

**STUDI  
KELAYAKAN  
BISNIS**

deepublish / publisher

## UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

### **Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4**

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

### **Pembatasan Pelindungan Pasal 26**

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

### **Sanksi Pelanggaran Pasal 113**

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

# **STUDI KELAYAKAN BISNIS**

La Sudarman, S.Pd., M.M.  
Dr. Dhiana Ekowati, S.E., M.M.  
Reijeng Tabara, M.M.  
Wa Ode Ida, S.Pd.

 **deepublish**

*Cerdas, Bahagia, Mulia, Lintas Generasi.*

**STUDI KELAYAKAN BISNIS**

**La Sudarman ... [et al.]**

Desain Cover :  
**Syaiful Anwar**

Sumber :  
<https://www.shutterstock.com> (TippaPatt)

Tata Letak :  
**G.D. Ayu**

Proofreader :  
**Tiara Nabilah Azalia**

Ukuran :  
**viii, 219 hlm, Uk: 17.5x25 cm**

ISBN :  
**No ISBN**

Cetakan Pertama :  
**Bulan 2023**

Hak Cipta 2023, Pada Penulis

---

Isi diluar tanggung jawab percetakan

---

**Copyright © 2023 by Deepublish Publisher**  
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang.  
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau  
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini  
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**PENERBIT DEEPUBLISH**  
**(Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA)**

Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

Jl.Rajawali, G. Elang 6, No 3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman

Jl.Kaliurang Km.9,3 – Yogyakarta 55581

Telp/Faks: (0274) 4533427

Website: [www.deepublish.co.id](http://www.deepublish.co.id)

[www.penerbitdeepublish.com](http://www.penerbitdeepublish.com)

E-mail: [cs@deepublish.co.id](mailto:cs@deepublish.co.id)

---

## KATA PENGANTAR

---

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah Swt., atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan buku referensi yang berjudul **Studi Kelayakan Bisnis**. Buku ini terdiri dari 8 bab, di setiap bab dimulai dengan Capaian Pembelajaran dan diakhiri dengan Evaluasi.

Tak lupa pula penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu para penulis dalam menyelesaikan buku ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman yang telah berkontribusi dalam pembuatan buku ini. Buku ini memberikan materi dan konsep mengenai Studi Kelayakan Bisnis. Bagi para mahasiswa yang memprogramkan mata kuliah Studi Kelayakan Bisnis dapat membantu dalam menyelesaikan permasalahan yang terkait dengan mata kuliah ini.

Penulis menyadari ada kekurangan pada karya buku ini. Oleh sebab itu, saran dan kritik senantiasa diharapkan demi perbaikan karya penulis. Penulis berharap semoga buku ini mampu memberikan pengetahuan tentang konsep Studi Kelayakan Bisnis baik secara teori maupun praktik di lapangan.

Baubau, 30 September 2023

Penulis.

---

## DAFTAR ISI

---

KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
<b>BAB 1 PROLOG.....</b>	<b>1</b>
1. Capaian Pembelajaran.....	1
2. Pengertian Bisnis.....	1
3. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis.....	4
4. Alasan Melakukan Studi Kelayakan Bisnis.....	6
5. Tujuan dan Manfaat Studi Kelayakan Bisnis.....	8
6. Kesalahan dalam Menyusun Studi Kelayakan Bisnis.....	12
7. Desain dan Tahapan Studi Kelayakan Bisnis.....	13
8. Evaluasi.....	18
<b>BAB 2 KAJIAN ASPEK LEGALITAS.....</b>	<b>19</b>
1. Capaian Pembelajaran.....	19
2. Definisi Badan Hukum Usaha.....	19
3. Jenis-Jenis Badan Usaha.....	21
4. Perizinan Usaha dan Izin Lainnya.....	32
5. Evaluasi.....	34
<b>BAB 3 KAJIAN ASPEK TEKNIS.....</b>	<b>36</b>
1. Capaian Pembelajaran.....	36
2. Pengertian Aspek Teknis.....	36
3. Penentuan Lokasi Usaha.....	38
4. Penentuan Luas dan Besaran Produksi.....	42
5. Tata Letak ( <i>Layout</i> ).....	43
6. Pemilihan Teknologi.....	50

7. Penentuan Metode Persediaan .....	50
8. Evaluasi.....	53
<b>BAB 4 KAJIAN ASPEK PASAR DAN PEMASARAN.....</b>	<b>54</b>
1. Capaian Pembelajaran.....	54
2. Pengertian Pasar dan Pemasaran .....	54
3. Struktur dan Jenis Pasar .....	56
4. Analisis Pasar dan Pemasaran .....	61
5. Segmentasi, Sasaran dan Posisi Pasar .....	66
6. Strategi Bauran Pemasaran .....	68
7. Teknik Peramalan Pasar .....	78
8. Evaluasi.....	82
<b>BAB 5 KAJIAN ASPEK FINANSIAL .....</b>	<b>83</b>
1. Capaian Pembelajaran.....	83
2. Pengertian Aspek Finansial.....	83
3. Sumber Pendanaan Bisnis .....	85
4. Analisis Aliran Kas ( <i>Cash Flow</i> ) .....	87
5. Kriteria Penilaian Investasi .....	91
6. Analisis Laporan Keuangan.....	102
7. Pengukuran dengan Rasio Keuangan.....	110
8. Evaluasi.....	126
<b>BAB 6 KAJIAN ASPEK MANAJEMEN DAN ORGANISASI.....</b>	<b>127</b>
1. Capaian Pembelajaran.....	127
2. Pengertian Manajemen dan Organisasi .....	127
3. Manajemen Proyek .....	131
4. Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) .....	135
5. Organisasi .....	143
6. Evaluasi.....	153
<b>BAB 7 KAJIAN ASPEK EKONOMI DAN SOSIAL.....</b>	<b>154</b>
1. Capaian Pembelajaran.....	154
2. Pengertian Aspek Ekonomi dan Sosial .....	154
3. Dampak Ekonomi .....	155

4. Dampak Sosial .....	163
5. Evaluasi.....	164
<b>BAB 8 KAJIAN ASPEK LINGKUNGAN HIDUP.....</b>	<b>166</b>
1. Capaian Pembelajaran.....	166
2. Pengertian Aspek Lingkungan Hidup .....	166
3. Rona Lingkungan Hidup.....	170
4. Prakiraan AMDAL.....	175
5. Ruang Lingkup Studi Penyusunan Dokumen AMDAL.....	180
6. Sistematika Penyusunan Dokumen AMDAL .....	182
7. Integrasi Hasil Penelitian Ke dalam Pembelajaran .....	184
8. Evaluasi.....	197
DAFTAR PUSTAKA .....	198
INDEKS.....	203
GLOSARIUM.....	208
PROFIL PENULIS .....	217



# BAB 1

## PROLOG

### 1. Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari pokok bahasan ini, mahasiswa diharapkan mampu:

- a) Menjelaskan pengertian bisnis dan studi kelayakan bisnis.
- b) Menjelaskan berbagai alasan perlu melakukan studi kelayakan bisnis.
- c) Menjelaskan tujuan dan manfaat studi kelayakan bisnis.
- d) Menjelaskan desain dan tahapan studi kelayakan bisnis.

### 2. Pengertian Bisnis

Dalam perspektif ilmu ekonomi, dikenal adanya faktor produksi. Perekonomian dapat bergerak manakala keempat faktor produksi: tanah, modal, sumber daya manusia dan *entrepreneurship*, berfungsi optimal. Meski semua faktor produksi itu penting dan saling terkait, *entrepreneurship* yang paling berperan mengorganisir ketiga faktor produksi lainnya dalam payung perusahaan/entitas bisnis (Hidayat, 2020).

Secara umum bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rezeki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Skinner mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Menurut Anoraga dan Soegiastuti, bisnis memiliki makna dasar sebagai "*the buying and selling of goods and services*". Adapun dalam pandangan Straub dan Attner, bisnis dengan definisi lain adalah suatu organisasi yang menjalankan

aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit (Zaroni, 2007).

Bisnis diartikan sebagai usaha untuk memperoleh keuntungan sesuai tujuan dan target dalam berbagai bidang, baik dilihat dari segi kuantitas, kualitas maupun waktunya. Keuntungan merupakan tujuan utama dalam dunia bisnis, terutama bagi pemilik bisnis baik jangka pendek maupun jangka panjang. Keuntungan yang dimaksud adalah keuntungan finansial. Besarnya keuntungan ditetapkan sesuai target dan batas waktunya.

Menurut Philip Kotler suatu bisnis juga memiliki lingkungan eksternal, yaitu kondisi-kondisi yang berada diluar perusahaan dan tidak dapat dikendalikan perusahaan. Kondisi-kondisi ini meliputi kondisi politik, ekonomi, sosial, teknologi, legal dan lingkungan hidup. Lingkungan eksternal yang lain adalah lingkungan industri, yaitu suatu lingkungan di mana produk-produk perusahaan berada dan terlibat dalam persaingan. Selain itu perusahaan juga melakukan kerja sama agar produk secara keseluruhan tetap dapat bertahan dan terus berkembang.

Perusahaan yang didirikan untuk tujuan profit biasanya memikirkan bagaimana pengembalian modal atau dana yang ditanam dalam waktu yang relatif singkat (Ekowati, dkk, 2023). Ini berarti, suatu usaha harus memperhatikan tingkat pengembalian investasi dalam jangka waktu tertentu dan dapat memberikan keuntungan secara finansial. Apabila tidak dapat diperkirakan tingkat pengembalian, maka perusahaan tidak dapat dijalankan oleh para pelaku bisnis.

Pelaku bisnis perlu menyadari bahwa kondisi lingkungan bisnis tidak dapat diprediksi secara pasti, bahkan dipenuhi dengan ketidakpastian. Ketidakpastian dapat terjadi di berbagai bidang kehidupan baik ideologi, politik, ekonomi, budaya, pertahanan dan keamanan, perilaku konsumen dan perubahan lingkungan masyarakat. Faktor-faktor tersebut

dapat mengakibatkan suatu perencanaan menjadi tidak tercapai sehingga dapat menimbulkan risiko kerugian. Pengaruh perekonomian di suatu daerah atau negara lain misalnya, dapat mengakibatkan harga yang tidak stabil dan bahkan memiliki kecenderungan atas kenaikan biaya produksi. Harga jual produk menjadi lebih mahal sehingga menyulitkan pelaku bisnis menjual produk ke pasar. Pada saat yang sama, daya beli masyarakat rendah atau mengalami penurunan.

Pelaku bisnis semestinya jeli mengamati dinamika lingkungan eksternal, selain juga menganalisis berbagai faktor internal penyebab kegagalan bisnis di antaranya:

1. Tidak memiliki pengetahuan yang komprehensif tentang pasar.
2. Tidak memiliki pengetahuan komprehensif tentang persyaratan teknis usaha.
3. Tidak memiliki pengetahuan komprehensif tentang aspek finansial.
4. Produk yang ditawarkan tidak memiliki keunikan.
5. Pemahaman yang kurang tentang aspek-aspek hukum terkait dengan usaha.

Menurut Griffin dan Ebert (1997: 156) dalam (Dewi Astuti, 2005), enam puluh persen dari usaha kecil baru hanya dapat bertahan kurang dari enam tahun. Beberapa hal yang seringkali menjadi penyebab kegagalan usaha kecil adalah:

- Pengalaman serta keunggulan manajemen yang rendah.
- Setelah pembukaan bisnis baru dan tampak sukses, pemilik dan para manajer kurang komitmen atau lalai sehingga gagal memfokuskan diri pada bisnisnya. Membuka usaha kecil membutuhkan waktu, pengorbanan dan komitmen yang tinggi untuk bekerja secara serius dalam waktu yang lebih lama.
- Sistem kontrol yang lemah. Kontrol sistem akan membantu pemilik dan manajer untuk memonitor biaya,

memonitor kapasitas produksi dan sebagainya. Bila sistem kontrol lemah maka sistem tidak memberikan sinyal masalah yang akan segera terjadi, dan manajer akan berada dalam situasi masalah yang serius sebelum kesulitan-kesulitan membuatnya terjaga.

- o Kekurangan modal. Faktor-faktor yang bisa menyukseskan usaha kecil yaitu:
  - 1) Bekerja keras, motivasi untuk sukses serta dedikasi yang tinggi;
  - 2) Permintaan pasar yang tersedia cukup tinggi;
  - 3) Keahlian manajemen;
  - 4) Keberuntungan.

### **3. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis**

Pelaku bisnis dalam aktivitasnya selalu terlibat dalam proses pengambilan keputusan terkait investasi. Bagaimana meminimalisir risiko dan memperoleh keuntungan maksimal dari keputusan investasi. Oleh karenanya, keputusan investasi selalu mempertimbangkan faktor-faktor antara lain: a) besar kecilnya investasi; b) ketidakpastian bisnis; dan c) kompleksitas variabel yang berpengaruh.

Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan mempelajari secara mendalam tentang layak atau tidaknya suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan (Hidayat, 2020). Mempelajari secara mendalam berarti, meneliti secara sungguh-sungguh data dan informasi. Selanjutnya diukur, dihitung, dan dianalisis dengan menggunakan metode tertentu. Sedangkan bisnis berarti: usaha yang dijalankan memberikan manfaat baik finansial maupun nonfinansial. Kelayakan menunjukkan apakah usaha yang dijalankan memberikan manfaat besar dibandingkan biaya.

Studi kelayakan bisnis juga sering disebut studi kelayakan proyek, yaitu penelitian tentang dapat tidaknya suatu proyek dilaksanakan dengan berhasil. Proyek mempunyai arti suatu pendirian usaha baru atau pengenalan sesuatu (barang atau jasa) yang baru ke dalam suatu produk yang sudah ada. Pengertian keberhasilan bagi pihak yang berorientasi profit

dan pihak nonprofit bisa berbeda. Pihak yang berorientasi profit mengartikan keberhasilan suatu proyek dalam artian yang lebih terbatas dibandingkan dengan pihak nonprofit, yaitu diukur dengan keberhasilan proyek tersebut dalam menghasilkan profit. Adapun bagi pihak nonprofit (misalnya, pemerintah dan lembaga nonprofit lainnya), pengertian keberhasilan bisa berupa, misalnya seberapa besar penyerapan tenaga kerjanya, pemanfaatan sumber daya yang melimpah di tempat tersebut, dan faktor-faktor lain yang dipertimbangkan terutama yang bermanfaat bagi masyarakat luas (Saebani, 2018).

Adapun lingkup kegiatan studi kelayakan bisnis secara umum, terdiri atas 3 komponen utama, yaitu:

1. Analisis kebutuhan, data-data yang dibutuhkan didapat dengan melakukan survei/pengumpulan data sekunder maupun primer serta kajian yang tepat.
2. Studi kelayakan teknis, kelayakan teknis perlu dilakukan kajian terhadap lokasi investasi yang tepat serta solusi-solusi teknik dalam proyek tersebut.
3. Studi kelayakan finansial, dilakukan untuk memenuhi kedua aspek di atas. Hal-hal yang perlu diketahui adalah *Start-Up Cost (S)*, *Operating Cost (O)*, *Revenue Projections (R)*, *Source of Financing (S)* dan *Profitability Analysis*.

Untuk melihat layak atau tidaknya usaha dapat dilihat dari berbagai aspek. Setiap aspek memiliki standard dan nilai tertentu. Akan tetapi, keputusan penilaian didasarkan pada seluruh aspek sesuai dengan jenis usaha. Ukuran kelayakan setiap jenis usaha berbeda-beda. Namun demikian, setiap aspek untuk menyatakan layak atau tidaknya adalah sama. Penilaian masing-masing aspek harus dinilai secara keseluruhan bukan penilaian setiap aspek. Jika terdapat aspek yang kurang layak, maka perlu diberikan beberapa

saran perbaikan, sehingga memenuhi kriteria layak dan tidak layak.

Dalam melakukan usaha, khususnya untuk memulai usaha baru, pelaku bisnis harus sadar dan mampu menganalisis situasi dan situasi lingkungan secara cermat dan tepat antara lain, yaitu:

1. Apakah ada peluang usaha di bidang yang akan dimasuki?
2. Apakah Anda tahu betul seluk beluk bidang yang akan dimasuki?
3. Apakah Anda tahu persis siapa pesaing dan calon pesaing Anda dalam bidang tersebut?
4. Apakah Anda tahu persis berapa besar pasar (jumlah penduduk, tingkat pendapatan, selera dan lain-lain)?
5. Berapa persen kira-kira pasar potensial yang hendak Anda rebut atau layani?
6. Anda harus tahu teknik pembuatan barang yang akan Anda buat atau barang yang akan Anda jual.
7. Apakah teknologi yang Anda gunakan cepat berubah?
8. Apakah Anda tahu persis pemasok bahan baku?
9. Apakah Anda mengetahui sumber tenaga kerja, cara mendapatkannya?
10. Apakah Anda juga mengetahui segala peraturan yang menyangkut bidang usaha Anda, seperti undang-undang tentang gangguan, izin usaha pajak dan lain sebagainya?

#### **4. Alasan Melakukan Studi Kelayakan Bisnis**

Studi kelayakan yang dilakukan pelaku bisnis untuk mengkaji berbagai hal terkait investasi. Rencana investasi tidak akan dilakukan tanpa melalui proses penilaian komprehensif. Ini menunjukkan bahwa studi kelayakan merupakan suatu langkah kritis dan penting dalam suatu investasi. Jika dilaksanakan secara tepat akan memberikan keputusan investasi yang terbaik. Beberapa alasan mengapa perlu melakukan studi kelayakan bisnis di antaranya:

- a) Memunculkan beberapa alternatif sehingga memberikan arah atau fokus terhadap rencana investasi.
- b) Mengurangi alternatif-alternatif yang ada.
- c) Memberikan alasan untuk melanjutkan atau tidak melanjutkan suatu investasi.
- d) Meningkatkan kemungkinan untuk sukses atau tercapai tujuan investasi dengan cara mengidentifikasi dan mengulangi pengaruh dari bisnis/proyek sedini mungkin.
- e) Menyediakan informasi yang berkualitas bagi pengambil keputusan.
- f) Menyediakan informasi untuk menarik minat investor.

Setiap bisnis memerlukan adanya studi kelayakan bisnis pada saat memulai usahanya meskipun dengan intensitas yang berbeda-beda. Intensitas pada penyusunan studi kelayakan bisnis tergantung pada beberapa hal berikut ini:

- a) Besar kecilnya dampak yang dapat ditimbulkan  
Semakin besar dampak yang dapat ditimbulkan dari ide bisnis yang akan dijalankan, semakin tinggi kecermatan yang diperlukan dalam menyusun studi kelayakan bisnis. Sebaliknya semakin kecil dampak yang dapat ditimbulkan dari ide bisnis yang akan dijalankan, semakin rendah tuntutan akan kecermatan dalam menyusun studi kelayakan.

Contoh:

Studi kelayakan bisnis yang dilakukan PLTN (Nuklir) vs. PLTA

- b) Besar kecilnya tingkat kepastian bisnis  
Semakin besar tingkat ketidakpastian suatu bisnis, semakin tinggi intensitas dalam menyusun studi kelayakan bisnis, sebaliknya semakin kecil tingkat ketidakpastian bisnis, semakin rendah intensitas dalam menyusun studi kelayakan

Contoh:

Studi kelayakan bisnis pada industri yang memiliki banyak pesaing, selera pasar yang senantiasa berubah, dan

teknologi yang senantiasa berkembang (misal bisnis komputer) memerlukan studi kelayakan yang lebih mendalam dibandingkan dengan studi kelayakan pada bisnis dengan jumlah pesaing yang sedikit, selera pasar tidak mengalami perubahan yang berarti, dan teknologi yang berkembang lambat (misal bisnis kuliner)

- c) Banyak-sedikitnya investasi yang diperlukan untuk melaksanakan suatu bisnis

Semakin besar nilai investasi yang ditanamkan pada suatu bisnis, semakin tinggi kecermatan yang diperlukan dalam menyusun studi kelayakan bisnis. Sebaliknya, semakin kecil investasi yang ditanamkan, semakin sederhana studi kelayakan bisnis yang dilakukan.

Contoh:

Studi kelayakan pendirian usaha warung bakso dengan rumah makan. Studi kelayakan bisnis tidak hanya diperlukan oleh pemrakarsa bisnis atau pelaku bisnis, tetapi juga diperlukan oleh beberapa pihak lain.

## 5. Tujuan dan Manfaat Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis memiliki peran penting untuk menentukan layak tidaknya suatu bisnis. Peran penting ini terlihat dari tujuan dan manfaat yang akan diperoleh dari suatu studi kelayakan bisnis. Peran ini menunjukkan bahwa studi kelayakan bisnis dilakukan agar suatu usaha dijalankan dengan tidak membuang uang, tenaga dan pikiran serta tidak menimbulkan masalah yang akan datang (Hidayat, 2020).

Secara umum, tujuan penyusunan studi kelayakan bisnis pada intinya adalah untuk mencari jawaban dari pertanyaan-pertanyaan berikut ini:

- 1) Sudut produk yang akan ditawarkan apakah *marketable* atau tidak?
- 2) Sudut produksi secara teknis apakah dapat dilakukan dan *suistainable*?



- 3) Sudut pandang manajemen, bisnis tersebut apakah efektif dan efisien?
- 4) Sudut sisi hukum, apakah usaha legal atau ilegal?
- 5) Sudut keuangan, apakah bisnis tersebut *profitable* atau tidak?

Jika jawabannya adalah *marketable*, *sustainable*, efektif dan efisien, legal dan *profitable*, berarti bisnis tersebut **Layak**. Layak untuk dibiayai/diberikan kredit/didirikan dan atau disetujui izinnnya.

Secara khusus, tujuan penyusunan studi kelayakan bisnis, paling tidak terdapat 5 tujuan mengapa sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan bisnis, yaitu:

- a) Menghindari risiko kerugian, bisnis merupakan usaha yang sulit dilakukan prediksi dengan tepat dan mengandung risiko kerugian. Kondisi ini ada yang dapat diramalkan akan terjadi atau memang dengan sendirinya terjadi tanpa diramalkan.
- b) Memudahkan perencanaan, studi kelayakan bisnis akan mempermudah dalam melakukan perencanaan terutama setelah pelaku bisnis sudah dapat meramalkan apa yang akan terjadi di masa yang akan datang.
- c) Memudahkan pelaksanaan pekerjaan, perencanaan yang sudah tersusun akan sangat memudahkan pelaksanaan bisnis. Para pelaksana dapat mengerjakan bisnis sesuai dengan pedoman dalam perencanaan secara sistematis.
- d) Memudahkan pengawasan, perencanaan yang dilakukan melalui studi kelayakan bisnis juga akan memudahkan pelaku bisnis untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan ini perlu dilakukan agar pelaksanaan usaha tidak keluar dari rencana yang telah disusun.

- e) Memudahkan pengendalian, adanya pengawasan dalam pelaksanaan pekerjaan mengakibatkan dapat dengan mudah mendeteksi apabila terjadi suatu penyimpangan. Pendeteksian ini mengakibatkan pelaku bisnis dapat melakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut.

Apa saja manfaat yang didapatkan ketika seorang pengusaha atau calon pengusaha melakukan studi ini?

**Memperkecil Risiko Kerugian,** Bersamaan dengan datangnya keuntungan, sebuah bisnis juga berdiri dengan adanya risiko kerugian. Karena itu, pengusaha perlu mempersiapkan segala sesuatunya dengan matang untuk menghindari risiko kerugian ini. Dengan melakukan studi kelayakan ini, pengusaha dapat memperkecil risiko kerugian yang dapat terjadi pada usahanya. Baik itu risiko yang dapat dikendalikan maupun yang berada di luar kendali.

**Mempermudah Perencanaan Usaha,** Ketika melakukan analisis kelayakan usaha, pengusaha akan mendapatkan semua informasi yang berkaitan dengan usaha miliknya, termasuk kelebihan dan kekurangannya. Dari hasil analisis tersebut, pengusaha dapat melakukan perencanaan dengan lebih mudah. Tidak hanya itu, pengusaha juga dapat membuat perencanaan usaha yang mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan.

**Mempermudah Pelaksanaan Pekerjaan,** Perencanaan yang dibuat secara tepat akan mempermudah penerapannya sehingga para karyawan memiliki panduan dan tetap fokus pada tujuan. Dengan begitu, rencana bisnis dapat berjalan sesuai dengan perencanaannya.

**Mempermudah Pengawasan,** Dengan penerapan yang sesuai dengan rencana yang telah dirancang berdasarkan studi, maka pengawasan dalam proses bisnis pun akan berjalan dengan lebih mudah. Pengawasan ini dilakukan agar usaha tetap berjalan sesuai dengan perencanaannya.

