesehatan pekerja.

Pada umumnya jenis layout didasarkan pada situasi sebagai berikut:

1. Posisi Tetap (*Fixed Position*)
2. Pada proyek di mana produk tidak dapat dipindahkan karena ukuran, bentuk, atau faktor lainnya, tata letak ini akan ditampilkan. Oleh karena itu, produk tetap berada di tempatnya selama tenaga kerja dan peralatan mengangkutnya. Bangunan, misalnya, dan pembuatan kapal

3. Orientasi Proses(*proses oriented*)

Proses pembuatan barang atau jasa berfungsi sebagai landasan tata letak orientasi proses. Biasanya format seperti ini masih dapat menangani berbagai item atau layanan. Misalnya saja klinik. Tata letak proses, juga dikenal sebagai tata letak fungsional, adalah tata letak di mana berbagai mesin atau peralatan lainnya disusun dalam suatu kelompok atau dalam satu ruangan. Misalnya, seluruh mesin jahit dan mesin pemotong di industri tekstil berlokasi di satu wilayah. Desain semacam ini umumnya untuk permintaan poke (untuk mengatur) organisasi.

4. Tata Letak Kantor (*office layout*)

Posisi pekerja, peralatan kerja, dan lokasi yang ditunjuk untuk transfer informasi semuanya terkait dengan tata letak semacam ini. Masalah tata letak akan sangat sederhana jika semua informasi ditransfer melalui telepon atau peralatan telekomunikasi; namun, jika orang bergerak secara alami di seluruh dokumen, tata letaknya harus dipertimbangkan dengan cermat.

5. Tata Letak Pedagang Eceran /Pelayanan (*Retail and service layout*)

Khususnya tata letak yang berkaitan dengan peraturan dan alokasi ruang, serta alur berbagai produk atau barang guna menampilkan lebih banyak barang dan meningkatkan penjualan.

6. Tatal Letak Gudang (*Warehouse layout*)

Tujuan dari tata letak ini adalah untuk mencapai keseimbangan terbaik antara biaya penanganan dan pemanfaatan ruang gudang sekaligus mengurangi biaya penanganan sebanyak mungkin.

7. Tata Letak Produk (*Product Layout*)

Dalam hal produksi yang berulang dan berkesinambungan atau berkesinambungan, tata letak jenis ini bertujuan untuk memaksimalkan pemanfaatan personel dan mesin. Jika proses produksi distandarisasi dan diproduksi dalam jumlah besar, tata letak ini biasanya berfungsi dengan baik. Dari awal hingga akhir, setiap produk akan melalui tahapan operasional yang sama, Contohnya: perakitan mobil.

Untuk memperoleh layout yang baik maka perusahaan perlu menentukan hal-hal berikut:

1. Sejauh mana kapasitas dan tempat yang dibutuhkan
Kita mampu merencanakan tata letak dan menyediakan space atau ruangan untuk setiap komponen karena kami mengetahui pekerja, mesin, dan peralatan yang dibutuhkan.
2. Peralatan yang digunakan untuk menangani material atau bahan .
Alat-alat yang digunakan seperti crane dan kereta otomatis untuk memindahkan material juga sangat bergantung pada material tersebut.
3. Lingkungan dan estetika
Ukuran yang luas dan kenyamanan lingkungan kerja juga mendasari pilihan mengenai format, seperti jendela penyebaran udara.
4. Arus informasi
Pertimbangan tentang cara paling ideal untuk memindahkan data atau melakukan pertukaran informasi juga harus dilakukan.
5. Biaya perpindahan antara tempat kerja yang berbeda.
Pertimbangan disini lebih ditekankan pada tingkat kesulitan pemindahan alat dan bahan.

Contohnya untuk layout peralatan pabrik ,faktor-faktor yang menjadi pertimbangan sebagai berikut:

1. Proses menghasilkan produk;
2. Persyarat ruang;
3. Urutan pelaksanaan produksi;
4. Jenis dan berat mesin beserta peralatan yang akan digunakan ;
5. Aliran bahan baku;
6. Siklus udara dan pencahayaan ;
7. *Maintenance* ;dan
8. *Fleksibilitas*(kemudahan berpindah).

D. Pemilihan Teknologi

Ada hal-hal yang perlu diperhatikan, yaitu seberapa besar tingkat motorisasi yang diinginkan dan keuntungan finansial yang dicapai, hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan dalam memilih inovasi, serta hal-hal lain.:

1. Bahan baku teknologi akurat.
2. Tempat lain Dimana teknologi berhasil.
3. Pertimbangan teknologi maju.
4. Total biaya pemeliharaan dan investasi.
5. Kapasitas tenaga kerja dan peluang pertumbuhan.
6. Kekhawatiran pemerintah terkait ketenagakerjaan.
7. Serta faktor tambahan lainnya.

E. Ringkasan

1. Masalah penentuan lokasi, area produksi, tata letak, dan penataan peralatan pabrik, serta proses produksi, termasuk pemilihan teknologi, harus menjadi pertimbangan dalam hal ini. Puncak dari fokus pandangan fungsional sangat bergantung pada jenis

- usaha yang akan dijalankan, karena setiap jenis usaha mempunyai kebutuhannya masing-masing.
2. Secara umum ada beberapa hal yang hendak dicapai dalam penilaian aspek teknis /operasi yaitu:
 - a) Pelaku usaha dapat menentukan lokasi yang tepat, baik untuk lokasi pabrik, gudang, cabang, maupun kantor pusat.
 - b) Agar perusahaan dapat menentukan *layout* yang sesuai dengan proses produksi yang dipilih, sehingga dapat memberikan efisiensi.
 - c) Agar perusahaan bisa menentukan teknologi yang paling tepat dalam menjalankan produksinya.
 3. Tergantung pada kebutuhan bisnis, setidaknya ada empat pilihan: lokasi kantor pusat, lokasi kantor pabrik, lokasi gudang, dan lokasi kantor cabang.
 4. Layout dirancang berkenaan dengan produk, proses, sumber daya manusia, dan lokasi sehingga dapat tercapai efisiensi operasi.

F. Evaluasi

1. Pertimbangan apa saja yang baik digunakan dalam menentukan lokasi suatu usaha, Jelaskan pendapat anda!
2. Aspek teknis, selain masalah lokasi, menyelidiki masalah tata letak. Anda diminta untuk berbicara tentang manfaat memilih tata letak yang tepat!

B A B 6

ASPEK MANAJEMEN DAN ORGANISASI

TUJUAN INTRUKSIONAL

Setelah mempelajari bab ini, diharapkan pembaca mampu:

- A. Menjelaskan Pengertian Aspek Manajemen
- B. Menjelaskan Manajemen Pembangunan Proyek
- C. Menjelaskan Manajemen Sumber Daya Manusia
- D. Menjelaskan Pengertian Organisasi
- E. Menjelaskan Bentuk-Bentuk Organisasi

A. Pengertian Aspek Manajemen

Ketika menentukan layak atau tidaknya suatu perusahaan, faktor manajemen dan organisasi memainkan peran penting. Karena tidak menutup kemungkinan suatu usaha akan gagal walaupun sudah ditentukan dapat dilaksanakan dan didukung oleh manajemen dan organisasi yang efektif. Perlu disusun rencana perusahaan secara keseluruhan dan hal-hal yang berkaitan dengan SDM sesuai dengan tujuan perusahaan. Tujuan organisasi akan lebih mudah dicapai jika prinsip-prinsip atau tahapan dalam siklus administrasi terpenuhi. Setiap anggota pengurus akan tunduk pada aturan atau prosedur kepengurusan ini. Masing-masing fungsi tidak dijalankan secara terpisah dengan fungsi lain dan harus dijalankan secara berkesinambungan karena fungsi manajemen yang dan yang lainnya memiliki ikatan yang sangat kuat. Apabila salah satunya tidak berjalan maka tujuan Perusahaan tidak akan tercapai khususnya dalam mendapatkan keuntungan dari usaha yang dijalankan. Seberapa baik fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pemantauan dijalankan adalah hal yang perlu diperiksa untuk keperluan studi kelayakan bisnis.

Berikut fungsi-fungsi manajemen dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah proses menentukan jalan yang harus diambil dan hal-hal yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah Anda tetapkan. Dalam siklus ini penyelesaiannya harus selesai, kapan dan bagaimana mewujudkannya serta bagaimana penyelesaiannya.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Proses pengorganisasian kegiatan atau pekerjaan ke dalam unit-unit disebut pengorganisasian. Tujuannya

adalah untuk mengatur hubungan kerja, wewenang dan tanggung jawab serta tugas di bidangnya masing-masing seefektif mungkin.

3. Pelaksanaan (*Actuating*)

Bergerak atau melakukan adalah cara paling umum dalam menyelesaikan aktivitas/pekerjaan dalam suatu perkumpulan. Dalam menjalankan perkumpulan, para perintis/pengurus hendaknya mempersiapkan bawahannya (perwakilan) untuk melakukan pekerjaan yang tidak wajib dengan cara mengemudikan, memberi perintah, memberi arahan dan membangkitkan semangat.

4. Pengawasan (*Controlling*)

Proses mengukur dan mengevaluasi apakah tugas dilaksanakan sesuai dengan rencana disebut pengawasan. Setiap penyimpangan yang terjadi selama proses akan segera dikendalikan.

Untuk lebih jelasnya fungsi manajemen dalam suatu perusahaan atau organisasi dapat dilihat dalam diagram di bawah ini.



Gambar 6. 1. Fungsi-fungsi Manajemen

B. Manajemen Pembangunan Proyek

Salah satu aspek terpenting dalam membangun sistem informasi untuk bisnis adalah manajemen proyek. Banyak proyek pengembangan sistem dan teknologi informasi gagal. Berdasarkan PMBOK (*Project Management Body of Knowledge*), manajemen proyek merupakan implementasi pengetahuan, keterampilan, alat, dan teknik dalam aktivitas-aktivitas proyek untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan proyek.

Perencanaan, penjadwalan, dan pengawasan atau pengendalian adalah tiga langkah yang sering disertakan dalam setiap proyek yang berukuran besar.

1. Perencanaan Proyek

Rencana tugas menggambarkan mengapa dan bagaimana suatu usaha dilaksanakan. Ketika melaksanakan suatu proyek, rencana kerja perlu diperhatikan, dengan mempertimbangkan hal-hal seperti jenis pekerjaan (kegiatan), waktu yang diperlukan untuk menyelesaikannya, staf, peralatan, dan anggaran. Dalam perencanaan proyek biasanya digunakan bantuan teknik seperti Bagan Gantt (*Gantt Chart*) atau diperluas dengan menggunakan analisis jaringan (*network analysis*) seperti program *evaluation and review technique* (PERT) dan *critical path method* (CPM). Tujuan utama penggunaan metode ini adalah untuk memudahkan perencanaan dalam memperkirakan tanggal penyelesaian suatu proyek, apakah perlu dipercepat atau tidak, kegiatan mana yang perlu dipercepat, dan biaya tambahannya.

Dengan demikian rencana proyek yang baik akan meliputi unsur-unsur berikut:

- a. Menetapkan tujuan.
- b. Menentukan usaha.

- c. Buatlah daftar Tindakan paling penting yang harus dilakukan.
- d. Perkiraan waktu penyelesaian.
- e. Analisis biaya/manfaat.
- f. Penjelasan tentang volume sumber daya yang dibutuhkan untuk menyelesaikan proyek. Uraian mengenai sejauh mana sumber daya yang dibutuhkan untuk melaksanakan proyek.