**Mempermudah Pengendalian,** Hasil analisis studi dapat digunakan sebagai dasar untuk melihat aspek yang berpotensi memunculkan masalah terhadap jalan usaha. Dengan begitu, pengusaha dapat dengan mudah menghadapi dan mengendalikan masalah ketika terjadi.

### **Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis**

Pengusaha atau calon pengusaha dapat mempunyai banyak aspek dalam studi kelayakan ini. Namun pada dasarnya, ada 5 aspek dasar yang perlu ada dalam studi kelayakan bisnis.

1. **Aspek Hukum atau Legalitas.** Aspek ini menyangkut semua hal yang berhubungan dengan legalitas atau ketentuan hukum dalam mendirikan perusahaan. Umumnya, hal-hal yang akan dianalisis adalah izin lokasi usaha, akta pendirian perusahaan, surat izin usaha perdagangan, dan NPWP.
2. **Aspek Pasar dan Pemasaran.** Aspek ini menganalisis peluang pasar dari produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Hal-hal yang dianalisis umumnya adalah potensi pasar, konsumen produk, daya beli, segmentasi pasar, persaingan dalam pasar.
3. **Aspek Ekonomi dan Budaya.** Aspek ini menganalisis dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan di lokasi usaha. Dari segi ekonomi, studi menganalisis dampak perusahaan pada tingkat pendapatan per kapita di wilayah tempat usaha berdiri. Sedangkan dari segi budaya, studi menganalisis pengaruh perusahaan terhadap budaya di daerah tempatnya berdiri.
4. **Aspek Manajemen.** Aspek manajemen berkaitan dengan operasional perusahaan, baik dari segi pembangunan maupun dari segi pengembangan. Aspek ini memiliki cakupan cukup luas, mulai dari menganalisis manajemen sumber daya, teknis dan teknologi, hingga finansial perusahaan.

5. **Aspek Keuangan.** Sebagian pengusaha menganggap modal adalah hal utama yang harus dimiliki untuk membangun sebuah bisnis. Karena itu, aspek keuangan menentukan bisnis dapat berjalan dengan lancar atau tidak.

## 6. **Kesalahan dalam Menyusun Studi Kelayakan Bisnis**

Pelaku usaha sekalipun secara bersungguh-sungguh melakukan studi kelayakan bisnis tidak berarti bahwa usaha dapat berhasil 100%. Usaha tersebut dapat saja mengalami kegagalan akibat berbagai sebab baik internal maupun eksternal. Kegagalan ini dapat disebabkan oleh kesalahan seseorang mulai dari perhitungan sampai kepada faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan akibat situasi dan kondisi yang berubah.

Secara umum, faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan terhadap hasil yang dicapai walaupun telah dilakukan studi kelayakan bisnis secara benar dan sempurna adalah:

- 1) Data dan informasi tidak lengkap. Pelaku bisnis dalam melakukan studi kelayakan bisnis tidak mendapat data dan informasi yang kurang lengkap, data yang disediakan tidak dapat dipercaya dan palsu. Hal ini menimbulkan kesalahan dalam melakukan penilaian.
- 2) Ketidaktelitian tim studi bisnis. Pelaku bisnis tidak teliti dalam meneliti dokumen-dokumen dalam melakukan studi kelayakan bisnis. Oleh karena itu, pelaku bisnis harus memiliki tim studi kelayakan yang memiliki kualifikasi yang kompeten, bahkan perlu melatih atau mencari tenaga yang benar-benar ahli dalam bidangnya.
- 3) Perhitungan yang salah. Kegagalan studi kelayakan bisnis dapat disebabkan perhitungan yang salah. Hal ini berdampak pada keputusan yang dapat merugikan pelaku bisnis. Misalnya, penggunaan rumus atau cara menghitung sehingga hasil yang dikeluarkan tidak akurat.

Oleh karena itu, pelaku bisnis harus menyediakan tenaga ahli yang andal dan kompeten.

- 4) Pelaksanaan pekerjaan salah. Apabila pelaksanaan lapangan tidak mengerjakan secara benar atau tidak sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan, maka kemungkinan besar suatu bisnis akan mengalami kegagalan.
- 5) Kondisi lingkungan. Faktor kegagalan lain dalam studi kelayakan bisnis adalah lingkungan baik lingkungan internal maupun eksternal. Faktor lingkungan tidak dapat dikendalikan secara penuh sehingga sulit untuk diprediksi kemungkinan-kemungkinan dan pengaruhnya terhadap studi kelayakan yang telah dilakukan pelaku bisnis.
- 6) Faktor kesengajaan. Faktor kesenjangan menjadi faktor yang sangat fatal dalam studi kelayakan bisnis. Ini berarti peneliti dengan sengaja membuat kesalahan yang tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya akibat berbagai sebab yang salah satunya adalah perbuatan tercela dari pelaksanaan di lapangan.

## **7. Desain dan Tahapan Studi Kelayakan Bisnis**

Urutan penilaian aspek studi kelayakan bisnis adalah sebagai berikut:

### **a) Aspek Legalitas**

Aspek legalitas menyangkut masalah kelengkapan dan keabsahan dokumen perusahaan, mulai dari bentuk badan usaha sampai izin-izin yang dimiliki. Kelengkapan dan keabsahan dokumen sangat penting, karena hal ini merupakan dasar hukum yang harus dipegang apabila di kemudian hari timbul masalah. Masalah-masalah yang timbul kadang-kadang sangat vital, sehingga usaha yang semula dinyatakan layak untuk semua aspek, ternyata menjadi kebalikannya. Hal ini disebabkan karena kurang teliti dalam penilaian dalam aspek hukum dan lingkungan sebelum usaha tersebut dilakukan. Tujuan dari aspek

hukum adalah untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan, dan keaslian dari dokumen-dokumen yang dimiliki. Sedangkan tujuan dari aspek lingkungan adalah untuk mengetahui dampak yang ditimbulkan terhadap lingkungan, baik dampak negatif maupun dampak positif (Fathurohman *et al.*, 2014).

b) Aspek Pasar dan Pemasaran

Untuk menilai apakah perusahaan yang akan melakukan investasi ditinjau dari segi pasar dan pemasaran memiliki peluang pasar yang diinginkan atau tidak. Atau dengan kata lain, seberapa besar potensi pasar yang ada untuk produk yang ditawarkan dan seberapa besar *market share* yang dikuasai oleh para pesaing dewasa ini. Kemudian bagaimana strategi pemasaran yang akan dijalankan, untuk menangkap peluang pasar yang ada. Dalam hal ini untuk menentukan besarnya pasar nyata dan potensi pasar yang ada maka perlu dilakukan riset pasar, baik dengan terjun langsung ke lapangan maupun dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber.

Aspek pasar dikatakan layak apabila memenuhi beberapa kriteria. Kriteria tersebut adalah: 1. Terdapat peluang pasar yang bisa dimanfaatkan oleh perusahaan. 2. Harga jual produk kompetitif dan dapat bersaing. 3. Strategi pemasaran dapat dijalankan (Fathurohman *et al.*, 2014).

c) Aspek Keuangan

Menurut Umar (2007) dalam (Fathurohman *et al.*, 2014) tujuan menganalisis aspek finansial dari analisis kelayakan usaha adalah untuk menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan dengan membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan, seperti ketersediaan dana, biaya modal, kemampuan usaha untuk membayar kembali dana tersebut dalam jangka waktu yang telah ditentukan dan menilai apakah usaha akan dapat dikembangkan.

Dalam aspek ini dilakukan agar dapat menilai biaya-biaya saja yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biaya-biaya yang akan dikeluarkan. Kemudian juga bisa mengetahui seberapa besar pendapatan yang akan diterima jika proyek jadi dijalankan. Dari mana saja sumber pembiayaan bisnis tersebut dan bagaimana suku bunga yang berlaku, sehingga apabila dihitung dengan formula penilaian investasi sangat menguntungkan. Metode penilaian yang akan digunakan nantinya dengan *payback period*, *net present value*, *internal rate of return*, *profitability index*, *break even point* serta dengan rasio keuangan lainnya.

d) Aspek Teknis/Operasi

Dalam aspek ini, yang akan diteliti adalah mengenai lokasi usaha, baik kantor pusat, cabang, pabrik atau gudang. Kemudian penentuan *layout* gedung, mesin dan peralatan serta *layout* ruangan sampai kepada usaha perluasan selanjutnya. Penelitian mengenai lokasi meliputi berbagai pertimbangan, apakah harus dekat dengan pasar, dekat dengan bahan baku, tenaga kerja, pemerintah lembaga keuangan, pelabuhan atau pertimbangan lainnya. Kemudian mengenai penggunaan teknologi apakah padat karya atau modal. Artinya, jika menggunakan padat karya, maka akan memberikan kesempatan kerja namun jika padat karya justru sebaliknya.

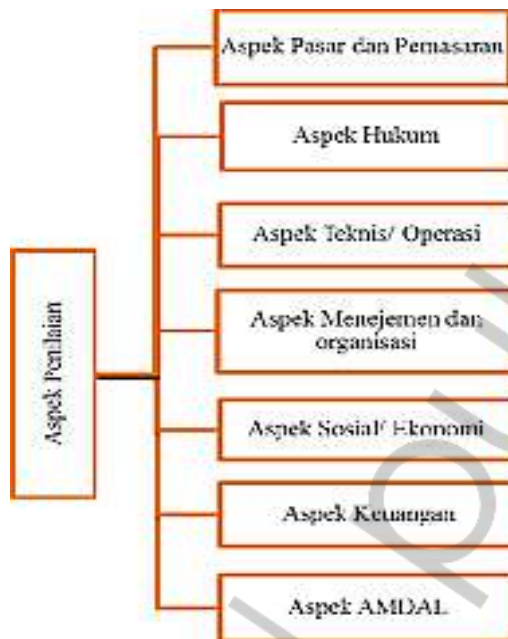
Aspek teknis dikatakan layak apabila dalam analisis yang dilakukan memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Kapasitas produksi dapat dipenuhi.
2. Fasilitas yang dibutuhkan tersedia seperti peralatan yang digunakan.
3. Lokasi tempat pendirian usaha merupakan lokasi yang ideal untuk mendirikan usaha (Fathurohman *et al.*, 2014).

- e) Aspek Manajemen dan Organisasi.  
Hal yang dinilai dalam aspek ini adalah para pengelola usaha dan struktur organisasi yang ada (Ekowati, dkk, 2022). Proyek yang dijalankan akan berhasil apabila dijalankan oleh orang-orang profesional, mulai dari merencanakan, pelaksanaan sampai dengan mengendalikannya. Demikian pula dengan struktur organisasi yang dipilih harus sesuai dengan bentuk dan tujuan usahanya.
- f) Aspek Sosial Ekonomi  
Dalam aspek sosial ekonomi adalah untuk melihat seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan jika proyek tersebut dijalankan. Pengaruh tersebut terutama terhadap ekonomi secara luas serta dampak sosialnya terhadap masyarakat secara keseluruhan. Dampak ekonomi tertentu semisal peningkatan pendapatan masyarakat baik yang bekerja di pabrik atau masyarakat luar lokasi pabrik. Demikian pula dengan dampak sosial yang ada seperti tersedianya sarana dan prasarana seperti jalan, jembatan, penerangan, telepon, air, lokasi kesehatan, pendidikan, sarana olahraga dan sarana ibadah.
- g) Aspek Dampak Lingkungan  
Merupakan analisis yang paling dibutuhkan pada saat ini, karena setiap proyek yang dijalankan akan sangat besar dampaknya terhadap lingkungan sekitarnya, baik terhadap darat, air dan udara yang pada akhirnya berdampak pada kehidupan manusia, hewan dan tumbuhan sekitarnya.

Berikut adalah gambaran mengenai aspek-aspek yang akan dinilai dalam studi kelayakan bisnis.





h) Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel terhadap kesimpulan atau keputusan semula. Estimasi variabel yang mengalami perubahan adalah penurunan pendapatan usaha yang dipengaruhi oleh penurunan target penjualan telur puyuh dan kenaikan biaya operasional yang dipengaruhi oleh kenaikan harga pakan. Analisis sensitivitas dapat mengetahui perubahan variabel yang memengaruhi usaha

Adapun tahapan-tahapan studi kelayakan bisnis sebagai berikut:

- a) **Pengumpulan data dan informasi**, pelaku bisnis harus mengumpulkan data dan informasi baik yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif selengkap mungkin.
- b) **Melakukan pengelolaan data**. Pengolahan data dilakukan secara benar dan akurat dengan metode-

metode dan ukuran-ukuran yang lazim digunakan dalam bisnis.

- c) **Analisis data.** Data dianalisis sedemikian agar diketahui suatu usaha layak atau tidak untuk dijalankan.
- d) **Mengambil keputusan.** Data dan informasi yang telah diukur dengan kriteria tertentu dan diperoleh hasil, maka langkah selanjutnya adalah pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan disesuaikan dengan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan apakah layak atau tidak.
- e) **Rekomendasi.** Langkah terakhir adalah memberikan rekomendasi kepada pihak-pihak tertentu terhadap studi kelayakan bisnis yang telah tersusun. Dalam memberikan rekomendasi harus disertai dengan saran-saran perbaikan yang baik serta kelengkapan dokumen-dokumen maupun persyaratan-persyaratan lainnya.

## 8. Evaluasi

No	Pertanyaan
1.	Apa yang menjadi alasan Anda sehingga perlu diadakan studi kelayakan bisnis dalam memulai suatu usaha? Jelaskan!
2.	Jelaskan 5 manfaat dilakukannya studi kelayakan bisnis sebelum memulai suatu usaha!
3.	Jelaskan 8 aspek penting dalam melakukan studi kelayakan bisnis!
4.	Dalam studi kelayakan bisnis, data dan informasi harus lengkap. Bagaimana cara Anda mendapatkan data yang valid? Jelaskan!
5.	Jelaskan: a) <i>Payback period</i> b) <i>Internal rate of return</i> c) <i>Break even point</i>
6.	Seberapa pentingkah AMDAL dari studi kelayakan bisnis yang Anda lakukan jika akan memulai suatu usaha? Jelaskan!

## **BAB 2**

# **KAJIAN ASPEK LEGALITAS**

### **1. Capaian Pembelajaran**

Setelah mempelajari pokok bahasan ini, mahasiswa diharapkan mampu:

- a) Mendefinisikan dengan baik pengertian badan usaha
- b) Menjelaskan berbagai jenis/bentuk badan usaha
- c) Menganalisis kelebihan dan kelemahan berbagai jenis badan usaha.
- d) Memahami berbagai jenis perizinan usaha.

### **2. Definisi Badan Hukum Usaha**

Pelaku bisnis membuat badan usaha didasarkan beberapa pertimbangan sebagai dasar motivasi antara lain:

- 1) Dorongan hidup. Hal ini didasarkan keinginan untuk mencari keuntungan baik materiel maupun spiritual. Hal ini menjadikan landasan untuk bisa bertahan hidup.
- 2) Bebas dan tidak terikat. Dengan adanya usaha yang digeluti, maka pelaku bisnis bebas menjalankan usaha dan tidak terikat oleh orang lain.
- 3) Dorongan sosial. Dorongan sosial dapat direalisasikan secara bebas melalui aktivitas dalam sebuah lembaga atau badan usaha. Badan usaha ini memberikan ruang kepada setiap individu untuk melakukan komunikasi dengan orang lain sehingga aktivitas sosial dapat direalisasikan dengan baik.
- 4) Mendapatkan kekuasaan. Kekuasaan dapat diperoleh melalui keterlibatan diri dalam badan usaha, sehingga dapat menunjukkan jati dirinya sebagai seseorang yang memiliki jabatan dan sebagainya.

- 5) Melanjutkan usaha orang tua. Perimbangan lain adalah keinginan untuk melanjutkan usaha orang tua. Hal ini terkait dengan keberlanjutan usaha yang telah dirintis pendahulunya.
- 6) Profit/keuntungan. Pertimbangan lain adalah untuk memperoleh keuntungan dalam menjalankan usaha/bisnisnya.

Rochmat Soemitro mengemukakan bahwa badan hukum ialah suatu badan yang dapat mempunyai harta hak serta kewajiban seperti orang pribadi (Soemitro, 1993). Lebih lengkap dari pendapat Rochmat Soemitro, R. Soebekti menyatakan bahwa badan hukum pada pokoknya adalah suatu badan atau perkumpulan yang dapat memiliki hak-hak dan melakukan perbuatan seperti seorang manusia serta memiliki kekayaan sendiri, dapat menggugat dan digugat di depan pengadilan (Widjaja, 2005).

Badan hukum mempunyai pertanggungjawaban tersendiri, kekayaan yang terpisah membawa akibat; kreditur pribadi para anggota tidak mempunyai hak menuntut harta kekayaan badan hukum, para anggota secara pribadi tidak dapat menagih piutang dari badan hukum terhadap pihak ketiga, kompensasi antara utang pribadi dan utang badan hukum tidak diperkenankan, hubungan hukum baik perjanjian, maupun proses-proses antara anggota dan badan hukum mungkin saja seperti halnya antara badan hukum dengan pihak ketiga, pada kepailitan hanya kreditur badan hukum yang dapat menuntut harta kekayaan terpisah itu;

1. Mempunyai tujuan tertentu

Tujuan tertentu tersebut bukanlah tujuan pribadi dari suatu anggota melainkan tujuan dari badan hukum itu sendiri sebagai subjek hukum, karena badan hukum hanya dapat bertindak dengan perantara organnya perumusan tujuan dan kehendaknya tegas dan jelas.

2. Mempunyai kepentingan sendiri  
Kepentingan yang dimaksud adalah merupakan hak-hak subjektif sebagai akibat dari peristiwa-peristiwa hukum, kepentingan itu dilindungi oleh hukum, badan hukum yang memiliki kepentingan itu, dapat menuntut dan mempertahankan kepentingan itu terhadap pihak ketiga dalam pandangan hukum yang berlaku.
3. Adanya organisasi yang teratur  
Badan hukum adalah suatu konstruksi hukum, dalam pergaulan hukum badan hukum diterima sebagai subjek hukum selain manusia (Santosa, 2019).

### **3. Jenis-Jenis Badan Usaha**

Pelaku bisnis memiliki beberapa pertimbangan dalam memilih badan usaha. Secara umum, pemilihan bentuk badan usaha adalah sebagai berikut:

- 1) Kepemilikan  
Kepemilikan menjadi pertimbangan utama dalam mendirikan usaha. Hal ini terkait dengan perencanaan usaha yang akan dilakukan pelaku bisnis. Kepemilikan akan memberikan arah bagi jalannya usaha, khususnya di masa yang akan datang.
- 2) Organisasi  
Organisasi tergantung dari besar kecilnya usaha dan jenis badan usaha. Hal ini akan menjadi kerangka acuan dalam menilai keberhasilan usaha. Organisasi yang dipilih harus mencerminkan keluwesan, keterbukaan, keselarasan dan lain-lain.
- 3) Modal  
Modal bergantung pada jenis usaha yang dilakukan oleh badan usaha. Besar kecilnya modal akan menentukan tingkat keberhasilan usaha.
- 4) Pajak  
Pajak menjadi pertimbangan pelaku bisnis dalam mendirikan badan usaha. Hal ini terkait dengan kebijakan

suatu negara. Negara yang menerapkan pajak yang tidak kondusif dapat mengakibatkan pelaku bisnis tidak mau untuk mendirikan badan usaha dan bahkan menanam investasi.

Dalam praktiknya, jenis badan hukum yang ada di Indonesia adalah sebagai berikut:

**a) Perusahaan Perseorangan**

Adalah perusahaan bisnis yang dimiliki oleh seseorang pemilik dengan segala tanggung jawab, tidak memerlukan persyaratan khusus dan bentuk organisasi cukup dengan manajemen sederhana.

Pendirian perusahaan perseorangan tidak memerlukan modal besar. Pimpinan perusahaan perseorangan biasanya pemilik dari perusahaan tersebut yang sekaligus menjadi penanggung jawab terhadap segala aktivitas perusahaan, termasuk kewajiban dari pihak luar.

PO merupakan salah satu bentuk bisnis yang dimiliki oleh satu orang. Umumnya PO memiliki modal kecil, jenis produk dan jumlah produksinya terbatas, tenaga kerja sedikit, alat produksi dan teknologinya cukup sederhana. Perusahaan perseorangan adalah badan usaha atau perusahaan yang dimiliki, dikelola, dan dipimpin oleh individu. Sehingga tanggung jawab atas aktivitas dan risiko perusahaan ditanggung oleh individu tersebut. Contoh perusahaan perseorangan adalah usaha kecil menengah atau UKM seperti salon kecantikan, toko kelontong, warnet, restoran dan *laundry*.

Kelebihan dari perusahaan perseorangan adalah sebagai berikut:

- Pendirian perusahaan perorangan (orang pribadi) sangat mudah dan tidak berbelit-belit biasanya syarat perizinan di pemerintah daerah lebih ringan.

- Perusahaan perorangan cocok untuk usaha yang relatif kecil atau mereka yang memiliki modal dan bidang usaha yang terbatas.
- Tidak memerlukan akta formal (akta pendirian dari notaris) dalam pendiriannya tetapi untuk bisnis-bisnis tertentu perlu meminta izin ke pemerintah daerah setempat, sehingga pemilik tidak perlu mengeluarkan biaya yang terlalu besar.
- Memiliki keleluasaan dalam hal mengambil keputusan, baik menentukan arah perusahaan atau hal-hal yang berkaitan dengan keuangan perusahaan.
- Dalam hal peraturan, tidak terlalu banyak peraturan pemerintah yang mengatur perusahaan jenis ini, sehingga pemilik bebas melakukan aktivitasnya.
- Dalam hal pajak pemilik tidak perlu membayar pajak badan, walaupun demikian tetap saja semua pendapatan harus bayar pajak perorangan (orang pribadi).
- Semua keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan berbentuk perseorangan menjadi milik pemilik dan dapat digunakan secara bebas oleh pemilik.

## **b) Perusahaan Kemitraan/Firma & CV**

### **1. Firma**

Firma merupakan perusahaan yang didirikan untuk melaksanakan suatu usaha dengan satu nama. Semua pemiliknya bertanggung jawab pada pihak ketiga. Perusahaan seperti ini biasanya seperti kantor pengacara, konsultan pajak, konsultan publik dan konsultan manajemen.

Firma diberikan dalam Pasal 16 KUHD, sebagai berikut: "Yang dinamakan perseroan firma ialah tiap-tiap perserikatan yang didirikan untuk menjalankan suatu perusahaan di bawah nama bersama." Untuk dapat mengetahui bahwa Firma itu didirikan oleh

beberapa orang (sekutu) guna melakukan kegiatan usaha, dapat diketahui dari pengertian yang diberikan dalam Pasal 17 KUHD: “Tiap-tiap pesero ...” ini menunjukkan bahwa dalam Firma terdapat beberapa pesero/sekutu/orang. Sedangkan Firma didirikan untuk melakukan kegiatan usaha dapat diketahui dari Pasal 16 KUHD yang memberikan pengertian: “... tiap-tiap perserikatan yang didirikan untuk menjalankan suatu perusahaan ...” (Susetyo, 2021).

Suatu kegiatan merupakan kegiatan menjalankan perusahaan menurut Mollengraff kegiatan itu harus memenuhi unsur-unsur:

- Dilakukan secara terus-menerus,
- Secara terang-terangan,
- Mempunyai kedudukan tertentu dan
- Bertujuan untuk mencari keuntungan.

Dapat ditambahkan syarat Pasal 6 KUHD yaitu menjalankan pembukuan Dengan demikian dapat diketahui bahwa badan usaha Firma didirikan untuk melakukan kegiatan usaha, karena dipergunakan untuk mencari keuntungan (sesuai dengan unsur keempat dari pengertian menjalankan perusahaan).

## 2. CV

Persekutuan Komanditer/*Commanditaire Vennootschap* (selanjutnya disingkat dengan CV) adalah merupakan badan usaha yang tunduk pada hukum persekutuan, mempunyai dua jenis sekutu yaitu: a) Sekutu Komplementer/aktif, dan b) Sekutu Komanditer/pasif. Diatur dalam Pasal 19, 20 dan 21 KUHD. Masing-masing sekutu memberikan *inbreng* ke dalam Persekutuan Komanditer. Untuk Sekutu Komplementer *inbreng*-nya bisa berupa uang, barang maupun keahlian, Tetapi untuk Sekutu Komanditer



*inbreng*-nya berupa uang atau barang saja (Susetyo, 2021).