Alat-alat yang digunakan untuk maksud tersebut adalah perkiraan waktu dan biaya, anggaran, *cash flow*, penjelasan tentang peralatan yang tersedia data personel, dan diagram teknik (*engineering diagramsh*)

2. Penjadwalan Proyek

Rencana pelaksanaan mencirikan latihan tugas dalam pengelompokan waktu tertentu di mana latihan tersebut harus dilakukan. Pendekatan perencanaan yang terkenal adalah Diagram Gantt. Grafik ini menunjukkan hubungan antara pelaksanaan proyek dan keharusan waktu. Kegiatan (kegiatan) yang perlu diselesaikan digambarkan pada sumbu vertikal, sedangkan satuan waktu (jam, hari, minggu, bulan, dan tahun) digambarkan pada sumbu horizontal.

Tabel 6. 1. Contoh Bagan Gantt

No	Nama Aktivitas	PERIODE					
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	jun
1	Observasi	x					
2	Fondasi	xxx	x				
3	Dinding		xxx	xxxx			
4	Pemasangan Air				xx		

5	Atap				xx	xx	
6	Pokerjaan Listik					xx	
7	Lantai						xxx
8	Finishing						x

Keunggulan Bagan Gantt adalah sederhana dan mudah diartikan dan efektif digunakan untuk proyek yang mempunyai aktivitas atau kegiatan relatif sedikit atau proyek yang masih tergolong sederhana. Penjadwalan proyek digunakan untuk beberapa tujuan berikut:

- Menjelaskan bagaimana setiap aktivitas proyek berhubungan satu sama lain.
- Kenali hubungan yang harus didahulukan antara aktivitas yang ada.
- Untuk setiap kegiatan, perkirakan jumlah waktu dan uang yang dibutuhkan.
- Membantu penggunaan yang lebih baik dengan sumber daya manusia, uang tunai, dan peralatan dengan mengenali cara-cara dasar dan hambatan dalam Tugas
- Memperbarui dan merevisi jadwal atau rencana awal.

Adapun Alat-alat yang digunakan untuk maksud tersebut di atas adalah Bagan Gantt, Bagan Millistone, PERT & CPM, serta jadwal arus kas

3. Pengawasan Proyek

Mengawasi atau mengendalikan proyek merupakan hal yang penting waktunya. Mengawasi suatu proyek meliputi monitoring untuk memastikan bahwa proyek tersebut tetap sesuai anggarannya. Selain itu, pemantauan memerlukan rangkuman umpan balik untuk menyempurnakan rencana proyek dan

memindahkan sumber daya ke area yang paling membutuhkannya. Alat-alat yang sering digunakan untuk maksud tersebut adalah PERT & CPM, laporan yang menjelaskan tentang; anggaran untuk setiap bidang kegiatan, aktivitas-aktivitas yang ditunda, aktivitas-aktivitas yang longgar dan aktivitas proyek keseluruhan.

C. Manajemen Sumber Daya Manusia

Pengelolaan sumber daya manusia bukanlah sesuatu yang terjadi begitu saja. Organisasi telah ada sejak lama, dan pengelolaan sumber daya manusia juga dilakukan pada saat yang bersamaan. Satuan kerja yang khusus mengelola sumber daya manusia sangat dibutuhkan dalam kehidupan organisasi jangka panjang, seperti sektor ekonomi, sosial, pemerintahan, dan kemasyarakatan. Hal berikutnya yang perlu dicermati adalah kesiapan perusahaan dalam mengelola sumber daya manusia, mulai dari pengadaan hingga penempatan pada posisi tertentu, untuk menjalankan aktivitas perusahaan.

Dalam manajemen sumber daya manusia, pengadaan, remunerasi, pengembangan, integrasi, pemeliharaan, dan pemutusan hubungan profesional merupakan contoh fungsi operasional. Perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan merupakan contoh fungsi manajerial.

1. Analisis Jabatan

Pengelolaan sumber daya manusia bukanlah sesuatu yang terjadi begitu saja. Organisasi telah ada sejak lama, dan pengelolaan sumber daya manusia juga dilakukan pada saat yang bersamaan. Pekerjaan atau jabatan merupakan komponen organisasi yang paling

signifikan. Organisasi harus mengidentifikasi jenis pekerjaan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuannya. Agar manajemen, khususnya manajemen sumber daya manusia, dapat menjalankan setiap fungsi operasional secara efektif, maka mutlak diperlukan adanya informasi yang komprehensif dan tepat mengenai seluruh jabatan. Posisi-posisi ini diperoleh dari investigasi kerja. Proses mempelajari dan mengumpulkan berbagai informasi terkait pekerjaan dikenal sebagai analisis pekerjaan. Kita perlu mengetahui pekerjaan apa yang perlu dilakukan, bagaimana melakukannya, dan mengapa pekerjaan tersebut perlu dilakukan untuk mencapai hal ini.

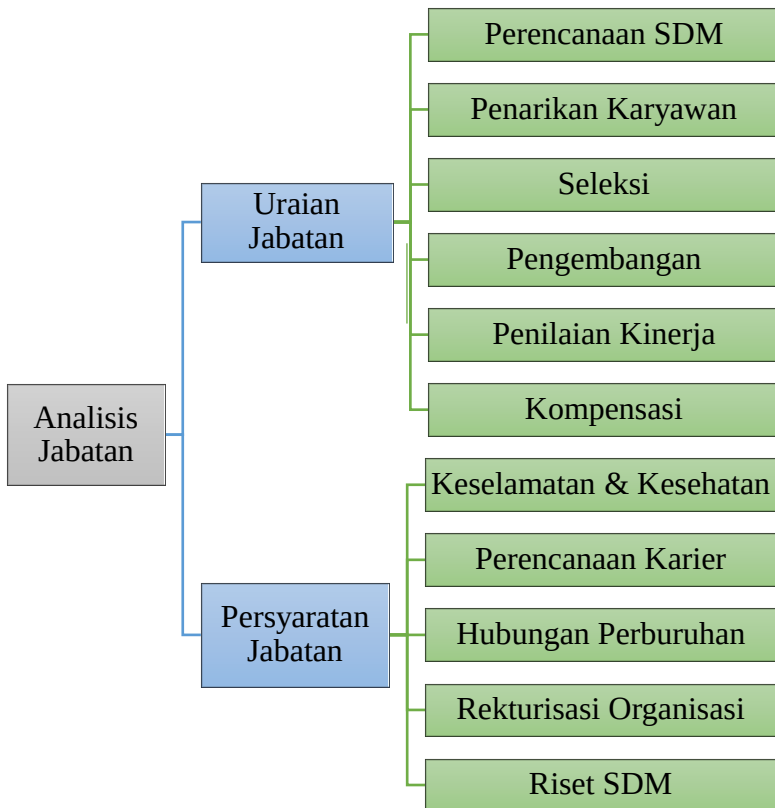
Deskripsi dan spesifikasi pekerjaan akan diperoleh dari analisis pekerjaan. Informasi mengenai suatu jabatan secara lengkap, jelas, ringkas, dan konsisten dapat ditemukan dalam uraian tugas. Uraian jabatan memuat hal-hal sebagai berikut:

- | | |
|-----------------------|------------------------|
| a. identitas jabatan; | e. hubungan kerja; |
| b. fungsi jabatan; | f. Peralatan mesin dan |
| b. uraian tugas: | perlengkapan yang |
| c. wewenang; | digunakan; dan |
| d. tanggung jawab; | g. kondisi kerja. |

Standar atau persyaratan kerja mencantumkan persyaratan minimal yang harus dipenuhi seseorang agar memenuhi syarat untuk melakukan pekerjaan tertentu dengan benar. Persyaratan jabatan memuat antara lain;

- a. Persyaratan pendidikan;
- b. Persyaratan pelatihan;
- b. Persyaratan pengalaman,
- c. Persyaratan psikologi; dan
- d. Persyaratan khusus.

Perencanaan sumber daya manusia, seleksi tenaga kerja, orientasi, pelatihan dan pengembangan, perencanaan karir, penilaian kinerja pekerjaan, remunerasi, keselamatan dan kesehatan karyawan, hubungan kerja, restrukturisasi organisasi/perusahaan, desain pekerjaan, dan program pengembangan semuanya dapat memperoleh manfaat dari data analisis pekerjaan.:



Gambar 6. 2. Hasil dan Manfaat dari Analisis Jabatan

Dalam hal proyek baru tentunya belum bisa melakukan analisis jabatan tetapi dapat melakukan perancangan jabatan (*job design*) atau menggunakan informasi jabatan kunci (*key job*) dari proyek lain yang memiliki jabatan sejenis atau menggunakan jasa expert dalam bidangnya.

Konfigurasi pekerjaan merupakan suatu perangkat lunak tersendiri yang belum sepenuhnya dikembangkan dan dikembangkan sesuai dengan kualitas dan sifat jabatan tertentu. Metode ini kemungkinan besar mencakup pada desain/pendekatan berikut:

- a. Pendekatan mekanistik
- b. Pendekatan faktor manusia
- c. Pendekatan motivasi

2. Perencanaan Sumber Daya Manusia

Penataan aset manusia adalah suatu tindakan yang dilakukan secara tepat untuk mengukur atau memperkirakan kebutuhan aset manusia dalam suatu bisnis/organisasi. Berdasarkan faktor-faktor seperti rencana produksi atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan jenis atau bidang investasi yang dilakukan, pelaku usaha harus memperkirakan kebutuhan tenaga kerja. Menghitung beban kerja adalah bagaimana kebutuhan tenaga kerja ditentukan. Perbandingan beban kerja aktual dan waktu kerja efektif disebut beban kerja.

Bebaan kerja adalah perbandingan antara beban kerja aktual dan waktu kerja efektif. Beban Kerja (BK) dapat dihitung dengan rumus:

$$BK = \frac{BA}{WK} \times 100\%$$

Keterangan:

BA: Beban kerja aktual adalah nilai beban kerja nyata

per hari

WK: Waktu kerja efektif, yaitu 420 menit/hari dengan asumsi waktu kerja ideal persatuan Waktu dalam setahun 200 hari, setelah mempertimbangkan hari-hari libur.

Jika beban kerja individu melebihi 100%, maka perlu lebih dari satu orang untuk melaksanakan pekerjaan tersebut. Begitu pula dengan beban kerja unit, apabila hasilnya lebih dari 100% maka unit perlu menambah jumlah karyawan atau pekerjanya. Contoh kasus adalah sebagai berikut:

CV. Agung Raya yang bergerak dalam bidang pembuatan mekanik memerlukan waktu 1.100 menit per hari untuk melaksanakan pekerjaan perakitan mesin secara actual. Jika jam efektif dari pekerja 540 menit per hari, maka jumlah beban kerjanya adalah $(1.100/540) \times 100\% = 204\%$. Beban kerja ideal adalah 100%, jadi untuk mengerjakan perakitan mesin tersebut, diperlukan 2 orang pekerja sehari.

Atau kebutuhan tenaga kerja (KTK) dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$KTK = (BK : WK)$$

CV. Agung Raya merencanakan membuat 200.000 unit produk. Untuk proses tiap unit produk memerlukan 2 jam kerja karyawan jadi untuk memproduksi 200.000 unit produk mempunyai beban kerja selama 400.000 jam karyawan. Jika setiap karyawan bekerja 250 jam per bulan, maka jumlah karyawan yang dibutuhkan adalah $(400.000/250) = 1.600$ karyawan/bulan.

3. Pengadaan Tenaga Kerja

Kebutuhan suatu bisnis atau organisasi akan aset manusia dapat diukur atau diperkirakan secara akurat melalui manajemen aset manusia. Pengadaan tenaga kerja adalah proses memperoleh jenis dan jumlah pekerja yang tepat untuk memenuhi kebutuhan organisasi dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Ketertarikan, seleksi, dan penempatan semuanya termasuk dalam pengadaan tenaga kerja. Proses perekrutan melibatkan pencarian calon karyawan yang sesuai dengan kriteria tertentu sehingga bisnis dapat memilih pelamar yang paling memenuhi syarat untuk mengambil posisi yang tersedia.