Tanggung jawab sekutu dalam CV: a. Sekutu Komplementer yang wenang melakukan pengurusan dalam CV, melakukan perbuatan hukum mewakili CV dengan pihak III dan bertanggung jawab tanggung-menanggung atas semua perikatan CV dengan pihak III (Pasal 19 ayat (1) KUHD). Sedangkan, b. Sekutu Komanditer tidak diperbolehkan melakukan perbuatan pengurusan dan hanya bertanggung jawab sebesar *inbreng*-nya saja dalam CV (Pasal 20 ayat (1) dan ayat (2) KUHD).

**c) Korporasi/Corporation (Perusahaan Terbatas)**

Perseroan terbatas adalah badan hukum perusahaan yang paling banyak digunakan dan diminati oleh para pengusaha. Hal ini disebabkan badan hukum perseroan terbatas memiliki banyak kelebihan jika dibandingkan dengan badan hukum lainnya (Hidayat, 2020).

**Tanggung Jawab Perseroan Terbatas**

1. **Tanggung Jawab Korporasi.** Sebagaimana disebutkan pada bagian awal, bahwa pada prinsipnya yang bertanggung jawab terhadap pihak ketiga dalam hal suatu korporasi apabila dalam kerugian, kepailitan, atau likuidasi adalah korporasi itu sendiri. Artinya apabila korporasi mengalami kerugian, kepailitan atau likuidasi yang mengakibatkan ada pihak lain yang dirugikan, korporasilah selaku *entity* (melalui pengurusnya) yang pertama kali diminta pertanggungjawaban.

2. **Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.** Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan ketentuan baru dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007. Dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 perihal tanggung jawab sosial perusahaan ini

belum diatur. Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat baik bagi perseroan terbatas sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat.

Bentuk kepemilikan perseroan terbatas di antaranya:

- Perseroan terbatas biasa, pendiri, pemegang saham dan pengurus adalah warga Negara Indonesia dan tidak ada modal asing.
- Perseroan terbatas terbuka. Pemegang saham sudah dimungkinkan ada pihak asing dalam perseroan terbatas terbuka ini.
- Perseroan terbatas PERSERO. Kepemilikan BUMN, kepengurusan tunduk pada aturan BUMN. Perusahaan ini biasanya tertulis Persero di belakang nama perusahaan.

Dalam kata lain, metode kepemilikan pada bisnis dapat dikelompokkan menjadi sebagai berikut:

- *Franchising*
- *Joint venture*
- Lisensi
- Merger
- *Acquisition*

Sedangkan berdasarkan status perseroan terbatas, terbagi atas:

- 1) Perseroan Tertutup. Perusahaan di pasar modal dan jumlah pemegang saham memenuhi kriteria tertentu dan tidak melakukan penawaran umum.
- 2) Perseroan Terbuka. Modal dan jumlah pemegang saham memenuhi kriteria dan perusahaan melakukan penawaran umum sesuai peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal, contohnya PT Astra Motor Tbk.

Perseroan terbatas memiliki modal tertentu yang dipersyaratkan. Artinya, besarnya modal sesuai dengan peraturan yang berlaku, yaitu:

a) Modal dasar

Merupakan modal pertama yang tertera dalam akta notaris, misalnya PT Astra Motor didirikan dengan modal dasar Rp1.000.000.000, yang tentunya dalam bentuk saham.

b) Modal ditempatkan atau dikeluarkan

Modal yang ditempatkan para pemegang saham besarnya minimal 25% dari modal saham dasar. Misalkan dari contoh di atas, maka modal yang ditempatkan sebesar Rp250.000.000 jika dikalikan dengan modal dasar PT Astra Motor pada poin a.

c) Modal setor

Modal yang harus disetor oleh para pemegang saham. Modal setor besarnya minimal 50% dari modal yang ditempatkan. Misalnya berdasarkan modal yang ditempatkan PT Astra Motor Rp250.000.000. maka modal yang ditempatkan sebesar Rp125.000.000.

**d) Perusahaan Negara**

Perusahaan yang didirikan berdasarkan undang-undang di mana modal diambil dari kekayaan Negara yang dipisahkan dan tidak dipisahkan dalam saham. Perusahaan Negara dipimpin oleh seorang direksi yang diangkat oleh pemerintah. Perusahaan Negara terbagi atas beberapa jenis yaitu perusahaan Jawatan, Perusahaan Umum dan Persero (Hidayat, 2020).

Perusahaan Jawatan yang selanjutnya disebut PERJAN adalah Badan Usaha Milik Negara sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1969 di mana seluruh modalnya dimiliki oleh Pemerintah dan merupakan kekayaan Negara yang tidak dipisahkan serta tidak terbagi atas saham-saham. Perusahaan jawatan

biasanya merupakan perusahaan yang bergerak dalam produksi atau jasa untuk kepentingan umum

Namun merujuk kepada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, khususnya dalam Bab X tentang ketentuan peralihan pasal 93 dinyatakan bahwa dalam kurun waktu dua tahun terhitung sejak undang-undang ini mulai berlaku, semua BUMN yang berbentuk Perusahaan Jawatan harus sudah dirubah bentuknya menjadi Perusahaan Umum (Perum) atau Perusahaan Perseroan (Persero).

Perusahaan Umum (Perum) adalah perusahaan yang didirikan untuk melayani kepentingan umum dan bersifat mencari keuntungan. Modal diperoleh dari pemerintah atau pihak lain. Adapun status pegawai adalah Pegawai Negara yang diatur sendiri.

Perusahaan perseroan (Persero) adalah perusahaan yang didirikan untuk mencari keuntungan. Bentuk bidang usaha adalah Perseroan Terbatas (PT) dan sebagian atau seluruh modalnya berasal dari Negara. Peranan pemerintah adalah sebagai pemegang hak suara terbesar dengan mayoritas saham yang dimilikinya.

**e) Badan Usaha Milik Negara (BUMN)**

BUMN adalah badan usaha yang sebagian besar sahamnya dimiliki oleh Negara dan kekayaan dipisahkan berdasarkan peraturan pemerintah. Badan Usaha Milik Negara yang merupakan salah satu pelaku kegiatan ekonomi dalam perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi memiliki peranan penting dalam penyelenggaraan perekonomian nasional guna mewujudkan kesejahteraan masyarakat sebagaimana diamanatkan oleh UUD 1945.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2003 mengenai Badan Usaha Milik Negara, dijelaskan melalui pasal 2 bahwa BUMN memiliki

maksud dan tujuan berupa (1) memberikan sumbangan bagi perkembangan perekonomian nasional pada umumnya dan penerimaan negara pada khususnya; (2) mengejar keuntungan; (3) menyelenggarakan kemanfaatan umum berupa penyedia barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan memadai bagi pemenuhan hajat hidup orang banyak; (4) menjadi perintis kegiatan-kegiatan usaha yang belum dapat dilaksanakan oleh sector swasta dan koperasi; (5) turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi, dan masyarakat.

Fungsi dan Peranan BUMN adalah sebagai berikut:

1. Sebagai penyedia barang ekonomis dan jasa yang tidak disediakan oleh swasta
2. Merupakan alat pemerintah dalam menata kebijakan perekonomian
3. Sebagai pengelola dari cabang-cabang produksi sumber daya alam untuk masyarakat banyak
4. Sebagai penyedia layanan dalam kebutuhan masyarakat
5. Sebagai penghasil barang dan jasa demi pemenuhan orang banyak
6. Sebagai pelopor terhadap sektor-sektor usaha yang belum diminati oleh pihak swasta,
7. Pembuka lapangan kerja
8. Penghasil devisa negara
9. Pembantu dalam pengembangan usaha kecil koperasi,
10. Pendorong dalam aktivitas masyarakat terhadap di berbagai lapangan usaha.

**f) Perusahaan Daerah**

Perusahaan daerah merupakan perusahaan yang didirikan dengan suatu peraturan daerah. Modal seluruhnya atau sebagian besar milik pemerintah daerah

yang dipisahkan kecuali dengan ketentuan lain dengan atau berdasarkan undang-undang.

Tujuan didirikannya perusahaan daerah untuk turut serta melaksanakan pembangunan daerah khususnya dan pembangunan ekonomi nasional umumnya. Pimpinan perusahaan daerah diangkat oleh kepala daerah.

**g) Yayasan**

Menurut UU No. 16 Tahun 2001 definisi Yayasan adalah suatu badan hukum yang asetnya terdiri dari kekayaan yang dipisahkan dan diperuntukkan untuk mencapai tujuan tertentu di bidang sosial, keagamaan, maupun kemanusiaan. UU No. 16 Tahun 2001 saat ini telah digantikan dengan UU No. 18 Tahun 2004 tentang Perubahan atas UU No. 16 Tahun 2001 tentang Yayasan. Sukmana dan Gusman (2008: 423) mendefinisikan yayasan sebagai suatu organisasi yang mendapatkan sumber dayanya dari sumbangan para anggota serta donatur dengan tidak mengharapkan imbalan dari organisasi tersebut. Terlepas dari semua hal tersebut, semua hal yang menyangkut keuangan baik itu uang yang masuk maupun keluar harus dilaporkan dalam laporan keuangan (Rahmawati & Puspasari, 2017) dalam (Anand, 2018).

Kegiatan usaha yayasan adalah untuk menunjang pencapaian maksud dan tujuannya yaitu suatu tujuan yang bersifat sosial, keagamaan dan kemanusiaan. Sehingga seseorang yang menjadi organ Yayasan harus bekerja secara sukarela tanpa menerima gaji, upah atau honor tetap, hal ini lebih dipertegas dalam ayat (2) Pasal 3 tersebut. Pasal 8 menyebutkan bahwa: kegiatan usaha dari badan usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (1) harus sesuai dengan maksud dan tujuan Yayasan serta tidak bertentangan dengan ketertiban umum, kesusilaan, atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

## h) Koperasi

Koperasi adalah “soko guru” sebagai bagian integral dan tak terpisahkan dari tata perekonomian nasional, maka koperasi bukan hanya amanah konstitusi namun sekaligus menjadi harapan dalam membangun ekonomi rakyat, bahkan bapak Koperasi Indonesia Moh. Hatta secara ekstrem menyatakan bahwa koperasi merupakan satu satunya wadah aparat produksi. Pasal 33 ayat (2) Undang-Undang Dasar 1945 menyatakan bahwa bangun usaha di Indonesia selain Koperasi adalah Perusahaan Negara (BUMN/D) dan Perusahaan Milik Swasta (BUMS), namun semangat menjadikan koperasi sebagai soko guru perekonomian nasional merupakan cita-cita yang harus diwujudkan.

Berdasarkan prinsip-prinsip koperasi yang disebutkan di atas maka dapat penulis simpulkan dan sekaligus penulis analisis bahwa prinsip-prinsip koperasi setidaknya tidaknya terdiri atas:

1. Keanggotaannya bersifat sukarela dan terbuka;
2. Prinsip pengelolaan dilakukan secara demokratis.
3. Prinsip pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota
4. Prinsip pemberian balas jasa terbatas modal yang dimiliki anggota

Dalam praktiknya, jenis-jenis koperasi terdiri dari:

- Koperasi produksi;
- Koperasi konsumsi
- Koperasi jasa
- Koperasi serbaguna usaha
- Koperasi fungsional dan golongan masyarakat tertentu.

#### 4. Perizinan Usaha dan Izin Lainnya

Kegiatan usaha selalu memerlukan berbagai dokumen penunjang usaha dan izin-izin yang diperlukan sebelum menjalankan kegiatannya. Dokumen dan izin-izin tersebut bertujuan antara lain:

- a) Melindungi kepentingan perusahaan.
- b) Dokumen dan izin-izin diperlukan bagi instansi tertentu sebagai data untuk melakukan berbagai pengawasan terhadap jalannya kegiatan usaha.
- c) Memudahkan instansi tertentu untuk mengambil tindakan, sehingga tidak menimbulkan kerugian kepada pihak-pihak tertentu apabila perusahaan melakukan penyimpangan.

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

##### 1. Izin lokasi

Izin Lokasi adalah izin yang diberikan kepada pelaku usaha untuk memperoleh tanah yang diperlukan untuk usaha dan/atau kegiatannya dan berlaku pula sebagai izin pemindahan hak dan untuk menggunakan tanah tersebut untuk keperluan usaha dan/atau kegiatannya.

Adapun persyaratan permohonan pemenuhan Komitmen antara lain:

- Nomor Induk Berusaha (NIB)
- Pernyataan dan Permohonan pemenuhan Komitmen izin Lokasi
- Peta/Sketsa yang memuat koordinat batas letak dari lokasi yang dimohonkan
- Proposal Rencana kegiatan Usaha
- Surat Pernyataan luas tanah yang sudah dikuasai oleh pelaku usaha dan pelaku usaha lainnya yang merupakan satu grup.



## 2. Izin usaha

Izin usaha merupakan suatu bentuk persetujuan atau pemberian izin dari pihak berwenang atas penyelenggaraan suatu kegiatan usaha oleh seorang pengusaha atau suatu perusahaan. Bagi pemerintah, pengertian usaha dagang adalah suatu alat atau sarana untuk membina, mengarahkan, mengawasi, dan menerbitkan izin-izin usaha perdagangan. Agar kegiatan usaha lancar, maka setiap pengusaha wajib untuk mengurus dan memiliki izin usaha dari instansi pemerintah yang sesuai dengan bidangnya.

## 3. Tanda daftar perusahaan

Surat Tanda Daftar Perusahaan (TDP) dikeluarkan sesuai dengan bidang usahanya masing-masing. Kementerian Perindustrian atau Perdagangan yang mengeluarkan surat Tanda Daftar Perusahaan (TDP).

## 4. Nomor Pokok Wajib Pajak

Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) adalah nomor yang diberikan kepada Wajib Pajak sebagai sarana dalam administrasi perpajakan yang dipergunakan sebagai tanda pengenal diri atau identitas Wajib Pajak dalam melaksanakan hak dan kewajiban 4 perpajakannya. Dan Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (Abuyamin, 2014). Menurut Hector S. De Leon terdapat tiga prinsip dari suatu sistem perpajakan yaitu: (1). kecukupan pajak; (2). kesamaan atau teori keadilan; dan (3). kelayakan administrasi.

## 5. Izin-izin perusahaan

Membuat Surat Izin Usaha Perdagangan sesuai dengan Peraturan tersebut diatur dalam Pasal 3 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 46/M-DAG/PER/9/2009 tentang Penerbitan Surat

Izin Usaha Perdagangan untuk “SIUP Kecil wajib dimiliki oleh perusahaan perdagangan yang kekayaan bersihnya lebih dari Rp 50.000.000, (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000, (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.”

Pengecualian untuk tidak memiliki SIUP diberikan kepada beberapa perusahaan, yaitu:

- 1) Cabang/perwakilan perusahaan.
- 2) Izin diperoleh dari departemen teknik dan tidak melakukan kegiatan perdagangan.
- 3) Perusahaan produksi.
- 4) Perjan dan perum.
- 5) Perusahaan kecil perseorangan.

Ketentuan tersebut sesuai dengan ketentuan Pasal 4 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 46/M-DAG/PER/9/2009. SIUP memiliki 3 (tiga) jenis yang diatur dalam Pasal 2 ayat (2) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 46/M-DAG/PER/9/2009 yaitu: 1) SIUP Kecil; 2) SIUP Menengah; dan 3) SIUP Besar.

## 5. Evaluasi

No	Pertanyaan
1.	Seberapa pentingkah suatu perusahaan melakukan studi kajian aspek hukum sebelum memulai usaha? Jelaskan!
2.	Jelaskan perbedaan yang mendasar dari Perusahaan Perseroan, CV dan Perseroan Terbatas!
3.	Tuliskan minimal 6 persyaratan untuk mendirikan Perseroan Terbatas!
4.	Jelaskan definisi dari: <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Perusahaan umum</li> <li>b) Perusahaan jawatan</li> <li>c) Perusahaan daerah</li> </ol>
5.	Jelaskan: <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Yayasan</li> <li>b) Koperasi</li> </ol>

No	Pertanyaan
6.	Marten dan beberapa temannya mendirikan usaha dalam bentuk Perseroan dengan investasi yang disiapkan sebesar Rp650,000,0000. Hitunglah <b>modal dasar, modal ditempatkan dan modal disetor</b> sesuai dengan ketentuan minimum perseroan!
7	Jelaskan tujuan utama dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN)!

## **BAB 3**

### **KAJIAN ASPEK TEKNIS**

#### **1. Capaian Pembelajaran**

Setelah mempelajari materi ini, mahasiswa diharapkan mampu:

- a) Menjelaskan konsep aspek teknis dalam studi kelayakan bisnis.
- b) Menjelaskan metode penilaian dan penentuan lokasi usaha.
- c) Menganalisis metode penentuan luas dan besaran produksi.
- d) Memahami metode penentuan tata letak (*layout*) produksi.
- e) Menjelaskan kriteria pemilihan teknologi produksi.
- f) Menjelaskan metode perhitungan persediaan barang produksi.

#### **2. Pengertian Aspek Teknis**

Kajian aspek teknis mencakup analisis kesiapan perusahaan dalam menjalankan usahanya dengan menilai ketepatan lokasi, luas produksi dan *layout* serta kesiagaan mesin-mesin yang akan digunakan. Penentuan lokasi misalnya, dilakukan dengan pertimbangan yang matang khusus faktor biaya yang harus dikeluarkan untuk suatu lokasi. Pemilihan lokasi terdiri dari lokasi untuk kantor pusat, cabang, gudang dan pabrik.

Menurut Suliyanto (2010), beberapa hal yang perlu dipahami dalam kaitannya dengan aspek teknis dan teknologi ialah penentuan lokasi bisnis, tata letak (*layout*) bisnis, pemilihan peralatan dan teknologi. Lokasi bisnis adalah

lokasi di mana bisnis akan dijalankan, memiliki pengaruh yang besar terhadap biaya operasional dan investasi.

Dalam kaitannya studi kelayakan bisnis, maka hal yang paling kompleks dan rumit adalah penentuan lokasi pabrik. Pertimbangan adalah apakah dekat bahan baku atau dekat pasar atau dekat dengan konsumen. Penilaian lokasi pabrik nantinya dapat dilakukan dengan hasil penilaian *value*, perbandingan biaya, atau analisis ekonomi lainnya (Hidayat, 2020).

Selanjutnya, penentuan besaran produksi yaitu berapa jumlah produksi yang akan dihasilkan dalam waktu tertentu dengan biaya yang paling efisien. Sehingga dapat diperoleh profit margin yang tinggi. Selain itu, penentuan *layout* pabrik harus mempertimbangkan banyak faktor. Misalnya, proses produksi yang akan dijalankan

Penentuan lokasi teknis lainnya adalah pemilihan teknologi melalui proses produksi yang diinginkan, apakah *contionous process* atau *intermitten process*. Pemilihan proses produksi terkait dengan teknologi yang diinginkan yaitu apakah padat karya atau padat modal. Terakhir adalah penentuan metode persediaan. Metode persediaan yang digunakan tergantung dari jenis usaha. Secara umum, ada beberapa hal yang hendak dicapai dalam penilaian aspek teknis, yaitu:

- a) Menentukan lokasi yang tepat, baik lokasi pabrik, gudang, cabang maupun kantor pusat.
- b) Menentukan *layout* yang sesuai dengan proses produksi sehingga dapat memberikan efisiensi.
- c) Menentukan teknologi yang paling tepat dalam menjalankan produksinya.
- d) Menentukan metode persediaan yang paling baik untuk dijalankan sesuai dengan bidang usahanya.
- e) Menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan sekarang dan masa yang akan datang.

Secara ringkas, persyaratan teknis yang dibutuhkan untuk kegiatan produksi dapat dilihat pada diagram di bawah ini:



### 3. Penentuan Lokasi Usaha

Penentuan lokasi sangat penting karena apabila perusahaan salah dalam menentukan lokasi yang dipilih akan mengakibatkan terjadinya peningkatan biaya yang harus dikeluarkan. Harga produk yang akan dipasarkan nantinya juga sangat tergantung pada lokasi pabrik yang dipilih, karena harga pasar akan terpengaruh dengan jarak lokasi pabrik dengan pasar. Selanjutnya akan sangat terkait dengan kemampuan bersaing barang yang diproduksi yang nantinya akan berpengaruh terhadap laba perusahaan.

Penentuan lokasi yang tepat akan memberikan keuntungan bagi perusahaan, baik dari sisi finansial maupun nonfinansial, misalnya: dapat memberikan pelayanan kepada konsumen dengan lebih memuaskan, kemudahan untuk memperoleh tenaga kerja yang diinginkan baik secara kuantitas maupun kualifikasinya, memudahkan dalam memperoleh bahan baku atau bahan lainnya dalam jumlah yang diinginkan dalam jangka waktu yang sudah diperhitungkan, kemudahan dalam memperluas lokasi

usaha, karena sejak awal sudah dipertimbangkan kebutuhan lahan yang dibutuhkan, mempunyai prospek nilai ekonomis yang tinggi di masa yang akan datang, meminimalisasi konflik terutama dengan masyarakat setempat, serta adanya dukungan pemerintah terhadap usaha yang akan dijalankan.

Untuk memilih lokasi tergantung dari jenis usaha yang dijalankan. Untuk mempertimbangkan lokasi yang dipilih harus disesuaikan dengan keperluan usaha, misalnya untuk lokasi pabrik, lokasi kantor pusat, lokasi kantor pemasaran, lokasi gudang, dan lainnya. Sebenarnya terdapat beberapa pertimbangan yang harus diketahui dalam penentuan lokasi, namun pada garis besarnya terdapat dua pendekatan sebagai berikut:

1. Pendekatan berdasarkan kedekatan dengan bahan baku (*raw material proximity approach*)

Pendekatan penentuan lokasi ini didasarkan pada bahwa sebaiknya lokasi perusahaan ditentukan di daerah bahan baku. Dengan demikian biaya angkut dari bahan baku dari sumbernya ke pabrik seefisien mungkin. Jadi, pertimbangannya adalah biaya angkut bahan baku yang semurah mungkin. Contoh:

- Perusahaan semen sebaiknya ditempatkan di daerah gunung kapur/bahan semen. Itulah sebabnya mengapa pabrik semen didirikan di daerah Gresik dan Tuban karena daerah tersebut merupakan daerah gunung kapur.
- Perusahaan pengolahan minyak harus terletak di kawasan yang terdapat tambang minyak, misalnya daerah Cepu, Jawa Tengah.
- Perusahaan air minum kemasan sebaiknya ditempatkan pada daerah yang banyak terdapat sumber air yang memadai, misalnya di daerah Tretes, Pandaan, Pasuruan.
- Perusahaan tambang batu bara harus ditempatkan di daerah yang banyak terdapat deposit batu bara.

Demikian juga dengan perusahaan tambang yang lain seperti aluminium, emas, tembaga, dan lainnya.

2. Pendekatan berdasarkan kedekatan dengan daerah pemasaran (*Market Proximity Approach*)

Berdasarkan pendekatan ini, maka perusahaan harus ditempatkan di daerah pemasaran. Pertimbangannya adalah efisiensi pengangkutan hasil produksi dari pabrik ke daerah pemasaran.

Beberapa contoh pendekatan ini adalah:

- › Perusahaan atau pabrik televisi/radio/video dan kaset *recorder* hendaknya ditempatkan di daerah pemasaran. Misalnya, beberapa perusahaan perakitan TV, radio, komputer, umumnya berada di kota-kota besar bukan di daerah pedalaman.
- › Perusahaan obat-obatan banyak terletak di daerah perkotaan.
- › Perusahaan konveksi banyak di daerah pemasaran, dll.

Meskipun secara umum penentuan lokasi bisnis berdasarkan kedua pendekatan tersebut, namun terdapat beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam memilih lokasi yang nantinya akan dianalisis untuk mencapai keputusan akhir di mana lokasi akan dipilih. Faktor-faktor tersebut antara lain:

1) Faktor primer

Pertimbangan utama faktor primer dalam menentukan lokasi pabrik antara lain:

- a. Kedekatan dengan pasar sasaran atau konsumen potensial di mana tempat produk akan dijual.
- b. Kedekatan dengan sumber (ketersediaan) bahan baku utama.
- c. Ketersediaan tenaga kerja, baik dari sisi kuantitas maupun kualifikasi yang dibutuhkan.
- d. Ketersediaan sarana dan prasarana transportasi yang memadai yang dapat memperlancar pengadaan



bahan baku dan memasarkan hasil produksi, misalnya jalan raya, jembatan, pelabuhan laut, bandar udara, kereta api, dll.

- e. Ketersediaan sarana listrik, sumber air, telekomunikasi untuk memperlancar kegiatan produksi agar tidak terganggu.
- f. Sikap masyarakat setempat yang dapat memengaruhi aktivitas usaha baik positif maupun negatif.

## 2) Faktor sekunder

Beberapa faktor sekunder yang harus dipertimbangkan dalam menentukan lokasi pabrik adalah:

- a. Kondisi iklim, kelembaban, curah hujan dan tanah, misalnya untuk jenis usaha di bidang agrobisnis harus dapat memilih iklim yang sejuk dan kondisi tanah yang subur.
- b. Strategi kebijakan pemerintah terutama pemerintah daerah setempat yang dapat mendukung atau menghambat usaha yang akan dijalankan serta kebijakan arah pembangunan yang akan dijalankan. Misalnya masalah peraturan perpajakan, peraturan ketenagakerjaan, peraturan izin usaha, intensif, dll.
- c. Kemungkinan perluasan pengembangan perusahaan dan rencana masa depan perusahaan.
- d. Sikap masyarakat setempat yang dapat memengaruhi aktivitas usaha baik positif maupun negatif, misalnya adat istiadat, budaya, agama, keamanan, dll.
- e. Biaya untuk investasi dan eksplorasi, misalnya pengadaan tanah dan pembangunan gedung.

Kemudian pertimbangan untuk menentukan lokasi kantor pusat yang umum dilakukan adalah sbb.: 1) Dekat pemerintahan; 2) Dekat lembaga keuangan; 3) Dekat dengan pasar; 4) Tersedia sarana dan prasarana

Sedangkan pertimbangan untuk lokasi gudang yang umum dilakukan adalah sebagai berikut: 1) Di kawasan

industri; 2) Dekat dengan pasar; 3) Dekat dengan bahan baku; 4) Tersedia sarana dan prasarana

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 adalah:

- a) Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat lebih memuaskan.
- b) Kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja yang diinginkan baik jumlah maupun kualifikasi.
- c) Kemudahan dalam memperoleh bahan baku atau bahan penolong dalam jumlah yang diinginkan secara terus-menerus.
- d) Kemudahan untuk memperluas lokasi usaha, karena biasanya sudah diperhitungkan untuk usaha perluasan lokasi sewaktu-waktu.
- e) Memiliki nilai atau harga ekonomis yang lebih tinggi di masa yang akan datang.
- f) Meminimalkan terjadinya konflik terutama dengan masyarakat dan pemerintah setempat.

#### **4. Penentuan Luas dan Besaran Produksi**

Skala operasi/luas produksi adalah kuantitas unit produksi yang seharusnya dihasilkan pada satu periode tertentu dalam rangka mencapai optimalisasi profit. Penentuan skala produksi berkaitan dengan berapa jumlah produksi yang dihasilkan dalam waktu tertentu dengan mempertimbangkan kapasitas produksi dan peralatan yang dimiliki serta biaya yang paling efisien. Skala operasi dapat dilihat dari segi ekonomis, yaitu yang dilihat adalah berapa jumlah produk yang dihasilkan dalam waktu tertentu dengan biaya yang paling efisien dan segi teknis yang dilihat adalah jumlah produk yang dihasilkan atas dasar kemampuan mesin dan peralatan serta persyaratan teknis lainnya.

Dalam industri manufaktur, terdapat beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam merencanakan skala operasi, yaitu:

- a) Kemungkinan perkembangan pangsa pasar yang dapat diraih.
- b) Kapasitas mesin serta peralatan yang dimiliki.
- c) Kualitas-kualitas SDM dalam proses produksi.
- d) Kemampuan keuangan perusahaan.
- e) Kemungkinan adanya perubahan teknologi produksi di masa yang akan datang.
- f) Peraturan pemerintah dan ketentuan teknis lainnya juga berperan dalam perencanaan skala operasi.

Luas produksi ekonomis ditentukan oleh:

- a) Kecenderungan permintaan yang akan datang
- b) Kemungkinan pengadaan bahan baku, bahan pembantu, tenaga kerja, dll.
- c) Tersedianya teknologi dan peralatan di pasar
- d) Daur hidup produk dan produk substitusi

Penentuan jumlah produksi optimal

- a) Pendekatan *marginal cost* dan *revenue*
- b) Pendekatan *break even point*
- c) Metode *linear programming*

## 5. Tata Letak (*Layout*)

Tata letak (*layout*) adalah suatu proses dalam menentukan bentuk dan penempatan fasilitas yang dapat menentukan efisiensi produksi atau operasi. *Layout* dirancang berkenaan dengan produk, proses, sumber daya manusia dan lokasi sehingga efisiensi operasi dapat tercapai. Tujuan penentuan *layout* adalah optimalisasi pengaturan fasilitas-fasilitas operasi sehingga nilai yang diciptakan oleh sistem produksi menjadi optimal.

Keuntungan yang diperoleh dengan adanya penentuan *layout*:

- Memberikan ruang gerak yang memadai untuk beraktivitas dan pemeliharaan
- Efisiensi pemakaian ruangan
- Biaya investasi dan produksi bisa dikurangi
- Kelancaran aliran material
- Efisiensi biaya pengangkutan material dan barang jadi
- Kebutuhan persediaan yang rendah
- Adanya kenyamanan, kesehatan, dan keselamatan kerja yang lebih baik.

## **Macam-Macam *Layout* Pabrik**

### **1. *Layout* Garis**

*Layout* garis juga disebut sebagai *layout* produk. Artinya pengaturan letak mesin-mesin atau fasilitas produksi dalam suatu pabrik yang berdasarkan atas urutan proses produksi dalam membuat suatu barang. Barang yang dikerjakan setiap hari selalu sama dan arus barang yang dikerjakan setiap hari juga selalu sama seolah-olah menyerupai garis sehingga dikatakan sebagai *layout* produk.

### **2. *Layout* Fungsional**

*Layout* fungsional ini sering disebut dengan *layout* proses, yaitu pengaturan letak fasilitas produksi di dalam pabrik berdasarkan atas fungsi bekerjanya setiap mesin atau fasilitas produksi yang ada. Mesin atau fasilitas yang mempunyai kegunaan yang sama dikelompokkan dan diletakkan pada ruangan atau tempat yang sama. *Layout* ini biasanya digunakan untuk membuat barang yang bermacam-macam. Contoh dari *layout* fungsional ini adalah pabrik yang mengerjakan berbagai macam barang-barang dari besi.

### 3. **Layout Kelompok**

*Layout* kelompok adalah suatu pengaturan letak fasilitas suatu pabrik berdasarkan atas kelompok barang yang dikerjakan. Biasanya pabrik yang menggunakan *layout* kelompok memiliki produk yang bermacam-macam, tetapi garis besar urutan prosesnya dapat dibagi dalam beberapa kelompok yang sama. Untuk setiap kelompok produk dibuatkan *layout* tersendiri.

Contoh penggunaan *layout* ini adalah pada perusahaan pemroses kulit. Perusahaan ini menghasilkan sepatu, sandal, sepatu sandal, baik untuk pria maupun wanita, berbagai dompet, tas, dan berbagai macam ikat pinggang. Proses untuk mengerjakan setiap barang tidak sama, tetapi pada dasarnya produk dapat dikelompokkan dalam beberapa marga atau kelompok produk yang garis besar urutan proses pembuatannya hampir sama. Semua produk dalam setiap kelompok memiliki garis produksi yang sama, meskipun cara pengerjaan setiap barang secara rinci berbeda-beda. Misalnya pembuatan kelompok sepatu mesti melalui bagian sol, bagian atas, bagian perakitan, dan *finishing* atau penyelesaian.

### 4. **Layout dengan Posisi Tetap**

*Layout* dengan posisi tetap adalah pengaturan fasilitas produksi dalam membuat barang dengan letak barang yang tetap atau tidak pindah-pindah. Contoh, *layout* pembuatan jembatan, *layout* pembangunan gedung, *layout* pembuatan jalan, dan *layout* penghijauan.

Kriteria untuk menilai *layout* pabrik:

- a) Adanya konsistensi dengan teknologi
- b) Adanya arus produk dalam proses yang lancar dari suatu proses ke proses yang lain
- c) Penggunaan ruangan optimal
- d) Terdapat kemungkinan untuk dengan mudah melakukan penyesuaian maupun ekspansi

- e) Meminimasi biaya produksi dan memberikan dan memberikan jaminan yang cukup untuk keselamatan tenaga kerja.

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

**a) Perusahaan manufaktur**

- Sifat produk yang dibuat. Sifat produk yang dibuat dapat menentukan *layout* yang akan dibuat. Misalnya jika produk yang dibuat padat akan berbeda dengan produk yang bersifat cair atau gas.
- Jenis proses produksi yang digunakan. *Layout* garis biasanya digunakan pada pabrik yang memiliki proses produksi *continuous* atau memiliki *line flow*, sedangkan *layout* fungsional biasanya digunakan pada proses produksi *intermittent*.
- Jenis barang serta volume produksi barang yang dihasilkan. Apabila perusahaan menghasilkan bermacam-macam barang produk yang jumlah setiap jenis hanya sedikit, biasanya menggunakan *layout* fungsional. Akan tetapi jika produknya selalu sama serta setiap jenisnya banyak, sebaiknya menggunakan *layout* garis.
- Nilai investasi. Penentuan *layout* disesuaikan dengan modal yang tersedia, karena untuk membuat *layout* diperlukan investasi yang cukup besar.
- Keluwesan atau fleksibilitas. Fleksibel adalah jika terjadi perubahan macam barang yang dihasilkan atau terjadi penambahan kapasitas pabrik/penambahan mesin, maka letak mesin dan berbagai fasilitas mudah disesuaikan.
- Pengangkutan barang. Untuk *layout* agar dapat diusahakan dengan menggunakan *conveyor* karena jalan yang dilalui barang selalu sama sehingga biaya pengangkutannya murah

- Aliran barang. Mesin-mesin sebaiknya ditempatkan sedemikian rupa sehingga aliran barang yang dikerjakan tidak saling mengganggu.
- Efektivitas penggunaan ruangan. Penempatan mesin-mesin sebaiknya sedemikian rupa sehingga ruangan dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya dan menghindari pemborosan ruangan.
- Lingkungan dan keselamatan kerja. *Layout* harus mempertimbangkan keselamatan kerja dan lingkungan kerja, jangan sampai keselamatan mesin dapat membahayakan karyawan.
- Pemeliharaan. Peletakan mesin-mesin harus memungkinkan pelaksanaan pemeliharaan dengan mudah.
- Letak kamar kecil. Letak kamar kecil jangan terlalu jauh dari ruang kerja, sehingga tidak banyak waktu yang terbuang untuk perjalanan ke kamar kecil.
- Pengawasan. Sebaiknya mesin atau fasilitas produksi lain diletakkan sedemikian rupa sehingga memudahkan pengawasan.

**b) Kantor**

- Nilai investasi. Penentuan *layout* harus disesuaikan dengan modal yang tersedia, karena untuk membuat *layout* memerlukan investasi yang cukup besar.
- Komunikasi. Peletakan fasilitas-fasilitas kantor hendaknya memudahkan untuk melakukan komunikasi.
- Fleksibilitas. Fleksibilitas *layout* kantor terkadang diperlukan untuk kemudahan penggunaan dan menghindari kejenuhan.
- Struktur organisasi. Struktur organisasi juga menentukan *layout* kantor karena dalam organisasi yang berbeda terdapat perbedaan jumlah macam dan jumlah bagian.
- Jenis lembaga. *Layout* pada bank dengan di pemda berbeda. Pada bank antara karyawan satu dengan

lainnya biasanya dipisahkan dengan pembatas kaca karena bank memerlukan ketelitian, pengawasan, serta keamanan lebih ketat dibandingkan pemda. Sedangkan di pemda biasanya satu dengan lainnya terpisah.

### **c) Gudang**

- Nilai investasi. Penentuan *layout* disesuaikan dengan modal yang tersedia, karena untuk membuat *layout* memerlukan investasi cukup besar.
- Bongkar muat barang. Penempatan barang di dalam gudang harus membantu kegiatan bongkar muat barang. Jangan meletakkan barang di sembarang tempat agar tidak mengganggu kegiatan bongkar muat barang yang lain.
- Fleksibilitas. Penempatan barang di gudang harus diatur sedemikian rupa sehingga memudahkan pengaturan kembali jika jumlah barang yang disimpan ditambah atau berubah macamnya.
- Lingkungan kerja. Agar tidak mengganggu lingkungan kerja, penempatan barang dalam gudang harus terencana dengan baik.
- Keselamatan barang yang disimpan. Barang-barang yang mudah kabur sebaiknya ditaruh di tempat yang aman dari tiupan angin. Barang-barang yang jika berdekatan dapat menimbulkan reaksi kimia, sebaiknya dijauhkan.

### **d) Toko**

- Nilai investasi. *Layout* yang baik harus didukung dengan dana yang banyak karena untuk tambahan rak, dekorasi, dan sarana-sarana pengaman.
- Daya tarik untuk pembeli. Toko harus menarik bagi para pembeli sehingga *layout* diusahakan sedemikian rupa agar pembeli merasa senang dan nyaman.



### e) Tata letak (*layout*) bagi industri jasa

- Pertimbangan spasial. Aspek seperti warna, tekstur proporsi, simetri, dan lainnya hendaknya dipertimbangkan, dikombinasikan, dan dikembangkan untuk memancing respons dari para konsumen atau orang yang melihatnya.
- Perencanaan ruangan. Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dll.
- Perlengkapan/perabotan. Memiliki beberapa fungsi, yaitu sebagai sesuatu yang menunjukkan status pemilik atau penggunaannya.
- Tata cahaya. Selain berfungsi sebagai penerang ruangan, hendaknya juga diperhatikan aktivitas-aktivitas apa saja yang dilakukan di ruangan tersebut agar sesuai dengan persepsi penyedia jasa dan pelanggan mereka.
- Warna. Pemilihan warna dalam ruangan menjadi penting karena dapat membangkitkan perasaan dan emosi bagi yang melihatnya.
- Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis. Aspek terpenting dan terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemilihan bentuk perwajahan lambang yang digunakan untuk maksud tertentu.

Untuk memperoleh *layout* yang baik maka perusahaan perlu menentukan hal-hal berikut: 1) Kapasitas dan tempat yang dibutuhkan; 2) Peralatan untuk menangani material atau bahan; 3) Lingkungan dan estetika; 4) Arus informasi; 5) Biaya perpindahan antara tempat kerja yang berbeda.

## **6. Pemilihan Teknologi**

Pemilihan teknologi yang akan digunakan dalam proses produksi baik untuk barang atau jasa hendaknya disesuaikan dengan kemajuan teknologi yang terus berkembang. Dengan demikian kemajuan teknologi diharapkan dapat menjadikan proses produksi lebih efisien yang sekaligus dapat menghasilkan produktivitas yang tinggi. Teknologi yang digunakan hendaknya disesuaikan dengan lingkungan internal dan eksternal perusahaan.

Beberapa hal yang harus diperhatikan agar teknologi yang digunakan sesuai dengan derajat mekanisasi yang diinginkan dan manfaat ekonomi yang diharapkan, antara lain:

- a) Kesesuaian teknologi dengan bahan mentah yang digunakan
- b) Keberhasilan pemakaian teknologi di tempat lain
- c) Kemampuan sumber daya manusia dalam menerapkan teknologi
- d) Kemampuan mengantisipasi perkembangan teknologi lanjutan
- e) Besarnya biaya investasi serta biaya pemeliharaan
- f) Peraturan pemerintah terkait dengan kebijakan ketenagakerjaan

## **7. Penentuan Metode Persediaan**

Untuk mengantisipasi permintaan konsumen yang mengikat secara signifikan, atau untuk menyuplai kekurangan bahan baku, maka diperlukan adanya persediaan barang yang memadai. Untuk mengendalikan persediaan diperlukan adanya manajemen persediaan yang baik. Tujuan utamanya adalah mengendalikan persediaan agar dapat melayani kebutuhan persediaan akan bahan mentah/bahan jadi dari waktu ke waktu serta dapat meminimalkan total biaya operasi perusahaan.

Dalam mengendalikan persediaan agar dapat melayani kebutuhan persediaan akan bahan mentah/bahan jadi dari waktu ke waktu serta dapat meminimalkan total biaya operasi perusahaan terdapat beberapa metode, salah satunya EOQ (*Economic Order Quantity*) di mana dalam perhitungannya harus memperhatikan SS (*Safety Stock*) dan RP (*Reorder Point*).

### ***Economic Order Quantity (EOQ)***

Adalah jumlah pembelian yang paling ekonomis (*Economical Order Quantity = EOQ*)

Definisi: jumlah setiap kali pembelian bahan yang disertai biaya minimal = jumlah pembelian bahan yang paling ekonomis.

Perumusan *Economic Order Quantity (EOQ)*

Salah satu metode manajemen persediaan yang paling terkenal adalah metode *Economic Order Quantity* atau bisa disebut dengan EOQ. Metode ini dapat digunakan baik untuk barang yang dibeli maupun untuk barang yang diproduksi sendiri. Model EOQ bisa digunakan untuk menentukan kuantitas pesanan persediaan yang meminimumkan biaya langsung penyimpanan persediaan dan biaya kebalikannya (*inverse cost*) pemesanan persediaan.

Rumusan EOQ yang bisa digunakan adalah:

$$EOQ = \sqrt{\frac{2SD}{H}}$$

Di mana:

D: Penggunaan atau permintaan yang diperkirakan per periode waktu

S: Biaya pemesanan (persiapan pesanan dan penyiapan mesin) per pesanan

H: Biaya penyimpanan per unit per tahun

Secara umum klasifikasi biaya yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

- a) Biaya angkut/penyimpanan atau *carrying* (CC)
- b) Biaya pemesanan atau *ordering cost* (OC)
- c) Biaya total atau *total cost* (TC)

### **Safety Stock**

*Safety stock* adalah persediaan tambahan yang diadakan untuk melindungi atau menjaga kemungkinan terjadinya kekurangan bahan (*stock out*). *Stock out* dapat disebabkan oleh adanya penggunaan bahan baku yang lebih besar dari perkiraan semula atau adanya keterlambatan bahan baku yang dipesan. Dengan adanya *safety stock* akan mengurangi *stock out cost* bagi perusahaan. Akan tetapi akan menimbulkan penambahan *carrying cost* sebesar perkalian antara prosentase *carrying cost* terhadap harga atau nilai *safety stock*

Terdapat beberapa faktor penentu dalam menghitung besarnya *safety stock*, yaitu antara lain:

- a) Penggunaan bahan baku rata-rata
- b) Faktor waktu
- c) Biaya yang digunakan

Di samping faktor penentu di atas dalam menentukan *safety stock* diperlukan standar kuantitas yang harus dipenuhi, yaitu:

- a) Persediaan minimum
- b) Besarnya pesanan standar
- c) Persediaan maksimum
- d) Tingkat pemesanan kembali
- e) Administrasi persediaan

### **Reorder Point (ROP)**

ROP merupakan waktu perusahaan akan memesan kembali atau batas waktu pemesanan kembali dengan melihat minimal jumlah persediaan yang ada. Pemesanan kembali dihitung dengan probabilitas atau kemungkinan terjadinya kekurangan stock dan di hitung selama tangga waktu.

## **8. Evaluasi**

Jawablah pertanyaan berikut ini dengan benar dan tepat!

No	Pertanyaan
1.	Jelaskan pentingnya aspek teknis dalam studi kelayakan bisnis!
2.	Pertimbangan apa yang Anda ambil dalam menentukan lokasi pada kantor pusat, gudang maupun pabrik? Jelaskan!
3.	Jelaskan 3 metode yang sering digunakan untuk menentukan lokasi pabrik!
4.	Jelaskan keuntungan dalam menentukan <i>layout</i> yang tepat!
5.	Jelaskan 4 jenis <i>layout</i> !
6.	Hitunglah ROP jika diketahui: Demand 2 botol susu/hari & lead time 4 hari.
7.	Hitunglah EOQ dalam rupiah dan <i>Safety Stock</i> (SS), jika diketahui: <i>Demand</i> = 2.000 unit/hari Kemampuan produksi 1.500 unit <i>Ordering Cost</i> Rp10.000 <i>Carryng Cost</i> Rp20
8.	Jelaskan 5 manfaat dari metode persediaan yang diterapkan dalam suatu perusahaan manufaktur!

## **BAB 4**

# **KAJIAN ASPEK PASAR DAN PEMASARAN**

### **1. Capaian Pembelajaran**

Setelah mempelajari pokok bahasan ini, mahasiswa diharapkan mampu:

- a) Menjelaskan pengertian pasar dan pemasaran.
- b) Menjelaskan berbagai struktur dan jenis pasar.
- c) Mengidentifikasi jenis dan metode analisis pasar dan pemasaran.
- d) Memahami strategi segmentasi, sasaran dan posisi pasar.
- e) Menjelaskan konsep bauran pemasaran.
- f) Menjelaskan berbagai teknik dan metode peramalan pasar.

### **2. Pengertian Pasar dan Pemasaran**

Pasar dan pemasaran layaknya dua sisi mata uang yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling memengaruhi. Dengan kata lain, kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran. Pemasaran adalah mencari atau menciptakan pasar. Pengertian pasar secara sederhana bisa diartikan sebagai “tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi” (Hidayat, 2020). Pengertian ini mengandung arti bahwa pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan terjadinya pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan transaksi jual beli produk baik barang maupun jasa.

Pemasaran juga bisa didefinisikan sebagai suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Selain itu, pasar juga bisa diartikan sebagai himpunan pembeli nyata dan pembeli potensial atas produk. Pasar nyata adalah konsumen yang memiliki minat, pendapatan dan akses atas produk atau jasa tertentu. Dalam pasar nyata konsumen melakukan transaksi. Hal ini didukung minat atau keinginan untuk membeli serta memiliki pendapatan atau akses. Jika masih merupakan keinginan dan suatu saat telah memiliki pendapatan dan akses, konsumen akan melakukan pembelian atas produk maupun jasa. Kelompok konsumen ini dapat diartikan sebagai pasar potensial.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu-individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan penawaran dan pertukaran produk/nilai dengan pihak lain. Unsur-unsur pokok yang terkandung dalam definisi di atas:

- *Needs, wants, dan demand*
- *Product*
- *Value, cost, dan satisfaction*
- Pertukaran dan transaksi
- Hubungan dan jaringan
- *Market*
- Pemasar dan calon pembeli

Secara umum, faktor-faktor yang memengaruhi permintaan barang atau jasa adalah sebagai berikut:

- a) Harga barang dan/atau barang pengganti
- b) Pendapatan
- c) Selera
- d) Jumlah penduduk
- e) Faktor khusus/akses

Sedangkan penawaran dapat diartikan sebagai jumlah barang atau jasa yang ditawarkan produsen pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu. Adapun faktor-faktor yang memengaruhi penawaran suatu barang dan jasa adalah:

- a) Harga barang
- b) Harga barang lain yang memiliki hubungan/barang pengganti atau pelengkap
- c) Teknologi
- d) Harga input/ongkos produksi
- e) Tujuan perusahaan
- f) Faktor khusus/akses

### 3. Struktur dan Jenis Pasar

#### o Struktur Pasar

Munir (2008) dalam (Widyasari & Manzilati, 2013), berpendapat, struktur pasar merupakan pengelompokan produsen/perusahaan yang terdapat di dalam industri ke dalam beberapa bentuk pasar, yaitu: pasar persaingan sempurna, pasar monopoli (persaingan tidak sempurna), pasar persaingan monopolistik (persaingan tidak sempurna), dan pasar oligopoli (persaingan tidak sempurna). Menurut Muslim dan Nurasa (2007) menyatakan bahwa struktur pasar yang terjadi akan memengaruhi perilaku pasar, sementara perilaku pasar akan berdampak terhadap kinerja perusahaan.

Dapat dikatakan dalam struktur pasar jumlah penjual dan sifat produknya merupakan dimensi yang sangat signifikan dari struktur pasar, kemudian ada juga lainnya seperti mudahnya memasuki industri, sifat dan jumlah produk perusahaan, dan kemampuan perusahaan untuk memengaruhi permintaan melalui periklanan. Hal ini juga sesuai dengan yang dikatakan oleh Sukirno (2002: 225) bahwa berdasarkan kepada ciri-ciri jenis barang yang dihasilkan, banyaknya para penjual dan pembeli dalam



kegiatan menghasilkan barang tersebut, mudah tidaknya perusahaan baru menjalankan kegiatan untuk memproduksi barang tersebut dan besarnya kekuasaan sesuatu perusahaan dalam pasar, maka struktur pasar dalam perekonomian dibedakan jadi 4 golongan yaitu: pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, pasar persaingan monopolistik dan pasar oligopoli.