Ada dua cara untuk mencari calon tenaga kerja atau karyawan: dari dalam organisasi (internal) atau dari luar organisasi (eksternal). Pertama, dari sumber internal, ada pekerja di dalam asosiasi yang sebenarnya, yang dimanfaatkan menjadi otoritas di asosiasi baru. Kedua, tenaga kerja yang berasal dari pasar kerja atau dari luar organisasi dapat diperoleh melalui periklanan, Departemen Tenaga Kerja, lembaga pendidikan, dan biro jasa. Sumber eksternal juga dikenal sebagai “dari sumber eksternal”.

Untuk usaha atau organisasi perluasan/peningkatan dapat menggunakan sumber dari dalam dan luar, sedangkan untuk tugas atau organisasi baru dapat menggunakan sumber dari luar. Selanjutnya yang harus dilakukan adalah memilih setelah proses penarikan selesai. Seleksi atau perekrutan pekerja yang memenuhi persyaratan perusahaan disebut seleksi. Seleksi administrasi merupakan langkah awal dalam proses seleksi. Tes kesehatan materi, tes psikologi, dan wawancara menyusul. Tujuan proses seleksi adalah untuk

menemukan kandidat terbaik untuk posisi tertentu. Tenaga kerja tersebut akan ditempatkan setelah proses seleksi selesai.

Proses mencocokkan seseorang dengan posisi yang akan mereka pegang berdasarkan persyaratan posisi tersebut dikenal sebagai penempatan (*Placement*). Setelah itu diadakan sesi orientasi yang didalamnya digunakan uraian tugas untuk menjelaskan tanggung jawab karyawan dan pedoman bagaimana mereka harus melaksanakannya.

4. Kompensasi

Pekerja dan karyawan diberi penghargaan atas kontribusinya terhadap pencapaian tujuan perusahaan ketika mereka menerima kompensasi. Asosiasi atau organisasi harus fokus pada program remunerasi untuk mencapai tujuan mereka. Bentuk kompensasi finansial dan non-finansial adalah dua jenis kompensasi yang umum. Pendapatan dalam bentuk upah, gaji, komisi, dan asuransi merupakan kompensasi finansial. Program kompensasi yang baik akan dapat

- a. Menarik karyawan yang kompeten dan prospektif.
- b. Mempertahankan pekerja yang kompeten.
- c. Menghasilkan lebih banyak.
- d. Membantu mencapai tujuan strategis.

5. Pengembangan

Peningkatan profesi pada hakikatnya diatur menuju kemajuan perkumpulan/organisasi dalam menjawab tantangan bisnis masa depan. Setiap bisnis atau organisasi perlu menerima kenyataan bahwa masa depannya bergantung pada sumber daya manusianya. Tanpa SDM yang serius, sebuah organisasi akan mengalami kemalangan dan akhirnya akan terpinggirkan karena tidak berdaya menghadapi pesaing. Dalam

keadaan seperti ini, dunia usaha wajib memberikan kesempatan pengembangan karir kepada karyawannya yang harus direncanakan dan berjangka panjang.

Pihak manajemen Perusahaan perlu melaksanakan fungsi pengembangan terhadap karyawannya melalui pendidikan dan pelatihan serta karier.

6. Integrasi

Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), integrasi merupakan suatu bentuk pembauran yang menciptakan kondisi utuh dan bulat.

Fungsi operasional integrasi manajemen sumber daya manusia berkaitan dengan adaptasi terhadap preferensi karyawan. bagaimana manajemen menyikapi berbagai keinginan karyawan, seperti bagaimana karyawan berinteraksi satu sama lain dan bagaimana perjanjian kerja bersama dilaksanakan untuk mendamaikan kepentingan karyawan dan manajemen.

7. Pemeliharaan

Manfaat yang diperoleh perusahaan dari Lingkungan kerja yang aman dan sehat sebagai berikut

- a. Menjaga keselamatan dan Kesehatan karyawan.
- b. Meningkatkan produktivitas karyawan.
- c. Mengurangi biaya.
- d. Fleksibilitas dan adaptabilitas yang lebih besar.

8. Pemutusan Hubungan Kerja

Yang dimaksud dengan “pemutusan hubungan kerja” adalah berakhirnya hak dan tanggung jawab pekerja atau buruh terhadap pemberi kerja karena suatu sebab tertentu. Pemerintah, pekerja/buruh, serikat pekerja/serikat buruh, dan pengusaha perlu bekerja sama untuk menghentikan pemutusan hubungan kerja.

D. Pengertian Organisasi

Ada segelintir atau mungkin lebih banyak arti dari organisasi. Beberapa definisi organisasi, misalnya, dikutip dalam artikel berikut. “Organisasi adalah suatu kesatuan sosial dari sekelompok orang yang saling berinteraksi menurut pola tertentu sehingga setiap anggota organisasi mempunyai fungsi dan tugasnya masing-masing, sebagai suatu kesatuan yang mempunyai tujuan tertentu dan mempunyai batas-batas yang jelas, sehingga yang dapat dipisahkan,” demikian kutipan definisi organisasi Mathis dan Jackson dalam buku Erni Rernawan (2011: 15). Dalam buku Malayu S.P. Hasibuan, (2014: 24-25), terdapat kutipan pengertian organisasi sebagai berikut. Louis A. Allen: “Proses mengidentifikasi dan mengelompokkan pekerjaan yang harus dilakukan, serta mendelegasikan wewenang dan tanggung jawab, dengan tujuan memfasilitasi kerja tim yang efektif dalam mencapai tujuan dikenal sebagai organisasi.”. James D. Mooney: “Organisasi adalah setiap bentuk perserikatan manusia, untuk mencapai tujuan bersama”

Tujuan organisasi akan menentukan struktur organisasinya dengan mendefinisikan semua tugas, hubungannya, batasan wewenang, dan siapa yang bertanggung jawab untuk melaksanakannya. Pola hubungan permanen antara bidang keputusan dan pelaksana dengan posisi, wewenang, dan tanggung jawab tertentu kemudian dapat dikembangkan berdasarkan kegiatan-kegiatan ini.

1. Desain Struktur Organisasi Formal

Struktur organisasi formal adalah pengaturan peran, hubungan, dan prosedur yang ditetapkan secara resmi untuk manajemen prosedural dalam suatu organisasi. Ini membantu meningkatkan produktivitas dan efisiensi dengan mendefinisikan tugas, tanggung jawab, dan kekuasaan secara jelas. Desain struktur

organisasi ditentukan oleh variabel-variabel kunci sebagai berikut

- a. Strategi Organisasi
- b. Lingkungan
- c. Teknologi
- d. Orang-orang yang terlibat dalam Organisasi

2. Proses Desain Organisasi

Proses merancang suatu organisasi dapat dimulai dari atas ke bawah atau dari bawah ke atas. Sebagai sarana untuk mencapai hasil yang diinginkan, tujuan organisasi diterjemahkan ke dalam tujuan tertentu dengan menggunakan prosedur penetapan top-down. Serangkaian departemen atau bagian kemudian dapat diorganisir berdasarkan tujuan-tujuan ini. Posisi di divisi atau segmen yang berbeda masih belum dapat dicapai untuk mencapai tujuan.

Bila menggunakan prosedur berdasarkan pendekatan bottom-up, proses fundamental organisasi akan ditetapkan terlebih dahulu. Hal ini melibatkan penetapan teknologi inti yang akan digunakan dan penetapan posisi yang akan bertanggung jawab untuk mengoperasikan proses-proses ini secara bersamaan. Dari situlah kebutuhan akan struktur awal akan mulai muncul. Kegiatan harus dikoordinasikan oleh posisi manajer di tingkat yang lebih rendah, yang pada gilirannya memerlukan koordinasi di tingkat yang lebih tinggi jika prosesnya rumit. Faktanya, kedua prosedur tersebut saling bergantung.

3. Elemen-elemen Umum dalam Organisasi

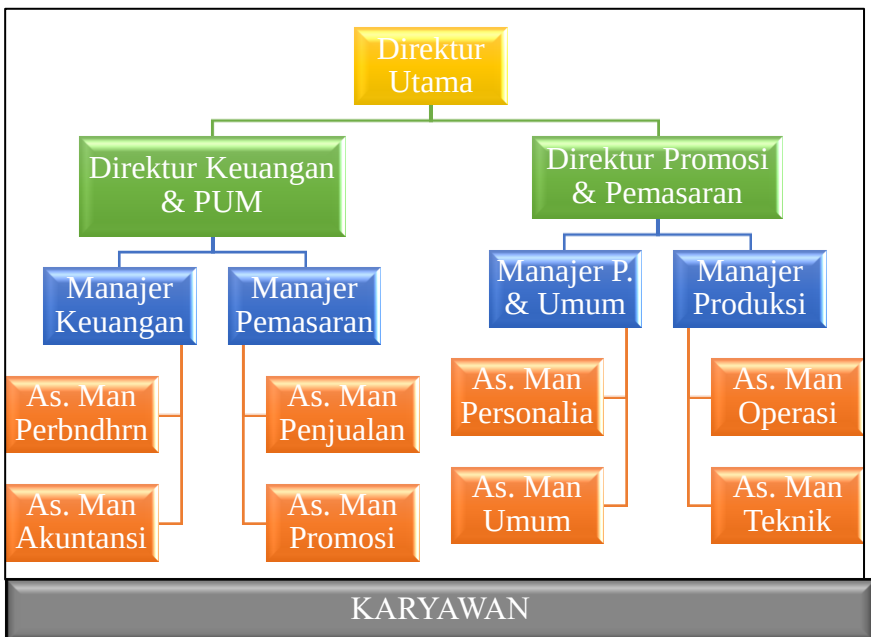
Mintzberg menyatakan bahwa setiap organisasi memiliki lima bagian dasar yaitu;

- a. *The operating core*, pekerja yang melakukan pekerjaan dasar yang digunakan untuk membuat barang dan jasa

- b. *The static apex*, Manajer di tingkat tertinggi yang diberi wewenang keseluruhan atas Perusahaan
- c. *The middle line*, Para manajer yang menjadi penghubung operating core dengan strategic apex.
- d. *The technostructure*, Para analis yang memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan jenis normalisasi tertentu di dalam asosiasi
- e. *The support staff* Orang-orang yang mengisi unit stal, yang membentijasa pendukung tidak langsung kepada organisasi.

Bentuk organisasi atau struktur organisasi akan ditentukan dengan menentukan visi, misi, dan tujuan organisasi, khususnya dengan menentukan seluruh tugas, hubungannya, serta batas wewenang dan tanggung jawab pelaksanaannya.

STRUKTUR ORGANISASI



Gambar 6. 3. Contoh Struktur Organisasi PT XYZ

E. Bentuk Bentuk Organisasi

Berikut ini beberapa jenis bentuk organisasi yang umum:

1. Bentuk organisasi yang ditinjau dari jumlah pimpinan puncak dapat dibedakan
 - a. Sebuah organisasi yang memiliki satu orang di puncak. Contohnya, pada perusahaan perseorangan.
 - b. Organisasi yang mempunyai pimpinan puncak lebih satu orang atau dewan Contohnya, pada perseroan terbatas atau firma.
2. Struktur organisasi berdasarkan hubungan kekuasaan. Wewenang masing-masing baik lini, staf maupun fungsional sebaga berikut.
 - a. Wewenang lini adalah kekuasaan yang memerlukan akuntabilitas untuk mencapai tujuan perusahaan.
 - b. Wewenang staf adalah wewenang yang membantu individu yang memiliki wewenang lini bekerja dengan sukses dalam mencapai tujuan organisasi.
 - c. Kewenangan yang diberikan kepada seseorang atau departemen untuk mengambil keputusan mengenai hal-hal di departemen lain disebut wewenang fungsional.