#### 1. Pasar Persaingan Sempurna

Menurut Sukirno (2002: 227) pasar persaingan sempurna merupakan pasar yang paling ideal, karena sistem pasar ini adalah struktur pasar yang akan menjamin terwujudnya kegiatan memproduksi barang atau jasa yang tinggi (optimal) efisiensinya. Pasar persaingan sempurna dapat didefinisikan sebagai struktur pasar atau industri di mana terdapat banyak penjual dan pembeli, setiap penjual ataupun pembeli tidak dapat memengaruhi keadaan di pasar. Ciri-ciri selengkapnya dari pasar persaingan sempurna adalah sebagai berikut:

- a) Perusahaan adalah pengambil harga (*price taker*)
- b) Setiap perusahaan mudah keluar atau masuk
- c) Menghasilkan barang serupa (homogen)
- d) Terdapat banyak perusahaan di pasar
- e) Pembeli mempunyai pengetahuan sempurna mengenai pasar

#### 2. Pasar Monopoli

Pasar monopoli merupakan pasar yang sangat bertentangan ciri-cirinya dengan pasar persaingan sempurna. Pasar monopoli merupakan suatu bentuk pasar di mana hanya terdapat satu perusahaan saja, dan perusahaan ini menghasilkan barang yang tidak mempunyai barang pengganti yang sangat dekat. Biasanya keuntungan yang dimiliki perusahaan monopoli adalah keuntungan melebihi normal dan ini

diperoleh karena terdapat hambatan yang sangat tangguh kepada perusahaan-perusahaan lain untuk memasuki industri tersebut (Sukirno, 2002: 265). Sedangkan untuk ciri-ciri pasar monopoli adalah sebagai berikut:

- a) Pasar monopoli adalah industri satu perusahaan
- b) Tidak mempunyai barang pengganti yang mirip
- c) Tidak terdapat kemungkinan untuk masuk ke dalam industri
- d) Dapat memengaruhi penentuan harga
- e) Promosi iklan kurang diperlukan

### 3. Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar persaingan monopolistik pada dasarnya adalah pasar yang berada di antara dua jenis pasar yang ekstrem, yaitu pasar persaingan sempurna dan monopoli, oleh karena itu sifatnya mengandung unsur-unsur sifat monopoli dan pasar persaingan sempurna. Karena memang sulit menemukan pasar di mana barang-barang yang diperdagangkan betul-betul homogen, dan setiap pelaku pasar memiliki informasi seperti yang disyaratkan oleh pasar persaingan sempurna, dan juga sulit menemukan pasar yang benar-benar monopoli di mana tidak terdapat barang substitusi di dalamnya. Menurut Burhan (2006: 203) bentuk pasar persaingan monopolistik lebih mencerminkan keadaan yang lebih realistis di mana terdapat banyak perusahaan yang menghasilkan produk yang bersifat heterogen, tetapi merupakan substitusi dekat. Karakteristik pasar ini sama dengan pasar persaingan sempurna, kecuali barang yang dihasilkan tidak homogen. Kekuatan dari pasar monopolistik sebagai akibat dari produk yang dijual oleh perusahaan-perusahaan di pasar bersifat heterogen, sehingga sampai batas-batas tertentu

konsumen memiliki loyalitas terhadap suatu produk tertentu. Ciri-ciri selengkapnya dari pasar persaingan monopolistik yaitu:

1. Terdapat banyak penjual
  2. Barangnya bersifat berbeda corak atau diferensiasi produk
  3. Tidak ada hambatan untuk masuk
  4. Perusahaan mempunyai sedikit kekuasaan memengaruhi harga
4. Pasar Oligopoli

Oligopoli merupakan bentuk struktur pasar yang dicirikan oleh adanya beberapa perusahaan dominan. Produknya mungkin homogen atau terdiferensiasi. Perilaku tiap satu perusahaan dalam oligopoli sangat bergantung pada perilaku perusahaan yang lain (Case & Fair, 2007: 364) dalam (Widyasari & Manzilati, 2013). Dalam pasar oligopoli perilaku satu perusahaan akan berpengaruh secara signifikan terhadap perusahaan yang lain, akibatnya akan ada sifat saling ketergantungan di antara perusahaan-perusahaan tersebut Menurut pendapat Burhan (2006: 212) dalam (Widyasari & Manzilati, 2013), para pelaku dalam pasar oligopoli cenderung menunjukkan perilaku bersaing yang paling ketat. Sebelum mengambil suatu keputusan atau langkah, sebuah perusahaan akan memperhitungkan atau mengantisipasi reaksi dari para pesaingnya. Dalam pengambilan keputusan, perusahaan dalam pasar oligopoli dapat memutuskan jumlah *output* yang akan dihasilkan atas beberapa harga yang akan ditetapkan. Pasar oligopoli juga memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a) Menghasilkan barang standar maupun barang berbeda corak
- b) Kekuasaan menentukan harga adakalanya lemah dan adakalanya sangat tangguh

c) Pada umumnya perusahaan oligopoli perlu melakukan promosi secara iklan

o **Jenis Pasar**

**Jenis Pasar menurut Bentuk Keegiatannya**

Menurut dari bentuk kegiatannya pasar dibagi menjadi 2 yaitu pasar nyata ataupun pasar tidak nyata (abstrak). Maka kita lihat penjabaran berikut ini:

**Pasar Nyata.** Pasar nyata adalah pasar di mana barang-barang yang akan diperjual belikan dan dapat dibeli oleh pembeli. Contoh pasar tradisional dan pasar swalayan.

**Pasar Abstrak.** Pasar abstrak adalah pasar di mana para pedagangnya tidak menawarkan barang-barang yang akan dijual dan tidak membeli secara langsung tetapi hanya dengan menggunakan surat dagangannya saja. Contoh pasar *online*, pasar saham, pasar modal dan pasar valuta asing.

**Jenis Pasar menurut Cara Transaksinya**

Menurut cara transaksinya, jenis pasar dibedakan menjadi pasar tradisional dan pasar modern.

**Pasar Tradisional.** Pasar tradisional adalah pasar yang bersifat tradisional di mana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar menawar secara langsung. Barang-barang yang diperjual belikan adalah barang yang berupa barang kebutuhan pokok.

**Pasar Modern.** Pasar modern adalah pasar yang bersifat modern di mana barang-barang diperjual belikan dengan harga pas dan dengan layanan sendiri. Tempat berlangsungnya pasar ini adalah di mal, plaza, dan tempat-tempat modern lainnya.

**Jenis-Jenis Pasar menurut Jenis Barangnya**

Beberapa pasar hanya menjual satu jenis barang tertentu, misalnya pasar hewan, pasar sayur, pasar buah, pasar ikan dan daging serta pasar loak.

### **Jenis-Jenis Pasar menurut Keleluasaan Distribusi**

Menurut keleluasaan distribusinya barang yang dijual pasar dapat dibedakan menjadi: Pasar Lokal, Pasar Daerah, Pasar Nasional dan, Pasar Internasional.

### **Jenis-Jenis Pasar Berdasarkan Pelaku Pasar**

Berdasarkan pelaku pasar, pasar dapat dikelompokkan menjadi:

**Pasar konsumen.** Adalah pasar di mana individu dan rumah tangga bisa membeli/memperoleh barang dan jasa untuk dikonsumsi sendiri.

**Pasar industrial.** Adalah di mana pihak-pihak yang membeli barang dan jasa digunakan kembali untuk menghasilkan barang dan jasa lain atau disewakan kepada pihak lain untuk memperoleh keuntungan.

**Pasar reseller.** Merupakan suatu pasar yang terdiri dari individu dan organisasi yang melakukan penjualan kembali barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan.

**Pasar pemerintah.** Adalah yang terdiri dari unit-unit pemerintah yang membeli atau menyewa barang dan jasa untuk melaksanakan fungsi utama pemerintah (Hidayat, 2020).

## **4. Analisis Pasar dan Pemasaran**

Perusahaan dalam mengkaji aspek pasar dan pemasaran bertujuan antara lain, sebagai berikut:

- a) Meningkatkan penjualan dan laba perusahaan. Perusahaan melalui berbagai cara untuk memperbesar omzet penjualan dari waktu ke waktu. Hal ini akan memberikan dampak terhadap tingkat keuntungan atau laba yang sesuai dengan penetapan target sehingga dapat dikatakan sebagai perusahaan yang layak untuk melakukan operasi.
- b) Menguasai pasar. Perusahaan yang berorientasi profit, melalui berbagai cara berusaha untuk menguasai pasar

melalui perluasan *market share* terutama wilayah-wilayah tertentu. Peningkatan *market share* dilakukan dengan berbagai cara, baik mencari atau menciptakan peluang baru atau merebut *market share* pesaing.

- c) Mengurangi saingan. Perusahaan dapat menciptakan produk sejenis dengan mutu yang sama tetapi harga lebih rendah dari produk utama. Tujuannya adalah mengurangi saingan dan antisipasi terhadap kemungkinan pesaing baru yang masuk ke industri.
- d) Menaikkan prestise produk tertentu di pasaran. Perusahaan terutama yang memproduksi produk kelas tinggi memiliki tujuan khusus yaitu bagaimana meningkatkan prestise produk didepan pelanggannya. Hal ini dilakukan melalui cara promosi, peningkatan mutu, selera yang sesuai dengan keinginan konsumen.
- e) Memenuhi pihak-pihak tertentu. Perusahaan memiliki tujuan lain, yaitu memenuhi kebutuhan pihak-pihak tertentu dalam jumlah yang terbatas. Misalnya permintaan pemerintah atau lembaga tertentu. Hal ini dilakukan berkaitan dengan membangun citra perusahaan di mana pihak lain khususnya pemerintah.

Proses pemasaran dimulai dari menemukan apa yang diinginkan oleh konsumen. Yang akhirnya memiliki tujuan pemasaran, yaitu:

1. Potensi konsumen untuk mengetahui secara detail produk yang kita hasilkan dan perusahaan dapat menyediakan semua permintaan mereka untuk produk kami.
2. Perusahaan dapat menjelaskan secara detail semua kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran. Kegiatan pemasaran ini meliputi berbagai kegiatan, mulai dari deskripsi produk, desain produk, promosi produk, iklan produk, komunikasi kepada konsumen, sampai pengiriman produk untuk mencapai tangan konsumen dengan cepat.

3. Mengenal dan memahami pelanggan sehingga produk ini cocok dan dapat dijual dengan sendirinya.
4. Untuk menarik perhatian dan membuat bunga (keuntungan).
5. Untuk menciptakan citra merek, mengubah citra tersebut, dan membuat orang tertarik pada apa yang kamu jual.

#### a) Analisis Pasar

Aspek pasar dalam studi kelayakan bisnis dan investasi membahas besarnya permintaan penawaran dan harga. Permintaan dan penawaran dilakukan dengan menggunakan metode proyeksi selama beberapa tahun ke depan. Tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa besar tingkat penyerapan pasar (Freddy Rangkuti 2012) dalam (Yanuar, 2016). Dalam aspek pasar mempelajari tentang:

- Penawaran. Penawaran diartikan sebagai kuantitas barang yang ditawarkan di pasar pada berbagai tingkat harga. Hukum penawaran menyatakan bahwa jika harga suatu barang meningkat maka akan semakin tinggi kuantitas barang yang akan ditawarkan, begitupun sebaliknya, jika harga suatu barang menurun maka akan semakin turun kuantitas barang yang akan ditawarkan (husein umar, 2009: 36).
- Permintaan. Permintaan dapat diartikan sebagai jumlah barang yang dibutuhkan konsumen yang mempunyai kemampuan untuk membeli pada berbagai tingkat harga. Hukum permintaan menyatakan bahwa jika harga suatu barang meningkat maka kuantitas barang yang diminta akan berkurang, begitupun sebaliknya, bila harga barang yang diminta menurun maka kuantitas barang yang diminta akan naik (asumsi *ceteris paribus*).
- Bentuk Pasar. Bentuk pasar dapat dilihat dari sisi produsen dan sisi konsumen. Dari sisi produsen pasar dapat dibedakan atas pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, dan monopoli.

Sedangkan pasar dilihat dari sisi konsumen, dapat dibedakan menjadi empat bentuk yakni: pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual kembali (*reseller*) dan pasar pemerintah.

- Mengukur dan Meramalkan Permintaan. Peramalan merupakan pengetahuan dan seni untuk memperkirakan apa yang terjadi di masa yang akan datang pada saat sekarang. Dalam melakukan peramalan, peramal harus mencari data dan informasi masa lalu.

Langkah-langkah peramalan:

1. Mengumpulkan data
  2. Mengolah data
  3. Menentukan metode peramalan
  4. Memproyeksikan data
- Mengambil keputusan. Peramalan dengan metode *regresi* merupakan salah satu metode ramalan yang disusun atas dasar pola data masa lalu. Ada dua pendekatan untuk melakukan peramalan dengan menggunakan analisis deret waktu dengan metode regresi sederhana, yaitu:
    1. Analisis deret waktu untuk regresi sederhana *linier*.
    2. Analisis deret waktu untuk regresi sederhana yang *nonlinier*.

### **Analisis Pemasaran**

Analisis aspek pasar merupakan variabel pertama dan utama yang perlu dikaji dalam pembahasan studi kelayakan bisnis karena bilamana tidak ada pasar pada unit usaha maka keputusan investasi perlu ditinjau kembali. Dalam penentuan pasar ada beberapa kriteria pasar yang harus diukur untuk mempermudah penentuan pasar sasaran, yaitu:

- Pasar potensial, adalah sekumpulan konsumen yang menyatakan tingkat minat yang memadai terhadap penawaran pasar.



- Pasar tersedia, adalah sekumpulan konsumen yang mempunyai minat, pendapatan, akses dan kualifikasi untuk penawaran pasar tertentu.
- Pasar sasaran, adalah bagian dari pasar tersedia yang akan dimasuki oleh perusahaan berdasarkan pada kesiapan dan kebijakan perusahaan.

### **Saluran dan Lembaga Pemasaran**

Saluran pemasaran merupakan suatu saluran distribusi (*channel of distribution*) dianggap mencakup suatu kelompok lembaga-lembaga yang melaksanakan keseluruhan kegiatan (fungsi) untuk mengalihkan produk disertai hak miliknya dari lingkungan produksi ke arah lingkungan konsumsi. Saluran pemasaran merupakan suatu struktur unit organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri atas agen, dealer, pedagang besar, pengecer, melalui mana sebuah komoditas, produk atau jasa dipasarkan (Swastha, 1997). Sedangkan lembaga pemasaran merupakan orang atau badan usaha atau lembaga yang secara langsung terlibat di dalam mengalirkan barang dari produsen ke konsumen. Lembaga-lembaga pemasaran ini dapat berupa tengkulak, pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer.

### **Biaya Pemasaran**

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Biaya pemasaran komoditas pertanian meliputi biaya transportasi atau biaya angkut, biaya pungutan retribusi, biaya penyusutan dan lain-lain. Besarnya biaya pemasaran berbeda satu sama lain. Hal ini disebabkan lokasi pemasaran, lembaga pemasaran (pengumpul, pedagang besar, pengecer, dan sebagainya) dan efektifitas pemasaran yang dilakukan serta macam komoditas (Rahim dan Hastuti, 2007).

### **Keuntungan Pemasaran**

Selisih harga yang dipasarkan ke produsen dan harga yang diberikan oleh konsumen dikurangi dengan biaya pemasaran disebut keuntungan pemasaran. Masing-masing lembaga ingin mendapatkan keuntungan, maka harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran juga berbeda. Semakin maju tingkat pengetahuan produsen, lembaga pemasaran dan konsumen terhadap penguasaan informasi pasar, maka semakin merata distribusi margin pemasaran yang diterima.

### **Margin Pemasaran**

Margin merupakan suatu imbalan, atau harga atas suatu hasil kerja. Apabila ditinjau sebagai pembayaran atas jasa-jasa, margin menjadi suatu elemen yang penting dalam strategi pemasaran. Konsep margin sebagai suatu pembayaran pada penyalur mempunyai dasar logis dalam konsep tentang nilai tambah. Margin didefinisikan sebagai perbedaan antara harga beli dengan harga jual (Swastha, 1992).

## **5. Segmentasi, Sasaran dan Posisi Pasar**

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain (Philip Kotler). Hal pokok yang perlu dianalisis di dalam aspek pemasaran terdiri dari:

### **1. Segmentasi Pasar**

Segmentasi pasar artinya membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau *marketing mix* yang berbeda pula (Kasmir dan Jakfar, 2012: 48). Beberapa aspek utama untuk menyegmentasikan pasar adalah aspek

*geografis, demografi, psikografis, dan perilaku* (Husein Umar, 2009: 59).

## 2. Sasaran Pasar

Analisis dapat dilakukan dengan menelaah tiga faktor (Husein Umar, 2009: 60), yaitu:

1. Ukuran dan pertumbuhan segmen.
2. Kemenarikan struktural segmen.
3. Sasaran dan sumber daya.

## 3. Menentukan Posisi Pasar

Penentuan posisi pasar dapat dilakukan dengan mengikuti tiga langkah (Kasmir dan Jakfar, 2012: 50) yaitu:

- a. Mengidentifikasi keunggulan kompetitif.
- b. Memilih keunggulan kompetitif.
- c. Mewujudkan dan mengomunikasikan posisi.

## 4. Analisis Persaingan

Dalam menetapkan strategi pemasaran kompetitif yang efektif, studi kelayakan bisnis perlu juga mencermati produk, harga, saluran distribusi maupun promosi yang dilakukan oleh pesaing terdekat. Langkah-langkah dalam menganalisis pesaing (Husein Umar, 2009: 68):

- a. Mengidentifikasi pesaing.
- b. Menentukan sasaran pesaing.
- c. Mengidentifikasi pesaing.
- d. Menilai kekuatan dan kelemahan pesaing.
- e. Mengestimasi pola reaksi pesaing.
- f. Memilih pesaing.

## 5. Bauran Pemasaran

Manajemen Pemasaran akan dipecah menjadi empat kebijakan pemasaran yang lazim disebut bauran pemasaran (*marketing mix*) atau 4P dalam pemasaran yang terdiri dari empat komponen, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Sedangkan, untuk produk jasa dikenal dengan 7P, sama dengan *marketing mix* produk tetapi ditambah dengan *process, people* dan *physical*.

## 6. Strategi Bauran Pemasaran

Menurut (Kotler, 2002 dalam Daryanto, 2019), bauran pemasaran adalah sekumpulan alat pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Pengertian bauran pemasaran adalah sebagai berikut: “Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan perusahaannya”. Maka, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan distribusi, yang di dalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respons yang diinginkan dari pasar sasaran. (Kotler dan Keller, 2007) bauran pemasaran adalah serangkaian dari variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran. (Kotler dan Armstrong, 2001 dalam Daryanto, 2019) menyatakan bahwa bauran pemasaran sebagai perangkat alat pemasaran taktis dan terkontrol yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan pasar sasaran.

Bauran pemasaran yang digunakan dalam pengabdian ini adalah dengan memperkenalkan konsep bauran 4P, sebagai berikut:

### 1. *Product*

Menurut (Kotler, 2002) produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi, sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Intensitas kompetisi di pasar memaksa perusahaan untuk mengupayakan adaptasi produk yang tinggi guna meraih keunggulan yang kompetitif atas pesaing, karena adaptasi produk dapat memperluas basis pasar lokal dan ditingkatkan untuk preferensi lokal tertentu. Konsumen semakin banyak memiliki alternatif dan sangat hati-hati dalam menentukan keputusan untuk

melakukan pembelian dengan mempertimbangkan faktor-faktor kebutuhan, keunggulan produk, pelayanan dan perbandingan harga sebelum memutuskan untuk membeli (Tjiptono, 2008).

Produk dapat berupa barang dan jasa. Faktor-faktor yang memengaruhi peluang bagi produk baru adalah:

- perubahan ekonomi.
- perubahan sosial dan budaya.
- perubahan teknologi.
- perubahan politik.
- perubahan lainnya.

Strategi produk yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan suatu produk adalah sebagai berikut:

- a) Penentuan logo dan motto. Logo merupakan ciri khas suatu produk, sedangkan motto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan visi dan misi perusahaan dalam melayani masyarakat.
- b) Menciptakan merek. Merek merupakan hal penting bagi konsumen untuk mengenal barang atau jasa. Pengertian merek diartikan sebagai nama, istilah, simbol desain atau kombinasi dari semuanya.
- c) Menciptakan kemasan. Kemasan merupakan pembungkus suatu produk. Penciptaan kemasan harus memenuhi berbagai persyaratan, seperti kualitas kemasan, bentuk, warna dan persyaratan lainnya.
- d) Keputusan label. Label merupakan sesuatu yang dilekatkan pada produk dan bagian dari kemasan. Label harus menjelaskan siapa yang membuat, di mana dan kapan dibuat, cara menggunakannya waktu kedaluarsa dan informasi lainnya.

## **2. Price**

Kotler dan Amstrong (2013), harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh barang atau jasa; sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk

menukarkannya dengan keuntungan untuk memperoleh barang atau jasa. Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli sudah termasuk layanan yang diberikan oleh penjual. Banyak perusahaan mengadakan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak dicapainya. Adapun tujuan tersebut dapat berupa meningkatkan penjualan, mempertahankan *market share*, mempertahankan stabilitas harga, mencapai laba maksimum dan sebagainya (Engel, J; Blackwell R, 2004).

Pelaku bisnis harus dapat menentukan harga jual yang minimum bagi konsumen. Harga minimum dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain:

- Harga produk sejenis atau pengganti dari pesaing.  
Produk harus memiliki nilai jual yang bersaing dengan perusahaan sejenis. Konsumen akan membeli produk dengan harga yang lebih murah.
- Daya beli masyarakat.  
Harga yang ditetapkan pelaku harus dapat dijangkau oleh masyarakat khususnya konsumen yang dijadikan sasaran pembeli potensial. Hal ini terkait dengan kemampuan dan keterbatasan penghasilan masyarakat terutama produk yang tidak termasuk kebutuhan primer.
- Jangka waktu perputaran dana.  
Harga produk tidak harus memiliki tingkat keuntungan yang tinggi. Hal ini terkait dengan perputaran usaha khususnya dengan memiliki modal terbatas.
- Peraturan pemerintah.  
Peraturan pemerintah akan memiliki korelasi terhadap penentuan harga produk. Hal ini terkait dengan kebijakan pemerintah untuk melindungi masyarakat khususnya produk kebutuhan pokok.

Langkah-langkah yang perlu ditempuh dalam menetapkan harga yang tepat terhadap suatu produk adalah:

- Menentukan tujuan penetapan harga.
- Memperkirakan permintaan biaya dan laba.
- Memilih strategi harga untuk membantu menentukan harga dasar.
- Menyesuaikan harga dasar dengan taktik penetapan harga.

Secara umum, tujuan penentuan harga adalah sebagai berikut:

- Bertahan hidup, salah satu strategi untuk bertahan hidup adalah menentukan harga semurah mungkin. Hal ini dimaksud agar produk atau jasa yang ditawarkan laku di pasar konsumen.
- Memaksimalkan laba, tujuan ini dengan mengharapkan penjual yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.
- Memperbesar *market share*, peningkatan ini otomatis akan berpengaruh kepada pelanggan pesaing untuk beralih pada perusahaan yang melakukan *market share*.
- Mutu produk, tujuannya adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas pesaing. Harga biasanya ditentukan setinggi mungkin. Hal ini disebabkan pada anggapan bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang harganya lebih tinggi.
- Pesaing, perusahaan dalam hal penentuan harga harus memperhatikan harga pesaing, ini bertujuan agar harga yang ditawarkan tidak melebihi harga pesaing.

Besarnya harga yang harus dipasang tentu disesuaikan dengan tujuan penentuan harga. Ada 3 strategi dasar dalam penetapan harga, yaitu:

1. *Skimming pricing*, yaitu harga awal produk yang ditetapkan setinggi-tingginya dengan tujuan bahwa produk atau jasa memiliki kualitas tinggi.

2. *Penetration pricing*, yaitu dengan menetapkan harga yang serendah mungkin dengan tujuan untuk menguasai pasar.
3. *Status quo pricing*, yaitu penetapan harga *status quo* adalah harga yang ditetapkan disesuaikan dengan harga pesaing.

Terdapat beberapa metode penetapan harga yang sering digunakan, yaitu:

a) Penetapan harga berdasarkan biaya

1. *Cost plus pricing*

Metode penentuan *cost plus pricing* menggunakan rumus:

$$\text{Harga Pokok} = VC + \frac{FC}{TS}$$

Di mana:

VC = *Variable Cost* (Biaya Variabel)

FC = *Fixed Cost* (Biaya Tetap)

TS = *Total Sales*

**Contoh Soal:**

Jika diketahui VC = Rp25; FC = Rp500,000 dan TS = 10,000 unit.

Hitunglah harga pokok tersebut!

**Jawab:**

$$\text{Harga Pokok} = \text{Rp}25 + \frac{500,000}{10,000} = \text{Rp}75/\text{unit}$$

Jadi harga pokok barang tersebut adalah sebesar Rp75/unit.