1. Organisasi Garis/Lini

Organisasi lini ialah organisasi yang semata-mata memiliki hubungan wewenang lini dalam organisasinya. Asosiasi seperti ini adalah asosiasi berskala terbatas dengan sedikit pekerja yang hampir tidak mempunyai spesialisasi. Ciri-ciri organisasi lini sebagai berikut:

- a. Hubungan antara atasan dan bawahan masih bersifat langsung melalui suatu garis wewenang.
- b. Jumlah karyawan sedikit, maka struktur organisasi masih sederhana.

- c. Pimpinan dengan karyawannya saling mengenal dan dapat berhubungan setiap hari kerja.
- d. Atas keseluruhan kerja unitnya, masing-masing kepala unit mempunyai kewenangan dan akuntabilitas penuh.
- e. Pucuk pimpinan biasanya pemilik perusahaan.
- f. Pucuk pimpinan dipandang sebagai sumber kekuasaan tunggal, segala keputusan/kebijaksanaan dan tanggung jawab ada pada satu rangan.
- g. Tingkat spesialisasi belum terlalu tinggi, alat-alat yang diperlukan tidak beraneka ragam.
- h. Organisasi kecil.

Keuntungannya organisasi lini sebagai berikut.

- a. Kesatuan pimpinan terjamin sepenuhnya, karena pimpinan berada dalam satu tangan.
- b. Disiplin dan militansi kerja para anggota pada umumnya tinggi.
- c. Koordinasi relatif mudah dilaksanakan.
- d. Proses pengambilan keputusan dan instruksi-instruksi berjalan cepat, tidak bertele-tele.
- e. Garis pimpinan tegas, karena pimpinan langsung berhubungan dengan karyawan.
- f. Rasa solidaritas para karyawan pada umumnya tinggi, karena saling mengenal.
- g. Pengendalian secara ketat terhadap kegiatan para bawahan dapat dilaksanakan.

Adapun **kelemahannya** organisasi lini sebagai berikut:

- a. Tujuan pribadi pucuk pimpinan sering kali tidak dapat dibedakan dengan tujuan organisasi.
- b. Ada kecenderungan pimpinan untuk bertindak secara otoriter dan dictator.

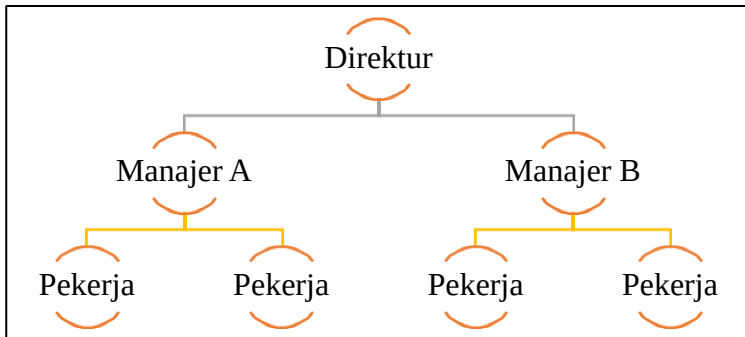
- c. Karena kepemimpinan mempunyai wewenang untuk merencanakan, mengarahkan, dan mengendalikan, hanya ada sedikit peluang bagi karyawan untuk berkembang.
- d. Organisasi secara keseluruhan terlalu bergantung pada satu orang, sehingga kalau pimpinan tidak mampu/berhalangan, maka seluruh organisasi terancam kehancuran.

Contoh bagan organisasi lini dapat dilihat pada halaman berikut ini.

1) Organisasi Lini dan Staf

Pada tipe organisasi ini, asas kesatuan komando tetap dipertahankan. Pelimpahan wewenang berlangsung secara vertikal dan sepenuhnya dari pimpinan tertinggi kepada unit di bawahnya

Dalam membantu administrasi dalam menjalankan kewajibannya dengan mudah, mereka mendapat bantuan dari staf, yaitu memberikan bantuan, gagasan, administrasi dan wewenang sebagai pemikiran dalam mengambil keputusan. Staf hanya mempunyai wewenang terhadap staf, sedangkan pimpinan memegang garis wewenang. Penting untuk diingat bahwa suatu bagian, seperti lini atau staf, tidak ditentukan oleh aktivitasnya sendiri melainkan oleh cara ia berinteraksi dengan bagian lain. Misalnya, jika tim penjualan dimintai pendapatnya mengenai pengepakan oleh pihak produksi, dia bekerja sebagai staf.



Gambar 6. 4. Bagan Organisasi Lini

Adapun ciri-ciri organisasi lini dan staf sebagai berikut:

- a) Organisasinya besar dan bersifat kompleks;
- b) Jumlah karyawannya banyak;
- c) Hubungan antara atasan dan bawahan tidak bersifat langsung;
- d) Pimpinan dan karyawan semuanya tidak saling mengenal;
- e) Spesialisasi dengan beraneka ragam diperlukan dan digunakan secara maksimal;
- f) Kesatuan perintah tetap dipertahankan, setiap atasan memiliki bawah an-bawahan tertentu dan setiap bawahan hanya mempunyai seorang atasan langsung;
- g) Ada dua kelompok wewenang, yaitu wewenang lini dan wewenang staf Wewenang lini adalah wewenang yang dapat/harus merealisasikan tujuan organisasi secara langsung. Wewenang stat adalah karyawan yang tidak dapat merealisasikan tujuan perusahaan secara langsung tetapi hanya memberikan bantuan pelayanan (*auxiliary stuff*), saran saran (*advisory staff*) untuk mempermudah tugas wewenang lini

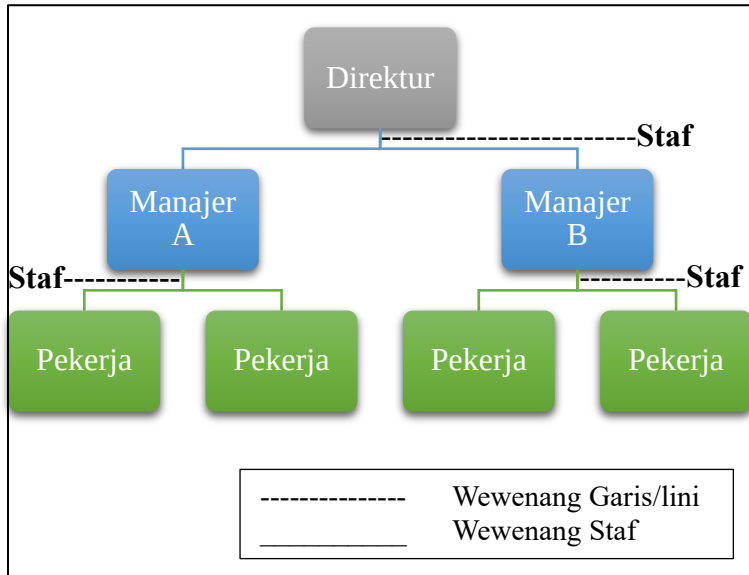
Keunggulan model organisasi lini dan staf adalah sebagai berikut:

- a) Asas kesatuan pimpinan tetap dipertahankan, sebab pimpinan tetap berada pada satu tangan.
- b) Adanya pembagian tugas yang jelas antara pimpinan, staf, dan pelaksana.
- c) Tipe organisasi lini dan staf fleksibel, karena dapat diterapkan pada organisasi besar/kecil, pemerintah, atau swasta.
- d) Asas *the right man on the right place*, lebih mudah dilaksanakan.
- e) Pengambilan keputusan relatif mudah, karena mendapat bantuan pemikiran, saran-saran, dan usul dari staf.
- f) Koordinasi mudah dilakukan, karena sudah ada pembagian tugas yang jelas.
- g) Disiplin dan moral karyawan tinggi karena tugasnya sesuai dengan spesialisasinya.
- h) Keuntungan dari spesialisasi dapat diperoleh.
- i) Bakat karyawan yang berbeda-beda dapat dikembangkan karena bekerja sesuai dengan keahlian dan keterampilan.

Adapun kelemahan organisasi lini dan staf antara lain sebagai berikut :

- a) Kelompok pelaksana sering bingung untuk membedakan perintah dan bantuan nasihat.
- b) Solidaritas para karyawan kurang, sebab tidak saling mengenal. Persaingan kurang sehat sering terjadi karena setiap unit menganggap tugasnya yang terpenting.

Gambar di bawah ini adalah contoh bagan organisasi lini dan staf.



Gambar 6. 5. Struktur Organisasi Lini dan Staf

2) Organisasi Fungsional

Sifat dan jenis fungsi yang harus dijalankan menentukan struktur organisasi fungsional. Masalah pembagian kerja banyak dipikirkan. Pimpinan puncak memberikan wewenang kepada manajer di bawahnya dan hanya memberikannya kepada pelaksana untuk tugas tertentu (spesialisasi). Bawahan akan menerima perintah dari sejumlah atasan yang masing-masing bertanggung jawab penuh pada bidangnya masing-masing dan telah menguasai suatu keahlian tertentu.

Ciri-ciri organisasi fungsional sebagai berikut:

- Dimungkinkan untuk membedakan tugas dengan jelas;
- Spesialisasi para karyawan dapat ditingkatkan dan dimanfaatkan secara maksimal;

- c) Bawahan akan menerima perintah dari beberapa orang atasan;
- d) Koordinasi menyeluruh pada umumnya cukup pada level manajemen;
- e) Karyawan yang melakukan tugas yang sama dapat dengan mudah berkoordinasi satu sama lain karena masing-masing ahli di bidangnya.

Adapun ciri-ciri organisasi fungsional yang lain adalah sebagai berikut :

- a) Pimpinan berhak memerintah semua bawahannya.
- b) Bawahan bertanggung jawab kepada beberapa atasan.
- c) Memiliki spesialisasi tugas yang jelas.
- d) Koordinasi mudah dilaksanakan.
- e) Solidaritas antara petugas fungsi sangat tinggi.

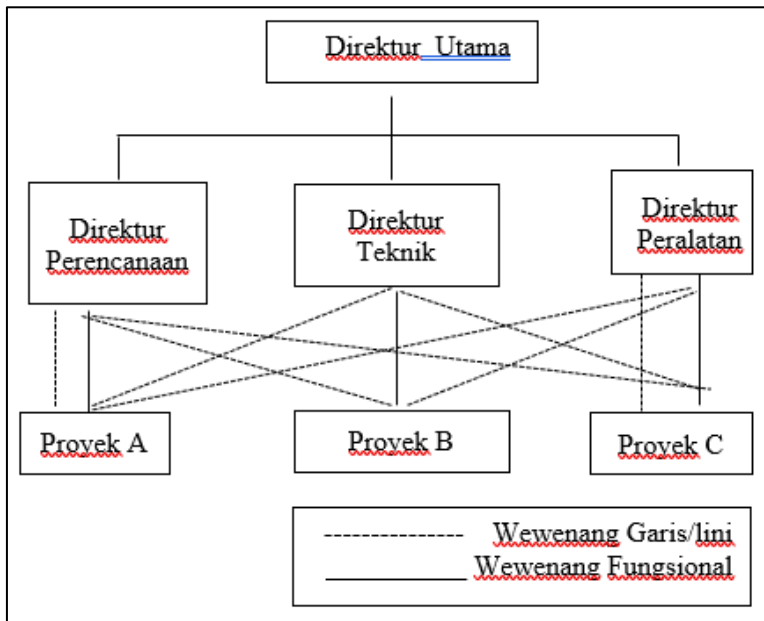
Kelebihan organisasi fungsional antara lain:

- a) Keuntungan adanya spesialisasi dapat diperoleh seoptimal mungkin.
- b) Para karyawan akan terampil di bidangnya masing-masing.
- c) Efisiensi dan produktivitas dapat ditingkatkan.
- d) Koordinasi secara menyeluruh biasanya diperlukan pada level manajemen atas.
- e) Solidaritas, moral dan disiplin karyawan yang menjalankan fungsi yang sama biasanya tinggi.

Kemudian **kelemahannya** organisasi fungsional adalah:

- a) Pekerjaan kadang-kadang sangat membosankan.
- b) Para karyawan sulit mengadakan *tour of duty* atau *tour of uired*, sebagai akibat spesialisasi, tanpa terlebih dahulu melalui pendidikan dan pelatihan.

- c) Para karyawan terlalu mementingkan bidangnya saja, sehingga koordinasi secara menyeluruh sulit dilakukan.
- d) Memungkinkan timbulnya semangat kelompok yang berlebihan pada karyawan yang melakukan fungsi yang sama, sehingga dapat menimbulkan pengelompokan ikatan karyawan yang sempit
- Bagan di bawah ini adalah contoh bagan organisasi fungsional.

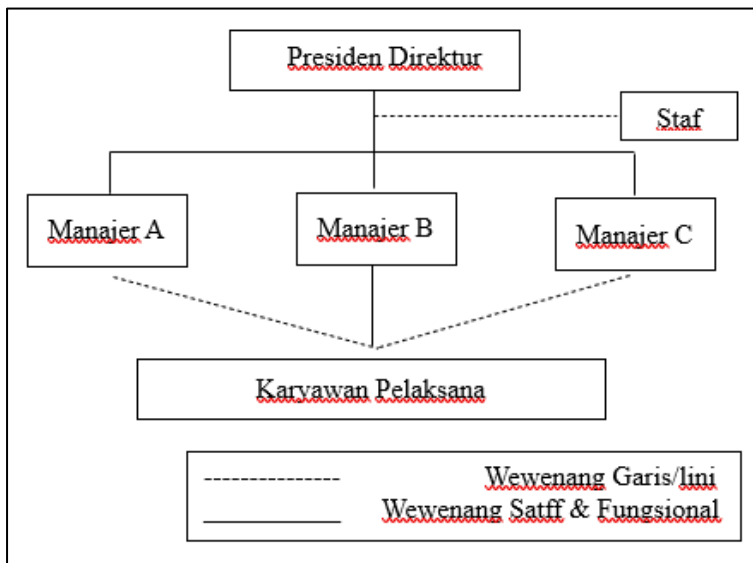


Gambar 6. 6. Struktur Organisasi Fungsional

3) Organisasi Lini, Staf, dan Fungsional

Organisasi ini merupakan kombinasi dari ketiga tipe, yaitu organisasi lini, staf, dan fungsional. Tipe ini biasanya diterapkan pada organisasi besar dan kompleks pada tingkat dewan direksi (*board of*

director). Berikut adalah contoh bagan organisasi lini, staf dan fungsional:



Gambar 6. 7. Struktur Organisasi Lini, Staf & Fungsional

4) *Flat Organization atau T Form Organization*

Karena jenis organisasi ini lebih mampu bereaksi dengan cepat dan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan, maka organisasi ini semakin banyak digunakan saat ini. Ciri-ciri organisasi flat sebagai berikut:

- Berbeda dengan organisasi konvensional yang memiliki tingkat birokrasi lebih tinggi serta lambat dan kaku, organisasi semacam ini bersifat tangkas, cepat, dan fleksibel.
- Orientasi bukan ke atas, tetapi ke bawah dan ke samping.
- Pola kepemimpinan yang berupa kemitraan.

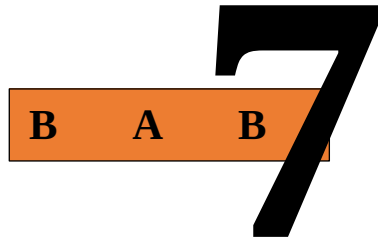
- d) Struktur organisasi hanya terdiri satu jenjang saja di bawah pucuk pimpinan.
- e) Pada tingkat bawah, pegawai Eksekutif yang membentuk kelompok kerja di bawah arahan seorang supervisor membantu unit masing-masing bagian.
- f) Komunikasi antar-anggota organisasi (atasan dan bawahan) dilakukan melalui sistem teknologi informasi.
- g) Peranan middle manager sebagai saluran komunikasi dari atas ke bawah dan sebaliknya relatif tidak diperlukan lagi diganti dengan teknologi informasi yang berupa internet dan lain-lain. Jadi, setiap orang dapat berkomunikasi kapan saja dan di mana saja satu sama lain dan dengan cepat mengantisipasi perubahan yang terjadi.

F. Ringkasan

1. Beberapa fungsi-fungsi manajemen yaitu : Perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan.
2. Organisasi secara statis dapat diartikan ssuatu wadah atau tempat kerja sama untuk melaksanakan tugas sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

G. Evaluasi

1. Bagaimana peranan Aspek Manajemen dan organisasi dalam studi kelayakan bisnis?
2. Jelaskan hubungan yang kuat antara manajemen dan organisasi?
3. Apakah kualitas sumber daya manusia menjadi indikator dalam berjalannya suatu organisasi? Berikan penjelasan?



ASPEK EKONOMI DAN SOSIAL

TUJUAN INTRUKSIONAL

Setelah mempelajari bab ini, diharapkan pembaca mampu:

- A. Menjelaskan Pengertian Aspek Ekonomi dan Sosial
- B. Menjelaskan Dampak yang Timbul dari Aspek Ekonomi dan Sosial
- C. Menjelaskan Peningkatan Pendapatan Nasional

A. Pengertian Aspek Ekonomi & Sosial

Baik itu pemerintah, pengusaha, maupun masyarakat disekitarnya, bisnis yang dikelola dengan baik akan mampu memberikan dampak ekonomi dan sosial yang positif maupun negatif. Peluang untuk meningkatkan pendapatan diharapkan akan dihasilkan dari investasi ekonomi. Sedangkan dampak positif perekonomian bagi pemerintah adalah menghasilkan pendapatan bagi pemerintah pusat dan daerah melalui penerimaan pendapatan. Namun yang terpenting adalah sumber daya alam yang belum dimanfaatkan dikelola dan diatur. Di sisi lain, dampak buruk juga tidak lepas dari sudut pandang keuangan, misalnya pemeriksaan atas aset-aset biasa, mendatangkan pekerja dari luar sehingga menghalangi potensi peluang bagi wilayah sekitar.

Perluasan fasilitas umum, pembangunan jalan aksesibilitas masyarakat, jembatan, listrik, dan fasilitas pendukung aktivitas masyarakat lainnya merupakan contoh aspek sosial yang memberikan dampak positif bagi masyarakat secara keseluruhan melalui peningkatan sarana dan prasarana. Dampak sosial negatif bagi pemerintah antara lain pergeseran gaya hidup, adat istiadat, dan struktur sosial serta pergeseran kesehatan dan budaya masyarakat. Pergeseran demografi, pergeseran pola pikir, dan pergeseran kesehatan masyarakat merupakan contoh dampak negatif sosial bagi pemerintah. Oleh karena itu, salah satu aspek ekonomi dan sosial yang memerlukan kajian lebih lanjut adalah pertanyaan apakah proyek atau usaha tersebut akan menghasilkan manfaat ekonomi dan sosial bagi berbagai pihak. Oleh karena itu, faktor-faktor sosial dan ekonomi ini harus diperhitungkan karena jika penilaiannya salah maka dampaknya akan sangat luas.

B. Dampak Yang Timbul

Pembangunan suatu usaha dengan skala besar misalnya dengan pendirian pabrik untuk menunjang suatu usaha, maka secara garis besar dari aspek ekonomi akan memberikan dampak positif sebagai berikut:

1. Dapat meningkatkan keuangan rumah tangga dengan cara :
 - a. Mereka yang memiliki reputasi bekerja dilingkungan manufaktur atau yang bekerja diluar dari bagian produksi mahir dalam menemukan posisi terbuka, misalnya dengan melakukan pertukaran atau hal-hal lain yang disesuaikan dengan kebutuhan fasilitas industri dan perwakilannya, akan mengalami peningkatan. masyarakat sebagai akibat adanya investasi yang akan meningkatkan tingkat pendapatan keluarga.
 - b. Gaya hidup masyarakat akan terpengaruh oleh pergeseran cara mereka mencari nafkah di beberapa wilayah yang terdapat pabrik atau tempat usaha. Misalnya, masyarakat dahulu hidup terutama dari pertanian; namun, seiring dengan berdirinya pabrik, banyak orang beralih karier menjadi karyawan pabrik atau dapat melakukan keduanya dengan mengatur waktu mereka secara efektif.
 - c. Selain tetap bekerja pada pekerjaan aslinya seperti bertani, masyarakat sekitar lokasi usaha juga bekerja sebagai karyawan sehingga memperoleh penghasilan ganda.
 - d. Banyaknya jumlah dan beragamnya tenaga kerja dan produk yang tersedia di masyarakat memberikan banyak pilihan bagi individu mengenai apa yang mereka butuhkan. Produsen akan didorong untuk

mengupayakan kualitas dalam hal bundling, nilai, dan sifat produk, yang juga akan mempengaruhi harga jual yang mereka cari, karena keragaman produk dan layanan pada akhirnya akan meningkatkan persaingan.

- e. Karyawan yang belum mendapatkan pekerjaan tentunya akan dapat memanfaatkan peluang yang ada dari setiap bisnis baru yang muncul. Dengan terciptanya lapangan kerja bagi masyarakat maka pengangguran dapat dikurangi.
 - f. Suatu proyek yang terbuka akan membutuhkan beberapa tambahan prasarana, seperti, dibangunnya:
 - 1) rumah sakit;
 - 2) jalan raya;
 - 3) tower;
 - 4) sekolah;
 - 5) rumah ibadah;
 - 6) rumah sakit;
 - 7) pusat perbelanjaan; dan
 - 8) tempat rekreasi.
2. Menggali, mengatur, dan menggunakan ekonomi sumber daya alam melalui:
- a. Pengelolaan sumber daya dengan baik sehingga bisa produktif dalam memenuhi hajat hidup orang banyak terkhusus Masyarakat lokal.
 - b. Penggunaan lahan dengan cara yang efisien dan bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat.
 - c. Memperluas nilai tambahan sumber daya alam.
 - d. Eksplorasi pengelolaan sumber daya yang belum terjamah dilakukan dengan baik.

3. Meningkatkan perekonomian lokal dan regional pemerintah dengan:
 - a. Meningkatkan lapangan kerja dan peluang usaha bagi masyarakat.
 - b. Meningkatkan nilai proses manufaktur.
 - c. Memperluas jangkauan dan keragaman usaha ekonomi nonformal masyarakat.
 - d. Distribusi pendapatan yang adil.
 - e. menimbulkan efek ganda ekonomi.
 - f. peningkatan produk domestik regional bruto (PDRB).
 - g. peningkatan produk domestik regional bruto (PAD).
 - h. menambahkan fokus pengembangan moneter di wilayah tertentu.
 - i. menghemat devisa apabila produk dan jasa yang dihasilkan dapat mengurangi pemakaian impor barang dan jasa dari luar negeri.
4. Pengembangan wilayah:
 - a. Mendistribusikan pembangunan secara lebih adil (dengan prioritas pembangunan di beberapa daerah). Dalam kebanyakan kasus, pemerintah memutuskan wilayah mana yang hanya dapat dibuka untuk proyek tertentu. Pemerataan pembangunan dan pembukaan daerah-daerah yang sebelumnya terisolasi di seluruh Indonesia menjadi tujuannya.
 - b. memupuk persatuan nasional yang lebih besar, dengan pekerja yang biasanya berasal dari berbagai daerah untuk setiap proyek baru.
 - c. Dengan dibukanya suatu daerah, terbukanya lingkungan sosial tentu akan menarik pendatang dari daerah lain. Dengan demikian, berbagai suku bangsa di Indonesia dapat membangun lingkungan

sosial dan saling memberikan warna baru yang positif bagi daerahnya, bukan sebaliknya.

mengurangi isolasi warga dan memperluas wawasan mereka. Daerah-daerah yang dulunya terpencil akan menjadi terbuka, demikian pula masyarakat di sekitarnya, membuka sudut pandang mereka tanpa melakukan transaksi ganda yang berlebihan yang akan merugikan jaringan di sekitarnya.