2. *Cost plus pricing dengan mark up*

Metode penetapan harga ini merupakan metode yang paling populer digunakan oleh grosir dan pengecer untuk penentuan harga jual. Penentuan harga *markup* adalah **biaya pembelian produk dari produsen ditambah sejumlah keuntungan yang diinginkan.**

**Contoh Soal:**



Berdasarkan harga pokok pada soal nomor 1, perusahaan menginginkan margin laba 25%, maka *cost plus pricing*, dengan *markup* sebagai berikut:

$$\text{Harga dengan markup} = \frac{\text{harga pokok per unit}}{1 - \text{laba yang diinginkan}}$$

$$\text{Harga dengan markup} = \frac{\text{Rp75}}{1 - 0,25} = \text{Rp100}$$

b) *Break Even Pricing* (BEP) atau *Target Pricing*

BEP adalah harga ditentukan berdasarkan titik impas (pulang pokok)

$$\text{BEP} = \frac{FC}{P - VC} \text{ atau } \frac{FC}{1 - VC/P}$$

Contoh Soal:

Berdasarkan data soal nomor 1, hitunglah BEP-nya!

Jawab:

$$\text{BEP} = \frac{500,000}{75 - 25} = \text{Rp10,000/unit.}$$

Jadi *break even pricing* sebesar Rp10,000/unit.

c) *Precived Value Pricing*

Merupakan harga ditentukan oleh kesan pembeli (persepsi) terhadap produk yang ditawarkan. Biasanya penetapan harga seperti ini berdasarkan nilai yang dipersepsikan sesuai dengan penentuan posisi produk perusahaan di pasar.

Dalam strategi diskriminasi harga terdapat tiga tingkatan (Poort & Borgesius, 2019) dalam (Kulla, Ma'ruf, 2013):

- Diskriminasi harga tingkat pertama, mengacu pada situasi di mana setiap konsumen dikenakan harga individual yang setara dengan kesediaan maksimumnya untuk membayar, dalam tingkatan ini memungkinkan penjual untuk mengambil semua surplus konsumen.
- Diskriminasi harga tingkat kedua, mengacu pada skema penetapan harga di mana harga suatu barang atau jasa bergantung pada kuantitas pembelian konsumen.
- Diskriminasi harga tingkat ketiga, penjual menetapkan harga berbeda antara kelompok atau jenis konsumen,

seperti berdasarkan harga segmen pelanggan, harga saluran, harga lokasi, dan harga waktu.

Selain itu, sebelum menerapkan strategi diskriminasi harga diperlukan tiga syarat yang harus dipenuhi agar realisasi dari strategi ini dapat berjalan dengan baik (Poort & Borgesius, 2019) dalam (Kulla, Ma'ruf, 2013):

- a. Penjual harus dapat membedakan antarpelanggan atau dapat melakukan segmen pelanggan yang sesuai.
- b. Penjual harus memiliki kekuatan pasar yang cukup.
- c. Untuk dijual kembali maka harga tidak boleh mahal dan penjual dilarang untuk mencegah arbitrase antarpelanggan.

Berbeda dengan syarat yang dipaparkan oleh Poort & Borgesius (2019), Sugiarto (2016) dalam (Kulla, Ma'ruf, 2013), menyatakan 3 syarat yang harus dipenuhi sebelum menerapkan diskriminasi harga adalah:

- a. Penjual harus memiliki keahlian dan mampu mengendalikan harga.
- b. Sifat permintaan dan elastisitas permintaan harus berbeda.
- c. Penjual harus mampu melakukan segmentasi pasar.

### **3. Promotion**

Menurut (Tjiptono, 2006) menyatakan bahwa lokasi fasilitas jasa merupakan salah satu faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Lokasi atau tempat seringkali ikut menentukan kesuksesan perusahaan, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial sebuah perusahaan.

Perusahaan tidak bisa mengharapkan konsumen mengenal produk atau jasa tanpa melakukan promosi. Promosi merupakan sarana yang paling menarik dan mempertahankan konsumen. Promosi setidaknya terdiri atas

empat macam sarana promosi dalam mempromosikan baik produk maupun jasa, antara lain:

- Periklanan.
- Promosi penjualan.
- Publisitas.
- Penjualan pribadi.

Promosi juga dapat dilakukan melalui promosi penjualan (*sales promotion*). Tujuan promosi penjualan adalah meningkatkan penjualan atau jumlah pelanggan. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik pelanggan untuk membeli produk atau jasa. Perusahaan harus membuat promosi penjualan semenarik mungkin sehingga dapat memengaruhi pelanggan.

Bagi perusahaan, promosi penjualan dapat dilakukan melalui:

- Pemberian harga khusus atau potongan harga atas produk tertentu.
- Pemberian undian setiap membeli dalam jumlah tertentu.
- Pemberian cendera mata serta kenang-kenangan atas konsumen yang loyal.
- Promosi dan penjualan lainnya.

#### **4. Place**

Menurut Tanton (2019), promosi adalah unsur dalam bauran-bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberi tahu, membujuk, dan mengingatkan tentang produk pada suatu perusahaan. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, memengaruhi atau membujuk dan meningkatkan sasaran pasar atas produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono 2007).

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi, mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut:

- a) Dekat dengan kawasan industri.
- b) Dekat dengan lokasi perkantoran.
- c) Dekat dengan lokasi pasar.
- d) Dekat dengan pusat pemerintahan.
- e) Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat.
- f) Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada dalam suatu lokasi.
- g) Sarana dan prasarana (jalan, pelabuhan, listrik dan lain-lain).

Saluran distribusi adalah sekelompok pedagang atau agen perusahaan yang mengombinasikan pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu (Basu Swasta, 2002: 286). lembaga-lembaga yang ikut ambil bagian dalam penyaluran barang adalah:

1. Produsen.
2. Perantara (pedagang dan agen).
3. Konsumen akhir atau pemakai industri.

Perantara dapat di golongkan menjadi dua bagian yaitu:

a. Perantara pedagang

Perantara pedagang ini bertanggung jawab terhadap pemilihan semua barang yang di pasarkan. Dalam hubungannya dengan pemindahan pemilik, kegiatan perantara ini berada dengan lembaga-lembaga lain seperti perusahaan angkut dan perusahaan asuransi, sebab lembaga-lembaga tersebut walaupun ikut membantu proses pemasaran tetapi tidak aktif terlibat dalam perjanjian pembelian dan penjualan.

Ada dua kelompok yang termasuk dalam perantara pedagang yaitu:

- Pedagang Besar adalah sebuah unit usaha yang membeli dan menjual kembali barang-barang kepada pengecer dan pedagang lainnya.
  - Pengecer adalah sebuah lembaga yang melakukan kegiatan usaha yang menjual barang kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi.
- b. Perantara agen

Perantara agen adalah lembaga yang melakukan perdagangan dengan menyediakan jasa dan fungsi khusus yang berhubungan dengan penjualan atau distribusi barang, tetapi mereka tidak mempunyai hak untuk memiliki barang yang diperdagangkan. Mereka dapat di golongkan ke dalam dua golongan yaitu:

- Agen penunjang merupakan agen yang menghususkan kegiatannya dalam beberapa aspek pemindahan barang. Kegiatan agen penunjang adalah membantu untuk memindahkan barang-barang sedemikian rupa sehingga mengadakan hubungan langsung dengan pembeli dan penjual.
- Agen pelengkap berfungsi melaksanakan jasa-jasa tambahan dalam penyaluran barang dengan tujuan memperbaiki adanya kekurangan-kekurangan. Apabila pedagang atau lembaga lain tidak dapat melaksanakan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan penyaluran barang, maka agen pelengkap dapat menggantikannya (Basu Swasta dan Irawan, 2020).

Distribusi fisik adalah kegiatan-kegiatan dari aliran material seperti pengangkutan, penyimpanan, serta pergudangan persediaan (Basu Swasta dan Irawan, 2020). Distribusi fisik ini dipakai untuk menggambarkan luasnya kegiatan pemindahan suatu barang ke tempat tertentu dan pada saat tertentu. Saluran distribusi fisik dapat juga dikatakan terdiri dari seperangkat kegiatan yang mencakup

perencanaan dan pelaksanaan arus fisik barang dari tempat asal menuju kepada 5 pemakai atau konsumen akhir untuk memilih kebutuhan pelanggan dengan cara menghasilkan laba bagi perusahaan sehingga tercapailah tujuan perusahaan.

Sedangkan fungsi dari saluran distribusi yang dilaksanakan oleh perantara (Hidayat, 2020), adalah:

a) Fungsi transaksi.

Fungsi ini meliputi menghubungi dan mengomunikasikan dengan calon pelanggan untuk membuat mereka sadar terhadap produk yang telah ada dan menjelaskan kelebihan dan manfaat dari produk tersebut.

b) Fungsi logistik.

Fungsi ini meliputi mengangkut dan menyortir barang untuk mengatasi perbedaan tempat sementara. Selain itu juga berfungsi untuk menyimpan pemeliharaan dan melindungi barang.

c) Fungsi fasilitas.

Fungsi ini meliputi penelitian dan pembiayaan. Penelitian yakni mengumpulkan informasi tentang anggota saluran dan pelanggan. Pembiayaan adalah memastikan bahwa anggota saluran memiliki uang untuk memindahkan aliran barang melalui saluran distribusi sampai ke konsumen akhir.

## **7. Teknik Peramalan Pasar**

Peramalan adalah metode untuk memperkirakan suatu nilai di masa depan dengan menggunakan data masa lalu. Peramalan juga dapat diartikan sebagai seni dan ilmu untuk memperkirakan kejadian pada masa yang akan datang, sedangkan aktivitas peramalan merupakan suatu fungsi bisnis yang berusaha memperkirakan penjualan dan penggunaan suatu produk sehingga produk-produk itu dapat dibuat dalam kuantitas yang tepat (Gaspersz, 2002) dalam (Wardah & Iskandar, 2016).

Peramalan yang dibuat selalu diupayakan agar dapat:

- a. Meminimumkan pengaruh ketidakpastian terhadap perusahaan.
- b. Peramalan bertujuan mendapatkan peramalan (*forecast*) yang bisa meminimumkan kesalahan meramal (*forecast error*) yang biasanya diukur dengan MSE (*Mean Squared Error*), MAE (*Mean Absolute Error*), dan sebagainya (Wardah & Iskandar, 2016).

Peramalan yang baik adalah peramalan yang dilakukan dengan mengikuti langkah-langkah atau prosedur penyusunan yang baik yang akan menentukan kualitas atau mutu dari hasil peramalan yang disusun. Pada dasarnya ada 3 langkah peramalan yang penting, yaitu (Assauri, 1984):

- a) Menganalisis data yang lalu, tahap ini berguna untuk pola yang terjadi pada masa lalu.
- b) Menentukan data yang dipergunakan. Metode yang baik adalah metode yang memberikan hasil ramalan yang tidak jauh berbeda dengan kenyataan yang terjadi.
- c) Memproyeksikan data yang lalu dengan menggunakan metode yang dipergunakan, dan mempertimbangkan adanya beberapa faktor perubahan (perubahan kebijakan-kebijakan yang mungkin terjadi, termasuk perubahan kebijakan pemerintah, perkembangan potensi masyarakat, perkembangan teknologi dan penemuan-penemuan baru).

Sedangkan prinsip-prinsip peramalan yang perlu dipertimbangkan adalah:

- a) Peramalan melibatkan kesalahan (*error*), peramalan akan hanya mengurangi ketidakpastian tetapi tidak menghilangkannya.
- b) Peramalan sebaiknya memakai tolak ukur kesalahan peramalan, pemakai harus tahu besar kesalahan, yang dapat dinyatakan dalam satuan unit atau persentase

(*probability*) permintaan aktual akan jatuh dalam interval peramalan.

- c) Peramalan famili produk lebih akurat dari pada peramalan produk individu (*item*).
- d) Peramalan jangka pendek lebih akurat dari pada peramalan jangka panjang, karena peramalan jangka pendek, kondisi yang memengaruhi permintaan cenderung tetap atau berubah lambat, sehingga peramalan jangka pendek lebih akurat.
- e) Jika memungkinkan coba melakukan perhitungan permintaan dari pada meramalkan permintaan.

Adapun karakteristik peramalan yang baik adalah:

1. *Accuracy*
2. *Low Rupiah Cost of Software Purchase or Development*
3. *Low Computer Time Requirements*
4. *Low Computer Storage Requirements*
5. *On-line Capabilities*

### **Metode Peramalan**

#### 1) Metode *Moving Average*

*Moving average* merupakan metode yang paling sering digunakan dan paling standar. *Moving average* adalah suatu metode peramalan umum dan mudah untuk menggunakan alat-alat yang tersedia untuk analisis teknis. *Moving average* menyediakan metode sederhana untuk pemulusan data masa lalu. Metode ini berguna untuk peramalan ketika tidak terjadi tren, gunakan estimasi berbeda untuk mempertimbangkannya. Hal ini disebut dengan “bergerak” karena sebagai data baru yang tersedia, data yang tertua tidak digunakan lagi (Makridakis dkk., 1999).

Tujuan utama dari penggunaan rata-rata bergerak adalah untuk menghilangkan atau mengurangi acakan dalam deret waktu. Teknik rata-rata bergerak dalam deret waktu



terdiri dari pengambilan suatu kumpulan nilai-nilai yang diobservasi, mendapatkan rata-rata dari nilai ini, dan kemudian menggunakan nilai rata-rata tersebut sebagai ramalan untuk periode yang akan datang (Assauri, 1984). Peramalan dengan teknik *moving average* melakukan perhitungan terhadap nilai data yang paling baru sedangkan data yang tua/lama akan dihapus. Nilai rata-rata dihitung berdasarkan jumlah data, yang angka rata-rata bergeraknya ditentukan dari harga 1 sampai nilai N data yang dimiliki.

2) Metode Nilai Tengah

Diberikan sekumpulan data yang meliputi N periode, waktu terakhir dan ditentukan T titik data pertama sebagai kelompok-kelompok inialisasi dan sisanya sebagai kelompok pengujian. Metode rata-rata sederhana adalah mengambil rata-rata dari semua data dalam kelompok inialisasi tersebut.

3) Rata-Rata Bergerak Sederhana atau Tunggal

Salah satu cara untuk mengubah pengaruh masa lalu terhadap nilai tengah sebagai ramalan adalah dengan menentukan sejak awal berapa jumlah nilai pengamatan masa lalu yang akan dimasukkan untuk menghitung nilai tengah. Untuk menggambarkan prosedur ini digunakan istilah rata-rata bergerak karena setiap muncul pengamatan nilai yang baru, nilai rata-rata yang baru dapat dihitung dengan membuang nilai observasi yang paling tua dan dimasukkan nilai pengamatan yang terbaru.

4) Rata-Rata Bergerak Ganda

Untuk mengurangi galat sistematis yang terjadi bila rata-rata bergerak dipakai pada data berkecendrungan maka dikembangkan metode rata-rata bergerak linear. Dasar metode ini adalah menghitung rata-rata bergerak berganda, merupakan rata-rata bergerak dan menurut

simbol dituliskan sebagai MA (Mx N) di mana MA adalah M periode dari MA N-periode.

#### 5) Metode Tren Analisis

Metode Memisahkan tiga komponen tiga komponen terpisah dari pola dasar yang cenderung mencirikan deret data ekonomi dan bisnis. Komponen tersebut adalah faktor tren, siklus dan musiman.

### 8. Evaluasi

Jawablah pertanyaan berikut ini dengan benar dan tepat!

No	Pertanyaan
1.	Jelaskan definisi dari: a) pemasaran; b) pasar
2.	Jelaskan definisi dari: a) pasar potensial; b) pasar nyata.
3.	Uraikan secara singkat bagaimana cara menentukan segmentasi pasar, pasar sasaran dan penentuan posisi pasar!
4.	Jelaskan distribusi saluran pemasaran yang Anda ketahui!
5.	Jelaskan 4 poin bauran pemasaran ( <i>marketing mix</i> )!
6.	Jelaskan 3 metode peramalan yang Anda ketahui!
7.	Mana yang didahulukan, membuat produk atau menganalisis pasar? Jelaskan mengapa demikian!
8.	Uraikan beberapa langkah peramalan, sehingga hasilnya seoptimal mungkin!
9.	Jelaskan 3 fungsi dari saluran distribusi barang/jasa!
10.	Jelaskan definisi dari: a) produsen; b) perantara; c) konsumen akhir.

## **BAB 5**

# **KAJIAN ASPEK FINANSIAL**

### **1. Capaian Pembelajaran**

Setelah mempelajari pokok bahasan ini, mahasiswa diharapkan mampu:

- a) Menjelaskan pengertian aspek finansial.
- b) Menjelaskan berbagai sumber pendanaan investasi.
- c) Menganalisis estimasi pendapatan dan biaya investasi ( arus kas).
- d) Menjelaskan kriteria penilaian investasi.
- e) Memahami proyeksi neraca dan laporan laba/rugi.
- f) Menganalisis berbagai rasio keuangan dalam menilai kemampuan perusahaan.

### **2. Pengertian Aspek Finansial**

Analisis finansial adalah aspek yang digunakan untuk menilai keuangan perusahaan secara keseluruhan (Kasmir dan Jakfar, 2012: 89). Aspek finansial sebenarnya hanya merupakan akibat dari aspek pasar dan teknis, karena dari kedua aspek tersebut aspek keuangan cukup menjabarkan dalam bentuk aliran kas yang diharapkan akan diterima (Jumingan 2011: 348). Adapun kriteria yang bisa digunakan untuk menentukan kelayakan suatu usaha atau investasi adalah:

#### **a. Net Present Value (NPV)**

*Net Present Value* (NPV) adalah selisih antara *Present Value* dari investasi dengan nilai sekarang dari penerimaan-penerimaan kas bersih di masa yang akan datang (Freddy Rangkuti, 2012: 166).

**b. Payback Period (PP)**

*Payback Period* adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan aliran kas, dengan kata lain *Payback Period* merupakan rasio antara *initial cash investment* dengan *cash inflow*-nya yang hasilnya merupakan satuan waktu (Umar, 2009: 197).

**c. Internal Rate of Return (IRR)**

*Internal Rate of Return (IRR)*, metode ini digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan di masa datang, atau penerimaan kas, dengan pengeluaran investasi awal (Umar, 2009: 198). *Internal Rate of Return (IRR)*, merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil *intern* (Kasmir dan Jakfar 2012: 105).

**d. Profitability Index (PI)**

*Profitability index (PI)* atau *Benefit and Cost Ratio (B/C ratio)* merupakan rasio aktivitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur *investasi* (Kasmir dan Jakfar, 2012: 108).

Secara keseluruhan penilaian aspek keuangan meliputi (Hidayat, 2020):

- Sumber-sumber dana.
- Kebutuhan biaya investasi.
- Estimasi pendapatan dan biaya investasi selama beberapa periode termasuk jenis-jenis dan jumlah biaya yang dikeluarkan selama umur investasi.
- Kriteria penilaian investasi.
- Proyeksi neraca dan laporan laba/rugi untuk beberapa periode ke depan.
- Rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan.

### 3. Sumber Pendanaan Bisnis

Aspek keuangan tidak dapat dipisahkan dari sumber-sumber pendanaan. Pendanaan bisnis dapat diperoleh dari berbagai sumber baik yang bersumber dari modal atau modal pinjaman atau keduanya. Pemilik perusahaan biasanya akan menggunakan modal sendiri atau modal pinjaman atau modal gabungan dari keduanya tergantung dari jumlah modal yang dibutuhkan dan kebijakan pemilik usaha.

Dalam praktiknya **kebutuhan modal** untuk melakukan investasi terdiri dari dua macam, yaitu **modal investasi dan modal kerja**. Modal investasi digunakan untuk membeli aktiva tetap seperti tanah, bangunan, mesin-mesin, peralatan serta inventaris lainnya. Modal investasi biasa diperoleh dari pinjaman yang berjangka waktu yang panjang (lebih dari satu tahun). Setelah kebutuhan modal kerja terpenuhi, selanjutnya adalah pemenuhan kebutuhan modal kerja. Modal kerja, yaitu modal yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan pada saat perusahaan sedang beroperasi. Jenis modalnya bersifat jangka pendek, biasanya hanya digunakan untuk sekali atau beberapa kali proses produksi.

Sedangkan modal kerja yaitu modal yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan selama perusahaan beroperasi. Jangka waktu penggunaan modal kerja relatif pendek, yaitu untuk satu atau beberapa siklus operasi perusahaan (kurang dari satu tahun). Modal kerja digunakan untuk keperluan membeli bahan baku, membayar gaji karyawan dan biaya pemeliharaan serta biaya-biaya lainnya.

Penggunaan kedua jenis modal baik investasi maupun untuk modal kerja jelas berbeda. Dilihat dari segi **sumber asalnya**, modal dibagi dua macam yaitu:

#### a) Modal Sendiri

Modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari pemilik perusahaan dengan cara mengeluarkan saham baik

secara tertutup atau terbuka. Cara tertutup berarti modal diperoleh dari kalangan internal pemilik saham sebelumnya. Sedangkan secara terbuka melalui penjualan saham kepada masyarakat luas.

Keuntungan modal sendiri untuk membiayai satuan usaha adalah tidak adanya beban biaya bunga seperti modal pinjaman. Perusahaan hanya berkewajiban membayar deviden. Pembayaran deviden dilakukan jika perusahaan memperoleh keuntungan dan deviden dilakukan jika perusahaan memperoleh keuntungan dan besarnya deviden tergantung besarnya keuntungan perusahaan.

Modal sendiri dapat diperoleh dari:

- Setoran dari pemegang saham
- Cadangan laba
- Laba yang belum dibagi.

b) Modal Asing (Modal Pinjaman)

Modal asing atau modal pinjaman adalah modal yang diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh dari pinjaman. Penggunaan modal pinjaman untuk membiayai suatu usaha akan menimbulkan beban biaya bunga, biaya administrasi, serta biaya provisi dan komisi yang besarnya relatif. Penggunaan modal pinjaman mewajibkan pengembalian pinjaman setelah jangka waktu tertentu. Keuntungan modal pinjaman adalah jumlahnya yang tidak terbatas, artinya tersedia dalam jumlah banyak. Di samping itu, dengan menggunakan modal pinjaman biasanya timbul motivasi dari pihak manajemen untuk mengerjakan usaha dengan sungguh-sungguh.

Sumber dana dari modal asing dapat diperoleh dari:

- Pinjaman dari dunia perbankan, baik dari perbankan swasta, pemerintah, maupun perbankan asing.

- Pinjaman dari lembaga keuangan seperti perusahaan pegadaian, modal ventura, asuransi, *leasing*, dana pensiun, koperasi atau lembaga pembiayaan lainnya.
- Pinjaman dari perusahaan nonkeuangan.

Harry G. Gutman dan Herbert E. Dougall mengemukakan bahwa pengertian kapital bisa ditinjau dari beberapa penggunaan:

- a) *Legal view of capital*, Dari segi hukum, modal diartikan sebagai modal saham suatu perusahaan, yang dibentuk dalam suatu perseroan terbatas.
- b) *Accounting view of capital*, Modal diartikan sebagai selisih antara total *assets* dengan total *liabilities*. Dalam bahasa sehari-hari kita kenal selisih antara harta dengan utang, inilah yang disebut dengan modal sendiri.
- c) *Business view of capital*, Seperti dikatakan oleh Guthmann and Dougall, "*a businessman speaking of capital refers to the total of assets needed to operate a business.*" Berdasarkan pendapat tersebut, *business view of capital* memandang kapital dengan bertitik tolak dari sisi kiri neraca, dan menganggap modal perusahaan sebagai totalitas dari barang-barang yang dimiliki oleh perusahaan.
- d) *Economic view of capital* Guthman and Dougall menulis *economist, too differ in their definition if capital, although their general definition is "wealth used in the production of further wealth"*.

#### 4. Analisis Aliran Kas (*Cash Flow*)

*Cash flow* merupakan arus kas atau aliran kas di perusahaan dalam suatu periode tertentu. *Cash flow* memberikan ilustrasi berapa uang yang masuk (*cash-in*) dan jenis-jenis pemasukannya. *Cash flow* juga dapat menggambarkan

berapa uang yang keluar (*cash-out*) beserta jenis-jenis biaya pengeluaran.

Uang masuk dapat berupa pinjaman dari lembaga keuangan atau hibah dari pihak tertentu. Selain itu juga dapat diperoleh dari penghasilan atau pendapatan yang berhubungan langsung dengan usaha maupun pendapatan lain yang bukan dari usaha utama. Adapun uang keluar berupa sejumlah uang yang dikeluarkan kas perusahaan dalam satu periode, baik berhubungan langsung dengan usaha maupun tidak ada hubungan sama sekali dengan usaha utama (Hidayat, 2020). Uang keluar ini merupakan biaya-biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk berbagai keperluan yang berkaitan dengan keperluan usaha misalnya pembayaran cicilan utang dan bunga pinjaman, biaya produksi, biaya tenaga kerja, biaya pemasaran dan biaya-biaya lainnya.