Adapun dampak sosial dengan adanya suatu proyek atau investasi antara lain:

1. Adanya perubahan demografi melalui terjadinya:
 - a. Usia, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, dan agama semuanya berdampak pada komposisi penduduk.
 - b. perubahan tingkat kepadatan penduduk.
 - c. pertumbuhan penduduk, angka kelahiran, kematian bayi, dan pola migrasi. perubahan komposisi angkatan kerja, serta tingkat pengangguran dan partisipasi angkatan kerja.
2. Perubahan budaya yang meliputi terjadi
 - a. kemungkinan terjadinya pergeseran budaya sebagai akibat dari pergeseran norma, nilai, dan adat istiadat budaya di tingkat lokal.
 - b. terjadi proses sosial baik proses asosiatif/kerja sama, proses disosiatif konflik sosial, akulturasi, asimilasi, dan integrasi maupun sosial lainnya.
 - c. perubahan pranata sosial/kelembagaan masyarakat di bidang ekonomi seperti (hak wilayah) pendidikan agama, dan keluarga.
 - d. perubahan terhadap warisan budaya, seperti merusak warisan budaya dan situs kuno.
 - e. perubahan pelapisan sosial berdasarkan pendidikan, ekonomi, pekerjaan dan kekuasaan.

- d. perubahan kekuasaan dan wewenang melalui administrasi formal dan kasual, komponen dinamis di antara masyarakat yang ada, perubahan inisiatif yang berbeda.
 - e. perubahan sikap dan persepsi masyarakat terhadap rencana usaha dan/ atau kegiatan.
 - f. kemungkinan terjadinya konflik antara pendatang dan penduduk asli serta tingginya tingkat kejahatan.
 - g. perubahan adaptasi ekologis.
3. Perubahan kesehatan masyarakat meliputi terjadinya
- a. perubahan batas lingkungan yang diperkirakan berdampak pada kesehatan dan rencana pembangunan.
 - b. perubahan proses dan potensinya terjadinya pencemaran.
 - c. perubahan potensinya besarnya dampak timbulnya penyakitnya , seperti peningkatan angka kesakitan dan angka kematian.
 - d. Perubahan karakteristik spesifik penduduk yang berisiko terjadi penyakit.
 - e. perubahan sumber daya kesehatan masyarakat.
 - f. perubahan kondisi sanitasi lingkungan.
 - g. perubahan status gizi masyarakat.
 - h. perubahan kondisi lingkungan yang dapat mempermudah proses penyebaran penyakit.

Dapat disimpulkan bahwa dalam aspek ekonomi komponen yang penting untuk ditelaah diantaranya:

1. Ekonomi rumah tangga (tingkat pendapatan, pola nafkah, dan pola nafkah ganda).
2. Ekonomi sumber daya alam (pola pemikiran dan penguasaan sumber daya alam, pola penggunaan lahan, nilai tanah sumber daya alam, dan sumber daya alam lainnya).

3. Lapangan kerja dan kesempatan berusaha, nilai tambah, proses manufaktur, kegiatan ekonomi nonformal, distribusi pendapatan, efek ganda ekonomi, Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), Pendapatan Asli Daerah (PAD), pusat pertumbuhan ekonomi, fasilitas umum, fasilitas sosial, dan aksesibilitas regional merupakan komponen perekonomian lokal dan regional.

4. Pengembangan wilayah.

Adapun komponen sosial yang penting untuk ditelaah diantaranya:

1. Komponen Demografi

- a. Struktur penduduk;
- b. Tingkat kepadatan penduduk;
- c. Pertumbuhan penduduk;
- d. Tenaga kerja.

2. Komponen budaya

- a. Kebudayaan (adat istiadat, nilai, dan norma budaya);
- b. Proses sosial;
- c. Warisan budaya (situs purbakala, cagar budaya);
- d. Sikap dan persepsi masyarakat terhadap rencana usaha dan /atau kegiatan.

3. Kesehatan Masyarakat

- a. Parameter lingkungan terkait kesehatan yang diperkirakan akan terpengaruh oleh rencana pembangunan.
- b. Proses dan potensi terjadinya pencemaran
- c. Potensi besarnya dampak timbulnya penyakit (angka kesakitan dan angka kematian).
- d. Kondisi lingkungan yang dapat memperburuk proses penyebaran penyakit.

C. Peningkatan Pendapatan Nasional

Dilihat dari sudut pandang moneter, salah satu ketercapaian bisnis atau harus dilihat dari kemampuan investasi untuk meningkatkan gaji publik atau teritorial melalui peningkatan Produk Domestik Bruto dan PAD. Hal ini menunjukkan bahwa daerah tempat penanaman modal dilakukan akan mengalami peningkatan pendapatan nasional dan daerah. Lalu ada upaya untuk meningkatkan pendapatan per kapita masyarakat dengan meningkatkan pendapatan seiring dengan perubahan industri keuangan dan sebaliknya.

Untuk menghitung pendapatan nasional dapat dilakukan melalui tiga pendekatan,yaitu:

1. Pendekatan produksi (*production approach*).
2. Pendekatan pengeluaran (*expenditure approach*).
3. Pendekatan pendapatan (*income approach*).

Yang dimaksud pendapatan nasional dengan pendekatan produksi adalah nilai seluruh barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu negara dalam satu tahun tertentu. Cara menghitung pendapatan nasional dengan pendekatan produksi adalah dengan menjumlahkan nilai tambah yang diwujudkan oleh berbagai lapangan usaha (sektor ekonomi) dalam perekonomian.

Pada umumnya lapangan usaha (sektor ekonomi) untuk menghitung pendapatan nasional ada 11 sektor yaitu:

1. Pertanian, peternakan, kehutanan,dan perikanan .
2. Penggalian dan Pertambangan
3. Industri pengolahan.
4. Lisrtik jasa dan air minum
5. Bangunan
6. Perdagangan, hotel dan restoran.
7. Komunikasi dan Pengangkutan

8. Bank dan lembaga keuangan lainnya
9. Sewa rumah.
10. Pertahanan dan Pemerintah
11. Jasa-jasa lainnya.

Kemudian, yang dimaksud pendapatan nasional dengan pendekatan pengeluaran adalah penjumlahan seluruh pengeluaran yang dilakukan seluruh pelaku ekonomi (rumah tangga, perusahaan, pemerintah, masyarakat luar negeri) di dalam suatu negara selama periode tertentu (satu tahun). Pengeluaran dimaksud adalah:

1. Pengeluaran konsumsi rumah tangga
2. Pengeluaran konsumsi dan investasi pemerintah
3. Pengeluaran pengusaha investasi
4. Ekspor impor.

Selanjutnya, yang dimaksud pendapatan nasional dengan pendekatan pendapatan adalah pendapatan nasional yang dihitung dengan menjumlahkan balasan jasa yang diterima oleh faktor produksi, jenis-jenis pendapatan yang diterima yaitu:

1. Gaji dan upah;
2. Sewa, bunga dan pendapatan lainnya;
3. Pajak tidak langsung;
4. Penyusutan;
5. Laba (Keuntungan).

Dalam praktiknya, pendapatan nasional dinegara maju biasanya menggunakan pendekatan pengeluaran dan pendapatan. Adapun dinegara yang sedang berkembang menggunakan pendekatan produksi dan pengeluaran. Metode atau pendapatan mana yang digunakan tergantung pada mudah tidaknya memperoleh data lapangan dan tingkat validitas data tersebut.

Dengan metode perhitungan seperti yang telah dikemukakan, maka kegiatan proyek atau investasi yang dilaksanakan dapat diketahui sumbangan atau perannya dalam pendapatan nasional, seperti meningkatnya produksi seperti output di berbagai sektor, dimana investasi tersebut ditanam pada khususnya dan sektor lain pada umumnya.

Dari segi pendapatan, dengan adanya investasi tersebut dapat dihitung seberapa besar pendapatan yang diterima oleh berbagai golongan masyarakat, sehingga dapat meningkatkan tingkat kesejahteraannya. Begitu juga disisi pengeluaran yang dilakukan oleh berbagai golongan masyarakat, sehingga dapat mendongkrak *multiplier effect* kegiatan perekonomian lainnya.

Faktor yang mempengaruhi Pendapatan Nasional

Sebelum mengetahui tingkat pendapatan nasional, pemerintah melakukan sistem pembukuan terlebih dahulu. Dalam penyusunannya terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan nasional antara lain sebagai berikut:

1. Konsumsi

Pendapatan nasional terutama dipengaruhi oleh konsumsi. Penggunaan ini mencakup segala permintaan yang dilakukan negara untuk memperoleh tenaga kerja dan produk dalam jangka waktu tertentu. Tingkat konsumsi ini akan berdampak pada pendapatan nasional. Konsumsi akan menurun sehubungan dengan pendapatan, dan sebaliknya.

2. Investasi

Investasi dan tabungan merupakan dua faktor lagi yang berdampak pada pendapatan nasional. Karena berkaitan dengan tabungan negara, maka investasi dan tabungan

menjadi sangat penting. Keuntungan masa depan dari investasi dan tabungan dapat berkontribusi pada peningkatan pendapatan nasional.

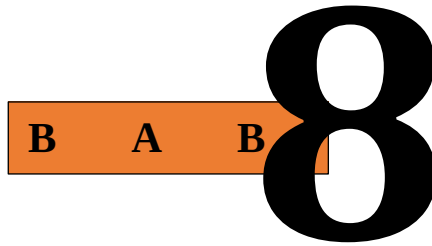
3. Faktor terakhir yang mempengaruhi pendapatan nasional adalah permintaan dan penawaran. Berdasarkan tingkat harga, hal ini erat kaitannya dengan tingkat permintaan dan penawaran suatu barang. Perubahan pada elemen-elemen yang menyertainya akan menyebabkan tingkat keuangan, misalnya biaya, pengangguran dan gaji individu berubah.

D. Ringkasan

1. Aspek ekonomi dan sosial yang perlu di kaji lebih jauh adalah apakah jika usaha atau proyek dijalankan akan memberikan manfaat secara ekonomi dan sosial kepada berbagai pihak atau sebaliknya.
2. Dampak yang timbul dari aspek ekonomi dan sosial dengan adanya suatu usaha atau investasi, antara lain: (1) dapat meningkatkan ekonomi rumah tangga, (2) menggali, mengatur, dan menggunakan ekonomi sumber daya alam, (3) meningkatkan perekonomian pemerintah baik lokal maupun regional, (4) pengembangan wilayah.

E. Evaluasi

1. Berikan satu contoh kasus suatu usaha di wilayah tertentu yang berpengaruh terhadap aspek ekonomi dan sosial



ANALISIS DAMPAK DAN LINGKUNGAN HIDUP (AMDAL)

TUJUAN INTRUKSIONAL

Setelah mempelajari bab ini, diharapkan pembaca mampu:

- A. Menjelaskan Pengertian Analisis Mengenai Dampak Lingkungan Hidup
- B. Menjelaskan Dampak Kegiatan Pembangunan Terhadap Lingkungan Hidup
- C. Menjelaskan Tujuan dan Kegunaan Studi AMDAL
- D. Menjelaskan Rona Lingkungan Hidup
- E. Menjelaskan Sistematika Penyusunan Dokumen AMDAL

A. Pengertian Analisis Mengenai Dampak Lingkungan Hidup

Kajian mengenai dampak penting lingkungan hidup dari suatu usaha atau kegiatan yang direncanakan disebut Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL). Kajian ini diperlukan untuk mengambil keputusan mengenai pelaksanaan usaha atau kegiatan. AMDAL disebut juga sebagai *Environmental Impact Analysis* (EIA) atau *Environmental Impact Statement* (EIS) atau *Environmental Impact Assessment* (EIA) atau *Environmental Impact and Statement* (EIS). Berikut ini sejumlah pengertian dan pendapat para ahli terkait dengan analisis dampak lingkungan.

1. UUD Nomor 32 Tahun 2009

Berdasarkan UUD Nomor 32 tahun 2009, Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) adalah kajian mengenai dampak penting pada lingkungan hidup dari suatu usaha dan atau kegiatan yang direncanakan untuk digunakan sebagai prasyarat pengambilan keputusan tentang penyelenggaraan usaha dan atau kegiatan serta termuat dalam perizinan berusaha atau persetujuan Pemerintah Pusat atau Pemerintah Daerah."

2. Peraturan Pemerintah Nomor 22 Tahun 2021

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 22 Tahun 2021, AMDAL adalah kajian mengenai dampak penting pada lingkungan hidup dari suatu usaha dan/atau kegiatan yang direncanakan, untuk digunakan sebagai prasyarat pengambilan keputusan tentang penyelenggaraan usaha dan/atau kegiatan serta termuat dalam perizinan berusaha atau persetujuan Pemerintah Pusat atau Pemerintah Daerah."

3. Peraturan Pemerintah Nomor 27 Tahun 2012 tentang Izin Lingkungan

Merupakan aturan pelaksanaan yang menjelaskan mekanisme dan tata cara pengajuan, penilaian, dan penerbitan Izin Lingkungan. Dalam aturan ini, AMDAL menjadi syarat utama untuk mendapatkan Izin Lingkungan.

4. Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan (Permen LH) Nomor P.20/Menlhk/Setjen/Kum.1/4/2018 tentang Pedoman Penyusunan Dokumen AMDAL dan UKL-UPL

Permen LH ini memuat pedoman teknis dalam penyusunan dokumen AMDAL dan Upaya Pengelolaan Lingkungan (UKL) – Upaya Pemantauan Lingkungan (UPL) sebagai alternatif AMDAL untuk proyek yang memiliki dampak relatif kecil terhadap lingkungan.

5. Bradley dan Caldwell (1978)

Menurut Bradley dan Caldwell, AMDAL merupakan suatu proses internalisasi pertimbangan lingkungan dalam proses perencanaan, pembuatan program, dan pengambilan keputusan.

6. Otto Soemarwoto (1999)

Definisi AMDAL menurut Otto sebagai suatu alat yang digunakan untuk merencanakan tindakan pencegahan atau preventive terhadap kerusakan lingkungan yang mungkin timbul akibat adanya suatu aktivitas kegiatan pembangunan.

B. Dampak Kegiatan Pembangunan terhadap Lingkungan Hidup

Tanpa suatu usaha atau proyek, kondisi atau kualitas lingkungan pada dasarnya akan berubah seiring berjalannya waktu dan ruang. Begitu pula dengan adanya suatu usaha atau proyek yang secara signifikan akan

mengubah kondisi atau kualitas lingkungan hidup. Dampak lingkungan merupakan perubahan mendasar yang akan ditimbulkan oleh kegiatan pengembangan bisnis atau proyek. Dampak penting dari AMDAL ditentukan berdasarkan kriteria:

1. Besarnya jumlah penduduk yang akan terkena dampak rencana usaha dan/atau kegiatan

Jumlah penghuni terdampak adalah penduduk yang tinggal di sekitar lokasi pelaksanaan proyek yang sumber informasinya dapat diperoleh dari informasi BPS Daerah dalam angka tahun lalu, sehingga dapat memperoleh dampak merugikan yang signifikan.

2. Luas wilayah penyebaran dampak

Luas persebaran dampak meliputi area disepanjang proyek ditentukan dengan Kilo Meter pada dimana lokasi proyek dilaksanakan.

3. Intensitas dan lamanya dampak berlangsung

Berlansungnya atau Beroperasinya terus menerus sampai proyek selesai, misalnya Proyek Jalan Tol maka tidak akan ada lagi pemanfaatan lahan seperti sebelumnya kecuali aksi penghijauan yang merupakan bagian dari AMDAL.

4. Banyaknya komponen lingkungan hidup lain yang akan terkena dampak

Penurunan kualitas udara akibat meningkatnya polusi, misalnya debu emisi kendaraan, juga akan terkena dampaknya. Bangunan di sepanjang jalan akan terkontaminasi debu sehingga mengurangi resapan air dan ruang terbuka hijau (RTH) seiring kenaikan suhu udara. Akibatnya, persepsi dan kenyamanan masyarakat akan terganggu.

5. Berbalik atau tidak berbaliknya dampak

Dampak yang ditimbulkan biasanya tidak akan hilang setelah proyek selesai karena, misalnya, setelah proses penebangan pohon selesai, tidak akan ada penanaman kembali di kawasan atau lokasi yang sama. Namun boleh saja ada penanaman, namun jumlah pohon dan lokasinya tidak sama, bisa di satu tempat atau di beberapa tempat.

6. Kriteria lain sesuai dengan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

Adapun dampak yang ditimbulkan dari adanya usaha atau proyek dalam lingkungan hidup antara lain menurut Rizal (2016):

1. Pra Konstruksi

- a. Pemukiman penduduk
- b. Keresahan masyarakat
- c. Persepsi masyarakat
- d. Konflik Sosial

2. Konstruksi

- a. Kebisingan dan getaran
- b. Perubahan kualitas udara
- c. Perubahan kualitas air
- d. Perubahan tingkat permeabilitas tanah
- e. Permasalahan flora dan fauna
- f. Kecelakaan lalu lintas darat

3. Pasca Konstruksi

- a. Perubahan kualitas udara
- b. Kebisingan dan getaran
- c. Limbah padat dan cair
- d. Masalah flora dan fauna
- e. Masalah transportasi
- f. Ekonomi dan budaya
- g. Radiasi alat-alat navigasi

C. Tujuan dan Kegunaan Studi AMDAL

Alat Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) digunakan untuk mengevaluasi dampak lingkungan yang signifikan dari suatu bisnis atau proyek pembangunan. AMDAL memastikan bahwa pengambil keputusan bisnis mempertimbangkan potensi dampak lingkungan sesegera mungkin dan berusaha untuk menghindari, meminimalkan, atau mengimbangi dampak tersebut. Adapun tujuan dari studi AMDAL menurut Sugiyanto (2022) yaitu:

1. Tujuan Amdal adalah memperkirakan dampak yang mungkin ditimbulkan oleh kegiatan usaha atau proyek pembangunan yang direncanakan.
2. Amdal mampu menentukan potensi dampak kesehatan, sosial, dan lingkungan dari usulan pembangunan sehingga pengembang proyek dan administrator proyek menyadari potensi hasil dari keputusan mereka.
3. Ketika memutuskan apakah akan memberikan izin perencanaan untuk suatu proyek yang mungkin mempunyai dampak signifikan terhadap lingkungan, pastikan bahwa otoritas perencanaan mempertimbangkan lingkungan.

Adapun kegunaan atau manfaat dari studi AMDAL yaitu:

1. Pemerintah
 - a. Membantu proses perencanaan untuk mencegah terjadinya pencemaran dan kerusakan lingkungan;
 - b. Mencegah konflik yang terjadi dengan masyarakat;
 - c. Menjaga proses pembangunan berjalan sesuai dengan prinsip pembangunan yang berkelanjutan.
2. Pemilik Usaha
 - a. Membantu usaha dan kegiatan menjadi lebih terjamin dan aman;

- b. Referensi untuk pengajuan kredit atau pembiayaan;
 - c. Sarana dalam membantu interaksi dengan masyarakat sebagai bukti ketaatan terhadap lingkungan.
3. Masyarakat
- a. Menjelaskan kepada masyarakat mengenai dampak yang akan terjadi setelah usaha atau proyek berjalan;
 - b. Masyarakat dapat berpartisipasi dalam pelaksanaan dan mengontrol kegiatan tersebut;
 - c. Masyarakat dapat ikut terlibat dalam pengambilan keputusan yang akan berpengaruh pada lingkungannya.

D. Rona Lingkungan Hidup

Dengan membandingkan kondisi lingkungan yang diharapkan setelah pelaksanaan proyek dengan kondisi awal sebagai data dasar, dampak proyek yang diusulkan harus dievaluasi. Perubahan keadaan alam pada saat pelaksanaan proyek merupakan dampak ekologis dari usulan usaha atau usaha. Rona lingkungan hidup merupakan deskripsi dari kondisi lingkungan di wilayah usaha atau proyek dalam kondisi dasar (Stevens & Antero, 2016).

Penyusunan deskripsi dari rona lingkungan merupakan bagian dasar yang sangat penting dalam proses AMDAL. Kemampuan alat ukur ekologi adalah menilai kondisi iklim tanpa usaha dan kondisi iklim pada saat tugas sedang berjalan. Para pengambil keputusan yang mengevaluasi rencana proyek atau kegiatan dapat mengambil manfaat dari data dasar lingkungan hidup. Secara umum lingkungan sangat berbeda-beda baik bentuk, ukuran, tujuan, dan sebagainya. Keragaman faktor

lingkungan, pengaruh manusia, dan lokasi geografis juga mempengaruhi warna lingkungan.

Terdapat beberapa komponen yang diukur dalam rona lingkungan hidup menurut L.L Bernard dalam (Siahaan, 2009):

1. Geo fisik kimia (Iklim, kualitas udara, tanah, udara, laut, radiasi, gaya tarik, ombak dan sebagainya);
2. Biologi (mikroorganisme, parasite, hewan, tumbuh-tumbuhan);
3. Social (demografi, ekonomi dan budaya);
4. Kesehatan masyarakat (sanitasi lingkungan dan tingkat kesehatan masyarakat).

E. Sistematika Penyusunan Dokumen AMDAL

AMDAL merupakan hasil studi mengenai dampak suatu kegiatan yang direncanakan terhadap lingkungan hidup yang diperlukan bagi proses pengambilan keputusan. Secara garis besar proses AMDAL terdiri dari proses penapisan wajib AMDAL, proses pengumuman, proses pelingkupan, penyusunan dan penilaian KA-ANDAL, Penyusunan dan penilaian ANDAL dan RKL-RPL, Persetujuan Kelayakan Lingkungan (Sudarwanto, 2018). Berikut sistematika penyusunan dokumen AMDAL (Keputusan Kepala Bappedal No.9 Tahun 2000 Tentang Pedoman Penyusunan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan Hidup):

1. Ringkasan

Rencana dan/atau kegiatan suatu usaha yang mempunyai dampak besar dan penting pada tahap prakonstruksi, konstruksi, pengoperasian, dan pascaoperasi; informasi tentang kemungkinan kesenjangan, kekurangan, dan keterbatasan data, serta

hal-hal lain yang dianggap sangat penting untuk melengkapi ringkasan.

2. Bab I Pendahuluan

Penjelasan singkat mengenai latar belakang tujuan usaha atau proyek, peraturan perundang-undangan, dasar kebijakan, dan keterkaitan rencana usaha dan/atau kegiatan serta dampak penting dan penting yang terjadi.