*Cash flow* menunjukkan total penghasilan dan dari mana saja sumbernya serta total pengeluaran dan ke mana saja uang tersebut dibelanjakan. Menurut Pratiwi (2011) dalam (Sukmaningrum & Mahfud, 2016), pola normal arus kas masuk positif atau arus kas keluar negatif yang dilaporkan pada laporan arus kas berbeda-beda dari tiap aktivitas. Dari aktivitas operasi kebanyakan perusahaan menghasilkan arus kas positif, apabila arus kas negatif dari aktivitas operasi pada suatu periode adalah indikator adanya masalah yang serius atau sebagai akibat besarnya kas keluar untuk peluncuran suatu produk. Syarat utama dalam melakukan investasi adalah *fund cash flow* harus positif karena jika *fund cash flow* negatif maka tidak ada dana yang akan diinvestasikan.

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

a) *Initial cash flow* atau lebih dikenal kas awal yang merupakan pengeluaran-pengeluaran pada awal periode



untuk investasi seperti: pembelian tanah, gedung, mesin peralatan, dan modal kerja.

- b) *Operational cash flow*, merupakan kas yang diterima atau dikeluarkan saat operasi usaha, seperti penghasilan yang diterima dan pengeluaran yang dikeluarkan pada suatu periode.
- c) *Terminal cash flow*, merupakan uang kas yang diterima pada saat usaha berakhir.

**Contoh Soal:**

PT Prima Gas mendirikan pabrik dengan nilai investasi senilai Rp250,000,000 melalui modal sendiri. Umur ekonomis 4 tahun dan disusutkan menggunakan metode garis lurus tanpa nilai sisa (residu). Pendapatan diperkirakan Rp500,000,000/tahun. Biaya Rp300,000,000/tahun dan belum termasuk penyusutan. Serta dikenakan pajak 40%. Berdasarkan data tersebut, berapa kas bersih (*proceed*) yang diterima PT Prima Gas pada akhir tahun?

**Jawab:**

$$\text{Penyusutan} = \frac{250,000,000}{4} = \text{Rp}62,500,000/\text{tahun}$$

**Estimasi Laporan rugi/laba** sebagai berikut:

Pendapatan		Rp500,000,000
Biaya:		
Total Biaya	Rp300,000,000	
Penyusutan	<u>Rp 62,500,000+</u>	
		<u>Rp362,500,000-</u>
Laba sebelum pajak		Rp137,500,000
Pajak 40% (137,500,000)		<u>Rp 55,000,000-</u>
Laba setelah pajak ( <i>Earning After Tax</i> )		<b>Rp 82,500,000</b>

Dalam aliran masuk kas dengan menggunakan modal sendiri, maka dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Aliran Masuk Kas bersih} &= \text{EAT} + \text{Penyusutan} \\ &= \text{Rp}82,500,000 + \text{Rp}62,500,000 \\ &= \text{Rp}145,000,000 \end{aligned}$$

Dalam keadaan kondisi perusahaan di mana 60% dari 250,000,000 merupakan modal pinjaman dengan tingkat suku bunga 10%/tahun. Maka dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut:

**Jawab:**

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{investasi}}{\text{umur ekonomis}} = \frac{250,000,000}{4} = \text{Rp}62,500,000$$

**Estimasi laporan rugi/laba**, adalah sebagai berikut:

Pendapatan	Rp500,000,000	
Biaya:		
Biaya:		
Total Biaya	Rp300,000,000	
Penyusutan	Rp 62,500,000	
		<u>Rp362,500,000-</u>
Laba sebelum bunga dan pajak (EBIT)	Rp137,500,000-	
Bunga pinjaman (10% $\times$ 60% $\times$ 250,000,000)		<u>Rp 15,000,000-</u>
Laba sebelum pajak (EBT)	Rp122,500,000	
Pajak 40% (122,500,000)		<u>Rp 49,000,000-</u>
Laba Setelah Bunga dan Pajak (EAIT)	<b>Rp 73,500,000</b>	

Dalam aliran masuk kas dengan menggunakan modal pinjaman, maka dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Aliran Masuk Kas Bersih} &= \text{EAIT} + \text{Penyusutan} + \text{Bunga} \\ &\text{(1-%pajak)} \\ &= \text{Rp}73,500,000 + \text{Rp}62,500,000 + \text{Rp}15,000,000(1-0,4) \\ &= \text{Rp}73,500,000 + \text{Rp}62,500,000 + 9,000,000 \\ &= \text{Rp}145,000,000 \end{aligned}$$

## 5. Kriteria Penilaian Investasi

Kelayakan investasi dapat dilihat dari layak tidaknya suatu investasi ditinjau dari aspek keuangan. Analisis yang digunakan dalam penilaian kelayakan investasi adalah dengan cara membandingkan hasil analisis kelayakan dengan rata-rata industri atau target yang telah ditentukan. Indikator penilaian kelayakan investasi dapat diukur dengan beberapa rasio keuangan.

Dalam praktiknya ada beberapa kriteria untuk menentukan apakah suatu usaha layak atau tidak untuk dijalankan ditinjau dari aspek keuangan. Kriteria ini sangat tergantung dari kebutuhan masing-masing perusahaan dan metode mana yang akan digunakan. Suatu bisnis dikatakan layak apabila usaha tersebut mampu memberikan laba usaha yang memadai kepada pihak investor atau pengusaha yang menjalankan usaha. Beberapa kriteria yang biasa digunakan untuk menentukan kelayakan suatu usaha atau investasi secara umum adalah:

### a) *Payback Period* (PP)

*Payback period* merupakan metode yang digunakan untuk menghitung lama periode yang diperlukan untuk mengembalikan uang yang telah diinvestasikan dari aliran kas masuk (*proceeds*). Apabila *proceeds* setiap tahunnya jumlahnya sama maka *payback period* (PP) dari suatu investasi dapat dihitung dengan cara membagi jumlah investasi dengan *proceeds* tahunan menurut Suliyanto (2010) dalam (Ni Luh Putu Mirah Kusuma Dewi; & Yadhya, 2015).

Rumus yang digunakan untuk menghitung *payback period* (PP) sebagai berikut:

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih/tahun}}$$

Investasi kas bersih = aliran kas masuk bersih x 1 tahun  
Kriteria penilaiannya adalah jika proyek *payback period*

lebih pendek waktunya dibandingkan periode *payback* maksimum maka usulan investasi layak diterima.

b) *Average Rate of Return* (ARR)

*Average Rate of Return* (ARR) merupakan perhitungan untuk mengukur rata-rata pengembalian bunga ARR. ARR diperhitungkan dengan membandingkan rata-rata laba setelah pajak (EAT) dengan rata-rata investasi. Hal ini dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{ARR} = \frac{\text{Rata-Rata EAT}}{\text{Rata-Rata Investasi}}$$

Keterangan:

$$\text{Rata-Rata EAT} = \frac{\text{Total EAT}}{\text{Umur Ekonomis}}$$

$$\text{Rata-Rata Investasi} = \frac{\text{Investasi}}{2}$$

c) *Net Present Value* (NPV)

Metode *Net Present Value* merupakan metode yang dilakukan dengan cara membandingkan nilai sekarang dari aliran kas masuk bersih (*proceeds*) dengan nilai sekarang dari biaya pengeluaran suatu investasi (*outlays*). Rumus yang digunakan untuk menghitung *Net Present Value* (NPV) adalah sebagai berikut:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{A_t}{(1-k)^t}$$

Keterangan:

k = suku bunga (*discount rate*)

$A_t$  = aliran kas pada periode t

n = periode yang terakhir di mana aliran kas diharapkan

Kriteria penilaian:

jika  $NPV > 0$ , maka usulan proyek dilaksanakan

jika  $NPV < 0$ , maka usulan proyek tidak dilaksanakan

jika  $NPV = 0$ , nilai perusahaan tetap walau usulan proyek dilaksanakan ataupun tidak dilaksanakan

d) *Internal Rate of Return* (IRR)

Metode ini digunakan untuk menghitung tingkat bunga yang dapat menyamakan antara nilai sekarang dari

semua aliran kas masuk dengan aliran kas keluar dari suatu investasi proyek menurut Suliyanto (2010) (Dewi; & Yadhya, 2015). Rumus yang digunakan untuk menghitung Rumus IRR untuk interpolasi adalah:

$$IRR = P_1 - C_1 = \frac{P_2 - P_1}{C_2 - C_1}$$

Keterangan:

P1 = tingkat bunga pertama

P2 = tingkat bunga kedua

C1 = NPV ke-1

C2 = NPV ke-2

Kriteria penilaiannya adalah jika IRR yang didapat ternyata lebih besar *rate of return* yang ditentukan maka investasi dapat diterima.

e) *Profitability index* (PI)

Metode *profitability Index* (PI) ini dapat dicari dengan menghitung perbandingan antara nilai sekarang (*present value*) penerimaan kas bersih di masa yang akan datang (*proceeds*) dengan nilai sekarang investasi (*outlays*) menurut Suliyanto (2010) dalam (Dewi; & Yadhya, 2015). Rumus yang digunakan untuk menghitung Profitabilitas (PI) adalah sebagai berikut:

$$PI = \frac{\text{Proceeds}}{\text{Outlay}}$$

Kriteria pemilihan: - jika  $PI > 1$ , maka usulan proyek dikatakan layak - jika  $PI < 1$ , maka usulan proyek dikatakan tidak layak.

f) Rasio Keuangan seperti Rasio Likuiditas, Solvabilitas, Aktivitas dan Profitabilitas.

Penggunaan rasio keuangan ini sebaiknya digunakan atas pemberian pinjaman kepada usaha yang sudah pernah berjalan sebelumnya atau sedang berjalan.

### Contoh Soal

PT Prima Gas melakukan investasi di bidang Stasiun Pengisian BBM senilai Rp5,000,000,000, di mana sejumlah Rp1,000,000,000, merupakan modal kerja. Umur ekonomis 5 tahun disusutkan dengan menggunakan metode garis lurus tanpa nilai sisa. Pengembalian tingkat bunga yang diinginkan (*cost of capital*) adalah 20%. Perkiraan laba sesudah pajak (EAT) selama 5 tahun (masing-masing dalam jutaan rupiah) adalah sebagai berikut: Rp950, Rp1,100, Rp1,250, Rp1,400, dan Rp1,650.

### Hitunglah:

1. Buatlah tabel *cash flow* selama umur ekonomis
2. Hitunglah berapa:
  - a) *Payback period*
  - b) *Average Rate of Return*
  - c) *Net Present Value*
  - d) *Internal Rate of Return*
  - e) *Profitability Index*

### Jawab:

Terlebih dahulu kita menghitung penyusutannya.

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Investasi} - \text{Modal Kerja}}{\text{Umur Ekonomis}} = \frac{5,000,000,000 - 1,000,000,000}{5} = \text{Rp}800,000/\text{tahun}$$

Berikut adalah tabel *cash flow* selama umur ekonomis

**Tabel Cash Flow selama umur ekonomis**

No.	Tahun	EAT	Penyusutan	Kas Bersih ( <i>Proceed</i> ) (EAT+Penyusutan)	<i>Discount Factor</i> (DF 20%)	PV Kas Bersih
1.	2011	950,000	800,000	1,750,000	0,833	1,457,750
2.	2012	1,100,000	800,000	1,900,000	0,694	1,319,360
3.	2013	1,250,000	800,000	2,050,000	0,579	1,186,340
4.	2014	1,400,000	800,000	2,200,000	0,482	1,061,060
5.	2015	1,650,000	800,000	2,450,000	0,402	984,660
<b>Jumlah PV Kas Bersih</b>						<b>6,009,170</b>

### Perhitungan *Payback Period* (PP)

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

a) Apabila kas bersih setiap tahun sama, maka PP adalah:

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas bersih/tahun}} \times 1 \text{ tahun (12 bulan)}$$

Dari contoh kasus tabel di atas, diketahui kas bersih sebesar Rp2,450,000,000 setahun. Maka PP adalah:

$$PP = \frac{Rp5,000,000,000}{2,450,000,000} \times 12 = 24,7 \text{ bulan, atau 2 tahun lebih.}$$

b) Apabila kas bersih setiap tahun berbeda maka PP adalah:

Investasi	= Rp5,000,000,000
Kas bersih tahun 1	= <u>Rp1,750,000,000-</u>
	<b>Rp3,250,000,000</b>
Kas bersih tahun 2	= <u>Rp1,900,000,000-</u>
	<b>= Rp1,350,000,000</b>

**Karena** sisa tidak dapat dikurangi *proceed* tahun ketiga, maka sisa *proceed* tahun kedua dibagi tahun ketiga, sebagai berikut:

$$\text{Payback Period} = \frac{Rp1,350,000,000}{Rp2,050,000,000} \times 12 \text{ bulan} = 7,9 \text{ bulan.}$$

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *payback period*-nya selama 2 tahun 8 bulan. Untuk menilai apakah usaha layak diterima atau tidak dari segi *payback period*, maka hasil perhitungan tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- *Payback period* sekarang lebih kecil dari umur investasi.
- Membandingkan rata-rata industri unit usaha sejenis.
- Sesuai target perusahaan.

Kelemahan metode ini:

- o Mengabaikan *time value of money*
- o Tidak mempertimbangkan arus kas yang terjadi setelah masa pengembalian.

### Perhitungan *Average Rate of Return (ARR)*

*Average Rate of Return (ARR)* merupakan cara untuk mengukur rata-rata pengembalian bunga dengan cara membandingkan antara rata-rata sebelum pajak (*EAT*) dengan rata-rata investasi. Rumus untuk menghitung *ARR* adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{ARR} &= \frac{\text{Rata-rata EAT (average earning afeter tax)}}{\text{Rata-rata investasi (average investment)}} \\ \text{Rata-rata EAT} &= \frac{\text{Total EAT}}{\text{Umur Ekonomis (n)}} \\ \text{Rata-rata investasi} &= \frac{\text{Investasi}}{2} \end{aligned}$$

Dari contoh kasus di atas, langkah pertama adalah mencari rata-rata *EAT* lebih dahulu kemudian mencari *ARR*.

Total *EAT* =

$$\begin{aligned} &\text{Rp}950,000,000 + 1,100,000,000 + \\ &1,250,000,000 + 1,400,000,000 \\ &+ 1,650,000,000 \end{aligned} = \text{Rp}6,350,000,000$$

$$\text{Rata-rata EAT} = \frac{\text{Rp}6,350,000,000}{5} = \text{Rp}1,270,000,000$$

Rata-rata Investasi

$$= \text{Rp}5,000,000,000 / 2 = \text{Rp}2,500,000,000$$

$$\text{Sehingga ARR} = \frac{\text{Rp}1,270,000,000}{2,500,000,000} \times 100\% = 50,8; \text{ dibulatkan menjadi } \mathbf{51\%}$$

### Perhitungan *Net Present Value (NPV)*

*Net Present Value (NPV)* atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara *PV* kas bersih (*PV Proceed*) dengan *PV* Investasi (*Capital Outlays*) selama umur investasi. Selisih antara nilai kedua *PV* yang kita kenal dengan *Net Present Value*.



Untuk menghitung NPV, terlebih dahulu kita harus tahu berapa PV kas bersihnya, PV kas bersih dapat dicari dengan jalan membuat dan menghitung dari *cash flow* perusahaan selama umur investasi tertentu. Rumus yang biasa digunakan dalam menggunakan NPV adalah sebagai berikut:

$$NPV = \frac{Kas\ bersih\ 1}{(1+r)} + \frac{Kas\ bersih\ 2}{(1+r)^2} + \frac{Kas\ bersih\ N}{(1+r)^n} - Investasi$$

Kriteria keputusan, sebagai berikut:

Jika NPV positif, maka investasi diterima dan jika sebaliknya maka investasi ditolak.

Dari contoh kasus yang ada sebelumnya, diasumsikan tingkat suku bunga pengembalian yang diinginkan (*cost of capital*) adalah 20%, maka perhitungan NPV-nya sebagai berikut:

a) Jika kas bersih tiap tahunnya sama

$$NPV = \frac{2,500}{(1+0,2)} + \frac{2,500}{(1+0,2^2)} + \frac{2,500}{(1+0,2^3)} + \frac{2,500}{(1+0,2^4)} + \frac{2,500}{(1+0,2^5)} - 5,000$$

$$NPV = 7,475 - 5,000 = 2,475 \text{ (dalam jutaan)}$$

Untuk perhitungan menggunakan tabel, sebagai berikut:

Tabel perhitungan NPV dengan kas bersih sama per tahun (dalam ribuan)

Tahun	Kas Bersih (Rp)	DF (20%)	PV Kas Bersih
1	2,500,000	0,833	2,082,500
2	2,500,000	0,694	1,735,000
3	2,500,000	0,579	1,447,500
4	2,500,000	0,482	1,205,000
5	2,500,000	0,402	1,005,000
<b>Total PV kas bersih</b>			<b>7,475,000</b>

$$\text{Total PV Kas bersih} = \text{Rp}7,475,000,000$$

$$\text{Total PV investasi} = \text{Rp}5,000,000,000$$

$$\text{NPV} = \text{Rp}2,475,000,000$$

b) Jika kas bersih tiap tahunnya berbeda

$$NPV = \frac{1,750}{(1+0,2)} + \frac{1,900}{(1+0,2^2)} + \frac{2,050}{(1+0,2^3)} + \frac{2,200}{(1+0,2^4)} + \frac{2,450}{(1+0,2^5)} - 5,000$$

$$NPV = 6,009,600,000 - 5,000,000,000 = \mathbf{1,008,600,000}$$

Tabel perhitungan *Net Present Value* dengan Kas berbeda per tahun (dalam ribuan)

No	Tahun	EAT	Penyusutan	Kas Bersih (Proceed) (EAT+Penyusutan)	Discount Factor (DF 20%)	PV Kas Bersih
1.	2011	950,000	800,000	1,750,000	0,833	1,457,750
2.	2012	1,100,000	800,000	1,900,000	0,694	1,319,360
3.	2013	1,250,000	800,000	2,050,000	0,579	1,186,340
4.	2014	1,400,000	800,000	2,200,000	0,482	1,061,060
5.	2015	1,650,000	800,000	2,450,000	0,402	984,900
<b>Jumlah PV Kas Bersih</b>						<b>6,008,600</b>

Total PV kas bersih = Rp6,008,600,000

Total PV Investasi = Rp5,000,000,000-

**NPV = Rp1,008,600,000**

**Perhitungan *discount factor* (DF)**

$$\text{Tahun 1} = \frac{1}{1+0,20} = 0,833$$

$$\text{Tahun 2} = \frac{1}{1+0,20^2} = 0,694; \text{ dan seterusnya.}$$

**Perhitungan *Internal Rate of Return* (IRR)**

*Internal Rate of Return* (IRR) merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil investasi. Ada dua cara yang digunakan untuk mencari IRR. Cara pertama untuk mencari IRR adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

$i_1$  = tingkat bunga 1 (tingkat *discount rate* yang menghasilkan NPV1)

$i_2$  = tingkat bunga 2 (tingkat *discount rate* yang menghasilkan NPV 2)

$NPV_1$  = *Net Present Value* 1

$NPV_2$  = *Net Present Value* 2

Langkah-langkah menghitung IRR

1) Cari rata-rata kas bersih, yaitu sebesar **Rp2,070** yang diperoleh dari  $(Rp1,750+1,900+2,050+2,200+2,450)/5$ .

2) Perkirakan besarnya PP, yaitu:

$$PP = \frac{5,000,000,000}{2,070,000,000} = 2,416.$$

3) Dalam tabel *discount factor*, tahun ke 5 diketahui yang terdekat dengan angka 2,416 adalah 2,436 dengan *discount factor* 30%.

4) Secara subjektif tiap *discount factor* kita kurangi 2% menjadi 28% sehingga NPV-nya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel perhitungan NPV dengan DF 28% (dalam ribuan)

Tahun	Kas Bersih (Rp)	DF (28%)	PV Kas Bersih
1	1,750,000	0,781	1,366,750
2	1,900,000	0,610	1,159,000
3	2,050,000	0,477	977,850
4	2,200,000	0,373	820,600
5	2,450,000	0,291	712,950
<b>Total PV kas bersih</b>			<b>5,037,150</b>

Nilai NPV positif, yaitu  $5,037,150 - 5,000,000 = \mathbf{37,150}$

Kemudian untuk *discount factor* 29%, NPV-nya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel perhitungan NPV dengan DF 29% (dalam ribuan)

Tahun	Kas Bersih (Rp)	DF (29%)	PV Kas Bersih
1	1,750,000	0,755	1,356,250
2	1,900,000	0,601	1,141,900
3	2,050,000	0,466	955,300
4	2,200,000	0,361	74,200
5	2,450,000	0,280	686,000
<b>Total PV kas bersih</b>			<b>4,933,650</b>

Nilai NPV sudah negatif = Rp4,933,650 – Rp5,000,000 = **Rp-66,350**

Kemudian jika tabel tersebut digabungkan sebagai berikut:

Tabel NPV dengan DF 28% dan 29%

Tahun	Kas Bersih (Rp)	DF (28%)	PV Kas Bersih	DF (29%)	PV Kas Bersih
1	1,750,000	0,781	1,366,750	0,755	1,356,250
2	1,900,000	0,610	1,159,000	0,601	1,141,900
3	2,050,000	0,477	977,850	0,466	955,300
4	2,200,000	0,373	820,600	0,361	74,200
5	2,450,000	0,291	712,950	0,280	686,000
Total PV Kas Bersih			5,037,150		4,933,650
Total PV Investasi			5,000,000		5,000,000
NPV		C1	37,150	C2	-66,350
<b>Interpolasi</b>		<b>PVIFA</b>	<b>PVIFA</b>		
<b>28%</b>		5,037,150	5,037,150		
<b>Initial Investment</b>			5,000,000 (-)		
<b>29%</b>		4,933,350 (-)			
		103,500	37,150		

**Menghitung IRR**

$$\begin{aligned}
 &= i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (i_2 - i_1) \\
 &= 28 + \frac{37,150}{103,500} \times 1\% \\
 &= 28 + 0,359 = 28,359, \\
 &\text{dibulatkan menjadi } \mathbf{28,4}
 \end{aligned}$$

Cara yang kedua adalah sebagai berikut:

$$IRR = P1 - C1 \times \frac{P2 - P1}{C2 - C1}$$

Keterangan:

P1 = tingkat bunga 1

P2 = tingkat bunga 2

C1 = NPV 1

C2 = NPV 2

Jika perhitungan dengan cara TRIAL dan EROR, maka IRR dapat dicari sebagai berikut: Mencari NPV positif dan NPV negatif terlebih dahulu, sampai diperoleh dengan menggunakan tingkat suku bunga tertentu seperti yang tertera dalam tabel berikut:

Tabel NPV dengan DF 28% dan 29%

Tahun	Kas Bersih (Rp)	DF (28%)	PV Kas Bersih	DF (29%)	PV Kas Bersih
1	1,750,000	0,781	1,366,750	0,755	1,356,250
2	1,900,000	0,610	1,159,000	0,601	1,141,900
3	2,050,000	0,477	977,850	0,466	955,300
4	2,200,000	0,373	820,600	0,361	74,200
5	2,450,000	0,291	712,950	0,280	686,000
Total PV Kas Bersih			5,037,150		4,933,650
Total PV Investasi			5,000,000		5,000,000
NPV			C1 37,150	C2	-66,350

Jika dimasukkan ke dalam rumus, sebagai berikut:

P1 = 28%; P2 = 29%; C1 = 37,150,000 dan C2 = -66,350, sehingga dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} IRR &= P1 - C1 \times \frac{P2 - P1}{C2 - C1} \\ &= 28 - 37,150 \times \frac{29 - 28}{-66,350 - 37,150} \\ &= 28 + \frac{37,150}{103,500} = 28,359\%, \text{ dibulatkan menjadi } \mathbf{28,4} \end{aligned}$$

Kesimpulan:

Jika IRR lebih besar (>) dari bunga pinjaman, maka diterima.

Jika IRR lebih kecil (<) dari bunga pinjaman, maka ditolak.