3. Bab II Ruang Lingkup Studi

Penjelasan singkat mengenai tujuan usaha atau proyek, konteks sejarahnya, peraturan perundang-undangan, dasar kebijakan, dan keterkaitan rencana dan/atau kegiatan usaha serta dampak penting dan penting yang terjadi.

4. BAB III Metoda Studi

Metode pengumpulan data, metode analisis atau alat yang digunakan serta lokasi pengumpulan data berbagai komponen lingkungan hidup yang diteliti.

5. BAB IV Rencana Usaha dan atau Kegiatan

- a. Identitas pemrakarsa dan penyusun ANDAL;
- b. Tujuan rencana usaha;
- c. Kegunaan dan keperluan rencana usaha;
- d. Keterkaitan usaha atau proyek dengan kegiatan lain disekitarnya.

6. BAB V Rona Lingkungan Hidup

Komponen-komponen lingkungan hidup, kondisi kualitatif dan kuantitatif dari berbagai sumber daya alam yang ada di wilayah studi rencana usaha atau proyek.

7. BAB VI Prakiraan Dampak Besar dan Penting

Prakiraan secara cermat dampak usaha atau kegiatan yang dilakukan menggunakan metoda-metoda formal secara matematis.

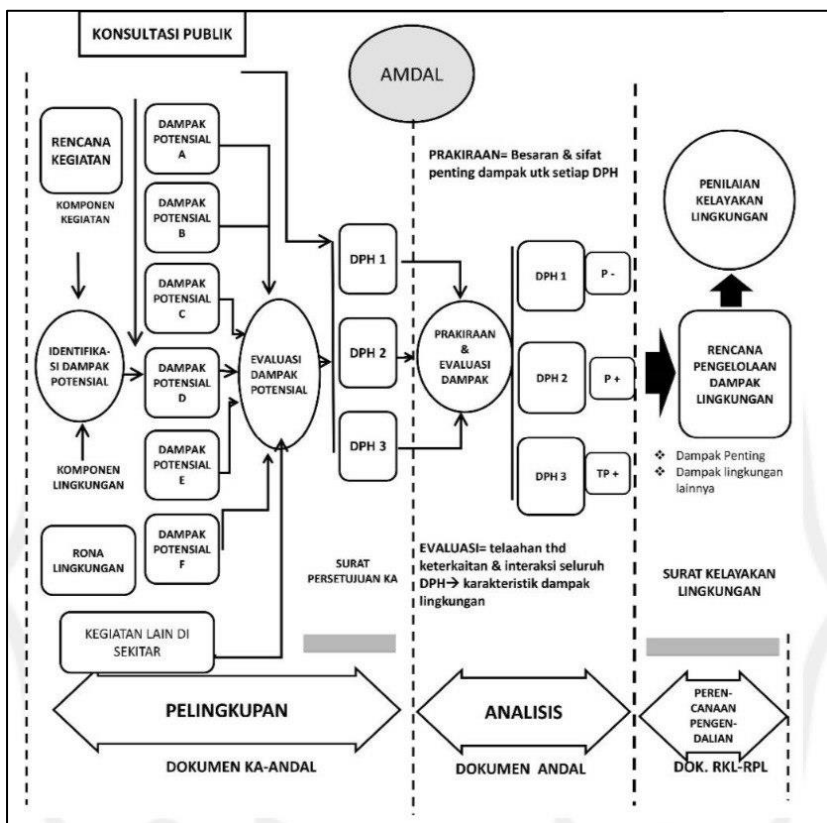
8. BAB VII Evaluasi Dampak Besar dan Penting

Analisa secara tuntas berbagai dampak penting dan penting terhadap lingkungan hidup secara keseluruhan yang saling berhubungan, saling mempengaruhi, dan memerlukan pengelolaan.

9. BAB VIII Daftar Pustaka

Rujukan data dan pernyataan-pernyataan penting yang ditunjang oleh kepustakaan ilmiah.

10. BAB IX Lampiran



Gambar 8. 1. **Kerangka Penyusunan Dokumen AMDAL**

Sumber: Sudarwanto (2018)

F. Ringkasan

1. Kajian mengenai dampak besar dan penting terhadap lingkungan hidup suatu usaha atau kegiatan yang direncanakan disebut Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL). Kajian ini diperlukan untuk mengambil keputusan mengenai pelaksanaan usaha atau kegiatan.
2. Dampak penting dari AMDAL ditentukan berdasarkan kriteria: (1). Besarnya jumlah penduduk yang akan terkena dampak rencana usaha dan/atau kegiatan, (2). Luas wilayah penyebaran dampak, (3). Intensitas dan lamanya dampak berlangsung, (4) Banyaknya komponen lingkungan hidup lain yang akan terkena dampak, (5) Berbalik atau tidak berbaliknya dampak, (6) Kriteria lain sesuai dengan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.

G. Evaluasi

1. Apabila telah dilakukan kajian AMDAL dan dinyatakan tidak memenuhi, maka apakah suatu usaha masih tetap dibangun di wilayah tersebut!
2. Seberapa penting AMDAL dalam studi kelayakan bisnis?

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sojan. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Daoed. T.S., M.A. Nasution. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis (Teori dan Aplikasi Keuangan Dalam Bisnis)*. Medan: Undhar Press.
- Diani, Ramdani. (2020). *Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi*. Jakarta (ID): Media Komputindo.
- Fadhilah, Meita. (2019). Penegakan Hukum Persaingan Usaha Tidak Sehat Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Kerangka Ekstrateritorial. *Jurnal Wawasan Yuridika*. 3(1): 55–72.
- Fatimah, Siti. (2022). Aspek-Aspek Hukum Dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*. 3(6): 609-620.
- Harahap, M. Y. (2011). *Hukum Perseroan Terbatas*. Jakarta. Sinar Grafika.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Askara.
- Helmi, A. (2018). *Aspek Hukum Dalam SKB*. (<https://andrihelmi.com/wp-content/uploads/2019/03/5-AspekHukum-dalam-SKB.pdf>). Diakses tanggal 10 Februari 2024.
- Henry, Ma'aruf. (2007). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hermawan, Kartajaya dan M.S. Sula. (2006). *Syari'ah Markering*. Bandung: Mizan.
- Hidayah, N. (2021). *Komunikasi Pemasaran Pariwisata Terintegrasi di Masa Kini*. <https://pemasaranpariwisata.com/2021/05/03/komunikasipemasaran-pariwi/>. Diakses tanggal 15 Februari 2024.

- Ichsan, R.Z. (2019). *Studi Kelayakan Bisnis (Business Feasibility Study)*. Medan: CV. Manhaji
- Idayanti, S. (2020). *Hukum Bisnis*. Yogyakarta: Tanah Air Beta.
- Jain, N., Samovar, L., & Porter, R. (1981). *Scope of Environmental Hue*. Belmont. CA: Wadsworth.
- Joan C. Curtis, & Barbara Giamanco. (2010). *The New Handshake: Sales Meets Social Media*. Britania Raya : Bloomsbury Academic.
- Johan, Suwinto. (2011). *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kasmir & Jakfar. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis (Edisi Revisi)*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Kurniawan, Zaki. (2023). *Dasar-Dasar Studi Kelayakan Bisnis*. Purbalingga: Eureka Media Aksara
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Marketing Manajemen, Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (1976). *Marketing. Jilid 1 (Edisi Bahasa Indonesia dari Marketing Essentials)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. dan Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Kedua Belas Jilid 1*. Jakarta: PT. Macan Jaya Cemerlang.
- Kuntowicaksono. (2012). Pengaruh Pengetahuan Wirausaha Dan Kemampuan Memecahkan Masalah Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Sekolah Menengah Kejuruan. *The Journal of Economic Education*. 1(1): 2152-4068.
- Levens, M. (2010). *Marketing: Defined, Explained, Applied. International Edition*. Pearson: Prentice Hall.
- Nasrullah & Syahrullah. (2022). Eksistensi Usaha Perseorangan Pasca Lahirnya UU Cipta Kerja. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*. 6(2). 2486-2493.

- Nasution, K. & A. Kurniawan. (2020). Pendaftaran Commanditaire Vennotschap (CV) Setelah Terbitnya Permenkumham No 17 Tahun 2018. *Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag*. 4(1): 50-68.
- Nurjanah. (2013). Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis Pada Pt Dagang Jaya Jakarta. *Journal The WINNERS*. 14(1): 20-28.
- Obago, S. O. (2014). *Effect Of Financial Literacy On Management Of Personal Finances Among Employees Of Commercial Banks In Kenya*. Doctoral Dissertation University of Nairobi.
- Permadi. (2019). Pengaturan Mengenai Pendaftaran Pendirian Firma Pada Sistem Administrasi Badan Usaha. *Acta Comitas : Jurnal Hukum Kenotariatan*. 4(3): 475 – 484.
- Purnomo, Sugianto & Riawan. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis*. Ponorogo: UMP Press.
- Redaksi OCBC NISP. (2023). *Kenali Pengertian Pendapatan Nasional, Manfaat, & Komponen*. <https://www.ocbc.id/id/article/2021/08/12/pendapatan-nasional-adalah>. Diakses tanggal 20 Februari 2024.
- Rifki, Ardianto. (2017). Peran Notaris Dalam Perjanjian Waralaba Antara Pt Pos Indonesia (Persero) Pati Dengan Badan Usaha Perseorangan. *Jurnal Akta*. 4(1): 83 – 90.
- Rizal, Reda. (2016). *Studi Kelayakan Lingkungan (Amdal, UKL-UPL, DAN SPPL)*. Jakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Siahaan, H. (2009). *Manajemen Risiko pada Perusahaan dan Birokrasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sinaga, Anita. (2018). Hal-Hal Pokok Pendirian Perseroan Terbatas Di Indonesia. *Journal Universitas Suryadarma*. 8(2).

- Sofjan, A. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Stevens, B. & Antero, S. (2016). *Studi Rona Lingkungan Hidup*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sudartono, T. (2019). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Usaha Mikro Kecil. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*. 10(1) : 2086-4620.
- Sudarwanto, B. (2018). *Sistematika Penyusunan Dokumen AMDAL*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyanto, Gito (2022). *Analisis Dampak Lingkungan (AMDAL)*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Suprpto H. (2016). Meningkatkan Pemahaman dan Aktifitas Siswa Terhadap Materi Hukum Melalui Pengimplementasian Model Pembelajaran Langsung Pada Pengadilan Negeri Ponorogo. *JPK: Jurnal Pancasila dan Kewarganegaraan*, 1(1): 60-70.
- Supriadi. (2021). Pengaruh Kredit Usaha Rakyat (KUR) terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus pada Nasabah KUR BRI Unit Sumobito Kantor Cabang Jombang). *Jurnal eBa*, 8 (2).
- Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat.
- Susetyarsi. (2011). Strategi Penetapan Posisi (Positioning). *Jurnal Stie Semarang*. 3(3).
- Syarif, K. (2011). *Analisis Kelayakan Usaha Produk Minyak Aromatik Merek Flosh*. Institut Pertanian Bogor.
- Wartika, I.W. (2015). Analisis Faktor Penyebab Kegagalan Usaha Penerima Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) di Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha Tahun 2013). *Ekuitas : Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 3(1) 41-51.

- Widjaya, I. G. R. (2006). *Hukum Perusahaan: Undang-undang dan Peraturan Pelaksanaan di Bidang Usaha*. Jakarta: Kesaint Blanc.
- Wijatno, S. (2009). *Pengantar Entrepreneurship*. Jakarta: PT Gramedia Widiasara Indonesia.
- Winarto. H. (2011). Strategi Pemasaran. *Majalah Ilmiah Ekonomika*. 14(3).
- Zainal, V. R. (2017). *Islamic Marketing Management*. Jakarta: PT Bumi Aksara.