### Perhitungan *Profitabilty Index* (PI)

PI atau *Benefit and Cost Ratio* (B/C) merupakan rasio aktivitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi. Rumus mencari PI adalah:

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

Berdasarkan contoh di atas, dengan asumsi kas bersih sama, maka diperoleh PI sebagai berikut:

$$PI = \frac{7,475,000,000}{5,000,000,000} \times 100\% = \mathbf{149,149\%}$$

Berdasarkan contoh di atas dengan asumsi kas bersih berbeda, maka diperoleh PI sebagai berikut:

$$PI = \frac{6,008,600,000}{5,000,000,000} \times 100\% = 1,17\% \text{ atau } 1,17 \text{ kali.}$$

Kesimpulan:

Jika  $PI > 1$ , maka investasi diterima; jika  $PI < 1$ , maka investasi ditolak.

**Kesimpulan** dari perhitungan di atas, untuk kasus kas bersih yang berbeda **setiap** tahun dapat dilihat ringkasannya pada tabel berikut:

Tabel Ringkasan perhitungan kasus yang telah dihitung

No	Alat Ukur	Hasil Pengukuran	Rata-rata Industri	Keterangan
1	<i>Payback Period</i>	2 tahun 8 bulan	3 tahun	Baik
2	ARR	51%	40%	Baik
3	NPV	1,008,600,000	500,000,000	Baik
4	PI	1,2 kali	1,1 kali	Baik
5	IRR	28,4	24%	Baik

### 6. Analisis Laporan Keuangan

Perusahaan selalu memiliki keinginan untuk memperluas usaha dan bahkan berusaha mendirikan usaha yang baru. Hal ini tentu tidak menjadi masalah apabila perusahaan memiliki modal sendiri. Akan tetapi apabila modal diperoleh dari pinjaman, maka perlu dibuatkan laporan keuangan. Laporan ini dibuat untuk meyakinkan para kreditor. Pihak kreditor dapat menilai layak atau tidaknya suatu usaha yang

dibiayai oleh pihak kreditor berdasarkan laporan keuangan (Hidayat, 2020).

Laporan keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas perusahaan tersebut. Pihak-pihak yang berkepentingan terhadap posisi keuangan maupun perkembangan suatu perusahaan adalah: para pemilik perusahaan, manajer perusahaan yang bersangkutan, para kreditor, *bankers*, para investor dan pemerintah di mana perusahaan tersebut berdomisili, buruh serta pihak-pihak lainnya lagi (Utami, 2010):

- a) Pemilik Perusahaan, pemilik perusahaan berkepentingan terhadap laporan keuangan perusahaannya terutama untuk perusahaan-perusahaan yang pimpinannya diserahkan kepada orang lain seperti perseroan, karena dengan laporan tersebut pemilik perusahaan akan dapat menilai sukses tidaknya manajer dalam memimpin perusahaannya dan kesuksesan seorang manajer biasanya dinilai/diukur dengan laba yang diperoleh perusahaan. Hasil-hasil, stabilitas serta kontinuitas atau kelangsungan perusahaannya tergantung dari cara kerja atau efisiensi manajemennya, maka jika hasil-hasil yang dicapai oleh manajemennya.
- b) Manajer atau pimpinan perusahaan, mengetahui posisi keuangan perusahaannya periode yang baru lalu akan dapat menyusun rencana yang lebih baik, memperbaiki sistem pengawasannya dan menentukan kebijaksanaan-kebijaksanaannya yang lebih tepat. Bagi manajemen yang penting adalah laba yang dicapai cukup tinggi, cara kerja yang efisien, aktiva aman dan terjaga baik, struktur permodalan sehat dan perusahaan mempunyai rencana yang baik mengenai hari depan, baik di bidang keuangan maupun di bidang operasi.

- c) Para investor (penanam modal jangka panjang), *bankers* dan kreditur. Para investor (penanam modal jangka panjang), *bankers* maupun para kreditur lainnya sangat berkepentingan atau memerlukan laporan keuangan perusahaan di mana mereka ini menanamkan modalnya. Mereka ini berkepentingan terhadap prospek keuntungan di masa mendatang dan perkembangan perusahaan selanjutnya, untuk mengetahui jaminan investasinya dan untuk mengetahui kondisi kerja atau kondisi keuangan jangka pendek perusahaan tersebut. Dari hasil analisis laporan tersebut para investor, *bankers* dan para kreditur lainnya akan dapat menentukan langkah-langkah yang harus ditempuhnya.
- d) Para kreditur dan *bankers*. Para kreditur dan *bankers* sebelum mengambil keputusan untuk memberi atau menolak permintaan kredit dari suatu perusahaan, perlu mengetahui terlebih dahulu posisi keuangan dari perusahaan yang bersangkutan. Posisi atau keadaan keuangan perusahaan peminta kredit akan dapat diketahui melalui penganalisisan laporan keuangan perusahaan tersebut. Hal ini akan dilakukan baik oleh kreditur jangka pendek maupun kredit jangka panjang.
- e) Karyawan, bagi karyawan dengan adanya laporan keuangan juga untuk mengetahui kondisi keuangan perusahaan yang sebenarnya. Dengan mengetahui ini, mereka juga paham tentang kinerja mereka (Hidayat, 2020).

### 1) Jenis-Jenis Laporan Keuangan

Menurut Hery (2015) dalam (Sudarman, dkk., 2022), jenis laporan yaitu:

#### a. Neraca

Laporan yang menunjukkan informasi pada setiap kondisi ataupun posisi keuangan perusahaan pada



tanggal tertentu. Dirumuskan oleh FASB dalam SFAC no. 6. Dalam komponen neraca meliputi yaitu:

- 1) Aktiva
- 2) Kewajiban/utang
- 3) Ekuitas/Modal

Neraca merupakan laporan tentang posisi keuangan suatu perusahaan pada tanggal tertentu. Oleh karena itu, neraca sering disebut sebagai potret dari posisi keuangan perusahaan, karena kondisi keuangan yang disajikan pada neraca tersebut hanya terjadi pada tanggal tertentu, yaitu tanggal penyusunan neraca. Di luar tanggal penyusunan neraca, kondisi keuangan tersebut bisa berubah. Secara umum, neraca dan laporan keuangan lainnya memiliki 2 (dua) bagian. Bagian pertama adalah kepala (*heading*) atau judul neraca yaitu keterangan singkat yang ditulis di bagian atas dari neraca. Judul neraca berisi: Nama perusahaan (pemilik neraca), kata „neraca“, dan tanggal neraca.

Penyajian komponen-komponen neraca tersebut secara umum ada dua macam, yaitu bentuk rekening huruf T atau bentuk horizontal dan bentuk laporan atau bentuk vertikal. Contoh penyusunan neraca berdasarkan data keuangan Bengkel Motor Siompu Jaya, maka dapat disusun neraca bentuk skontro atau bentuk T sebagai berikut.

Bengkel Motor Siompu Jaya <b>Neraca</b> Per 31 Desember 2020			
<b>Aktiva Lancar</b>		<b>Utang Lancar</b>	
Kas	Rp119.500.000		
Piutang Usaha	Rp 1.500.000	Utang Usaha	Rp50.000.000
Perlengkapan		Utang Wesel	Rp75.000.000
Perlengkapan/Supplies	Rp20.000.000		
<b>Jumlah Aktiva Lancar</b>	<b>Rp141.000.000</b>	<b>Jumlah Utang</b>	<b>Rp125.000.000</b>
<b>Aktiva Tetap</b>		<b>Modal</b>	
Peralatan	Rp80.000.000	Modal	Rp96.000.000
<b>Jumlah Aktiva</b>	<b>Rp221.000.000</b>	<b>Jumlah Pasiva</b>	<b>Rp221.000.000</b>

## b. Laporan Laba/Rugi

Menurut James C. Van Horne dalam (Sudarman, dkk., 2022), laporan laba rugi adalah ringkasan atas pendapatan dan biaya perusahaan selama periode tertentu dan diakhiri dengan laba atau rugi pada periode tersebut. Laporan laba rugi ataupun perhitungan laba rugi dapat disajikan dalam dua bentuk, yaitu: Bentuk Langsung (*Single Step*) dan Bentuk Bertahap (*Multiple Step*).

Dari laporan ini kita dapat menganalisis perbandingan antara pendapatan dengan biaya untuk memperolehnya sehingga dapat mengukur tingkat efisiensinya. Berikut adalah tampilan sederhana dari Laporan Laba/Rugi.

Bengkel Motor Siompu Jaya	
<b>Laporan Laba/Rugi</b>	
per 31 Desember 2020	
<b>Pendapatan</b>	
Pendapatan jahit	192,000
Pendapatan lain-lain	50,000
Jumlah Pendapatan	<b>242,000</b>
<b>Beban Usaha</b>	
Biaya Gaji penjahit	50,000
Biaya perlengkapan	35,000
Biaya lain-lain	12,000
Jumlah beban Usaha	<b>97,000</b>
Laba Bersih	<b>145,000</b>

## c. Laporan Perubahan Modal

Laporan perubahan modal dalam laporan keuangan perusahaan adalah data yang menggambarkan perubahan baik berupa peningkatan atau penurunan aktiva bersih selama satu periode. Pada saat awal pendirian perusahaan, Anda sebagai pemilik perusahaan pasti menyetorkan modalnya. Selama beroperasi tentu saja modal awal akan berubah sesuai dengan kinerjanya. Misalnya, jika pada periode berjalan perusahaan mengalami kerugian maka modal akan berkurang.

Sebaliknya jika perusahaan mengalami keuntungan, modal akan bertambah.

Faktor-faktor yang memengaruhi perubahan pada modal (ekuitas pemilik) adalah tambahan investasi yang dilakukan oleh pemilik, pendapatan yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan (laba/rugi) selama satu periode, dan pengambilan prive pemilik, baik mengurangi maupun menambah. Dengan membaca laporan ini, akan diketahui perubahan modal dan faktor apa yang menyebabkan perubahan tersebut (Hendrian dan Riyani, 2012) dalam (Sudarman, dkk., 2022). Berikut adalah tampilan dari laporan perubahan modal.

Bengkel Motor Siompu Jaya <b>Laporan Perubahan Modal</b> per 31 Desember 2020		
Modal awal per 1 Januari 2011		100,000,000
Rugi bersih bulan Januari tahun 2011	3,000,000	
Pengambilan prive	1,000,000	
	Pengurangan Modal	4,000,000
Modal akhir per 31 Januari 2011		<b>96,000,000</b>

## 2) Bentuk-Bentuk Laporan Keuangan

### a) Laporan Neraca

- Laporan neraca bentuk skontro/horizontal

Laporan ini menyajikan rekening dalam dua sisi, yaitu kelompok harta (aktiva) di sebelah kiri dan utang serta modal (pasiva) di sebelah kanan. Contoh laporan neraca keuangan perusahaan dengan bentuk skontro adalah sebagai berikut:

**PT. RIFKI, Tbk.**  
**Neraca**  
**Per 31 Desember 2015**

AKTIVA		PASIVA	
<b>Aktiva Lancar</b>		<b>Utang Lancar</b>	
- Kas	3.000	- Utang wesel	500
- Bank	2.500	- Utang dagang	2.500
- Surat-surat berharga	1.000	- Utang bank 1 tahun	2.750
- Piutang	3.500	- Utang pajak	250
- Persediaan	2.000	- Dan lain-lain	
Total aktiva lancar	<b>12.000</b>	Total utang lancar	<b>6.000</b>
<b>Aktiva Tetap</b>		<b>Utang Jangka Panjang</b>	
- Tanah	1.000	- Obligasi	2.000
- Bangunan	2.500	- Hipotek	1.500
- Mesin-mesin	2.000	- Utang bank 3 tahun	3.000
- Peralatan	1.500	Total utang jangka panjang	<b>6.500</b>
Total aktiva tetap	<b>7.000</b>	<b>Ekuitas</b>	
<b>Aktiva Lainnya</b>		- Modal setor	6.500
Gedung dalam proses	1.000	- Laba ditahan	1.000
Total aktiva lainnya	<b>1.000</b>	Total ekuitas	<b>7.500</b>
<b>Total Aktiva</b>	<b>20.000</b>	<b>Total Pasiva</b>	<b>20.000</b>

- o Laporan neraca bentuk vertikal

Jenis ini tersusun secara urut dari kelompok harta (aktiva) paling atas, hingga kelompok utang dan modal paling bawah. Contoh laporan neraca keuangan perusahaan dengan bentuk staffel adalah sebagai berikut.

<b>NERACA</b>			
SALON ANGGI			
PER 31 JANUARI 2013			
NO AKUN	PERKIRAAN / AKUN	DEBET	KREDIT
	KAS	169,880,000	
	PIUTANG SEWA TENDA	10,000,000	
	PERLENGKAPAN	6,350,000	
	INVENTARIS KANTOR	7,500,000	
	AKUMULASI PENYUSUTAN INVENTARIS KANTOR	(250,000)	
	PERALATAN SALON	40,000,000	
	AKUMULASI PENYUSUTAN PERALATAN SALON	(600,000)	
	PERALATAN TENDA	50,000,000	
	AKUMULASI PENYUSUTAN PERALATAN TENDA	(750,000)	
	SEWA GEDUNG DIBAYAR DIMUKA	24,583,333	
	UTANG USAHA		25,000,000
	MODAL		200,000,000
	LABA BULAN BERJALAN		81,713,333
	<b>JUMLAH</b>	<b>306,713,333.00</b>	<b>306,713,333.00</b>

- o Bentuk lainnya disesuaikan dengan kebutuhan.

## b) Laporan Rugi/Laba

Khusus untuk laporan rugi/laba, hanya terdapat dua macam yaitu:

- o Bentuk tunggal (*single step system*)

Merupakan bentuk laporan laba/rugi tidak terinci dan ditentukan berdasarkan total pendapatan dikurangi total biaya. Laporan laba/rugi disusun tanpa membedakan pendapatan dan biaya usaha dan diluar usaha.

PT Jasa Sejahtera  
Laporan Laba Rugi  
Periode Maret 2020

<b>Pendapatan</b>		
Penjualan Bersih	Rp800.000.000	
Pendapatan Sewa	<u>Rp20.000.000</u>	
Total Pendapatan		Rp780.000.000
<b>Beban</b>		
Harga Pokok Penjualan	Rp300.000.000	
Beban Penjualan	Rp15.000.000	
Beban Administrasi	Rp10.000.000	
Beban Bunga	Rp5.000.000	
Beban Lain-Lain Bersih	<u>Rp5.000.000</u>	
Total Beban		<u>Rp335.000.000</u>
Laba Sebelum Pajak		Rp445.000.000
Pajak		<u>Rp111.150.000</u>
Laba Bersih		Rp 333.750.000

- o Bentuk majemuk (*multiple system*)

Merupakan bentuk yang dihitung secara terinci dan bertahap. Bentuk ini dibuat dengan membedakan antara pendapatan maupun biaya dari usaha dan luar usaha.

**PT. Tulus Berkarya**  
**Laporan Laba Rugi**  
**Periode Desember 2021**

<b>Pendapatan</b>	
Penjualan bersih	Rp.500.000.000
Pendapatan sewa	<u>Rp.40.000.000</u>
Total pendapatan	Rp.460.000.000
<b>Beban</b>	
Harga pokok penjualan	Rp.150.000.000
Beban Penjualan	Rp.7.500.000
Beban Administrasi	Rp.5.000.000
Beban Bunga	Rp.2.500.000
Beban Lainnya Bersih	<u>Rp.2.500.000</u>
Total Beban	<u>Rp.167.500.000</u>
<b>Labanya sebelum pajak</b>	Rp.292.500.000
<b>Pajak</b>	<u>Rp.73.125.000</u>
<b>Labanya bersih</b>	Rp.219.375.000

## 7. Pengukuran dengan Rasio Keuangan

Pengukuran dengan laporan keuangan dapat dilihat dari angka-angka yang tertera dalam laporan keuangan. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis. Alat analisis yang digunakan adalah rasio-rasio keuangan. Rasio keuangan merupakan perbandingan data keuangan perusahaan sehingga menjadi berarti (Hidayat, 2020).

Adapun beberapa jenis rasio keuangan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

### a) Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban atau membayar utang jangka pendeknya. Dengan kata lain, rasio likuiditas adalah rasio yang dapat digunakan untuk mengukur sampai seberapa jauh tingkat kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya yang akan segera jatuh tempo.

#### o *Current Ratio* (CR)

Rasio lancar merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi

kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo dengan menggunakan total aset lancar yang tersedia. Dengan kata lain, rasio lancar ini menggambarkan seberapa besar jumlah ketersediaan aset lancar yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan total kewajiban lancar.

$$\text{Rumus: CR} = \frac{\text{Aktiva Lancar (Current Asset)}}{\text{Utang Lancar (Current Liliabilities)}}$$

#### Contoh Soal

Komponen	2013
Total Aktiva Lancar	2,500,000
Total Utang Lancar	1,500,000

CR 2013 dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{CR} = \frac{2,500,000}{1,500,000} = 1,67$$

Artinya jumlah aktiva lancar sebanyak 1,67 kali utang lancar, atau setiap Rp1 utang lancar dijamin oleh Rp1,67 harta lancar.

#### o Quick Ratio (QR)

QR merupakan rasio uji cepat yang menunjukkan kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan persediaan (Hidayat, 2020).

$$\text{Rumus: QR} = \frac{\text{Current Asset} - \text{Inventory}}{\text{Current Liliabilities}}$$

#### Contoh Soal

Komponen	2013
Total Aktiva Lancar ( <i>Current Asset</i> )	2,500,000
Total Utang Lancar ( <i>Current Liliabilities</i> )	1,500,000
Persediaan ( <i>Inventory</i> )	400,000

$$QR = \frac{2,500,000 - 400,000}{1,500,000} = 1,4.$$

Jika QR industri adalah 1, maka rasio perusahaan ini dikatakan cukup baik karena mendekati rata-rata industri.

- *Inventory to Net Working Capital (NWC)*

Merupakan rasio yang mengukur atau membandingkan antara jumlah persediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan. Modal kerja tersebut terdiri dari **pengurangan antara aktiva lancar dengan utang lancar** dan biasanya dinyatakan dalam desimal.

$$\text{Rumus: NWC} = \frac{\text{Inventory}}{\text{Current Asset} - \text{Current Liabilities}} \times 100$$

Contoh Soal

Komponen	2013
Total Aktiva Lancar ( <i>Current Asset</i> )	2,500,000
Total Utang Lancar ( <i>Current Liabilities</i> )	1,500,000
Persediaan ( <i>Inventory</i> )	400,000

$$NWC = \frac{400,000}{2,500,000 - 1,500,000} \times 100 = 40$$

- *Cash Ratio*

Menurut (Hery, 2016) *Cash Ratio* adalah rasio di mana penggunaannya ialah menghitung besarnya uang kas yang ada dan digunakan bagi pembayaran utang jangka pendek. Adanya uang kas bisa dilihat dari adanya dana kas, bisa juga yang sama dengan kas, antara lain rekening giro dan juga tabungan di dalam bank (dana yang kapan saja bisa ditarik). Dengan kata lain rasio ini berguna sebagai acuan mengukur potensi emiten melunasi utang lancar. Rumus untuk mencari *cash ratio* adalah:



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

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

Contoh Soal

Komponen	2013
Total Aktiva Lancar ( <i>Current Asset</i> )	2,500,000
Total Utang Lancar ( <i>Current Liabilities</i> )	1,500,000
Kas	300,000
Giro	350,000

$$\text{Cash Ratio} = \frac{300,000+350,000}{1,500,000} = 43 \text{ kali}$$

Jika rata-rata *cash ratio* industri adalah 50 kali, maka rasio perusahaan tersebut cukup baik karena tidak terlalu jauh dari rata-rata industri.

#### b) *Leverage Ratio*

*Leverage ratio* atau rasio solvabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang (Hidayat, 2020). *Leverage* merupakan salah satu rasio keuangan yang paling umum digunakan oleh banyak kalangan pemegang kepentingan. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pembiayaan aset oleh utang di sebuah perusahaan. Selain itu, *leverage* juga dapat digunakan untuk melihat struktur pendanaan perusahaan. Army (2013) dalam (Gozali & Tedjasuksmana, 2019) menjelaskan bahwa perusahaan yang menggunakan struktur utang dalam membiayai asetnya dinilai cenderung memiliki risiko di masa depan. Risiko tersebut muncul karena perusahaan dihadapkan untuk membayar beban bunga atas utangnya. Rasio *leverage* dapat digunakan sebagai pertimbangan oleh kreditor untuk memberikan pinjamannya kepada perusahaan.

Beberapa jenis dari rasio solvabilitas adalah sebagai berikut:

- *Debt to Asset Ratio* (DAR)

Rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Rasio ini menunjukkan seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai dengan utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva (Hidayat, 2020). Rumus ***Debt to Asset Ratio*** adalah:

$$\text{DAR} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Contoh Soal

Komponen	2013
Total Aktiva	3,500,000
Total Utang	1,850,000

Untuk DAR 2013 dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{DAR} = \frac{1,850,000}{3,500,000} \times 100\% = 52,85\%$$

Hasil dari 52,85% menunjukkan bahwa tahun 2013, 52,85% dari aktiva perusahaan didanai oleh utang (modal pinjaman. Jika rata-rata DAR industri adalah >30% (Hidayat, 2020), maka rasio perusahaan tersebut kurang baik. Para kreditor akan keberatan untuk menambahkan pinjaman, mengingat rasio tersebut melebihi rata-rata industri.

- *Debt to Equity Ratio* (DER)

Rasio ini digunakan untuk mengetahui perbandingan antara total utang dengan modal sendiri (Hidayat, 2020). Rasio ini juga berguna untuk mengetahui seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai dari utang. Dengan kata lain, DER untuk mengetahui setiap rupiah dari modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang. Rasio ini dinyatakan dalam persentase. Rumus untuk mencari DER, sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Equity}}$$

Contoh Soal

Komponen	2013
Total Equity	2,100,000
Total Utang	1,850,000

Untuk DER 2013 dapat dihitung sebagai berikut:

$$DER = \frac{1,850,000}{2,100,000} \times 100\% = 88,09\%$$

Rasio ini menunjukkan bahwa pada tahun 2013 pemberi pinjaman menyediakan 88,09% pendanaan untuk setiap rupiah yang disediakan pemegang saham.

o *Long Term Debt to Equity* (LTDER)

Merupakan rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri, tujuannya adalah mengukur beberapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan dan biasanya dinyatakan dalam persentase. Rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Contoh Soal

Komponen	2013
Total Equity	2,100,000
Total Utang Jangka Panjang	850,000

Untuk LTDER 2013 dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{LTDER} = \frac{850,000}{2,100,000} \times 100\% = 40,48\%$$

Rasio ini menunjukkan bahwa pada tahun 2013 Rp1 modal sendiri dapat dijamin sebagai utang jangka panjang oleh kreditor sebesar 40,48%.

o *Current Liabilities to Net Worth*

Merupakan rasio antara utang lancar dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan bahwa dana pinjaman yang akan ditagih terdapat sekian kalinya modal sendiri. Rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Contoh Soal

Komponen	2013
Total Equity	2,100,000
Total Utang Lancar	1,050,000

Untuk *Current Liabilities to Equity* 2013 dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Current Liabilities to Equity} = \frac{1,050,000}{2,100,000} \times 0,5 \text{ kali.}$$

Rasio ini menunjukkan bahwa Rp1 yang ditagih oleh kreditor, mampu dibayar sebesar 0,5 kali modal sendiri.

**c) Rasio Aktivitas**

Rasio aktivitas adalah rasio yang menunjukkan keefektifan sebuah perusahaan dalam menggunakan aktiva yang dimilikinya (Kasmir, 2011). Rasio ini digunakan untuk

menilai seberapa efisien perusahaan dapat memanfaatkan dan mengelola sumber daya yang dimiliki perusahaan Rasio ini merupakan ukuran yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam melakukan aktivitas sehari-hari seperti penjualan, penagihan piutang, pengelolaan persediaan, pengelolaan modal kerja, dan pengelolaan dari seluruh aktiva. Adapun beberapa rasio aktivitas, adalah sebagai berikut:

- Perputaran Piutang (*Turnover Receivable*)

Menurut (Kasmir, 2011), Rasio Perputaran Piutang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode.

Menurut Harrison Jr *et al.* (2013: 261) Rasio Perputaran Piutang usaha (*receivable turnover*) adalah rasio untuk mengukur kemampuan untuk menagih kas dari pelanggan. Secara umum, semakin tinggi rasio, semakin baik. Akan tetapi, Rasio Perputaran Piutang usaha yang terlalu tinggi mungkin mengindikasikan bahwa kredit terlalu ketat dan mungkin menyebabkan kehilangan penjualan dari pelanggan utama. Rumusnya sebagai berikut:

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

#### Contoh Soal

Komponen	2013	2014
Penjualan kredit	5,000,000	6,000,000
Piutang		
Awal tahun	600,000	300,000
Akhir tahun	300,000	500,000
Rata-rata piutang (Awal tahun+akhir tahun)/2	<b>450,000</b>	<b>400,000</b>

Rasio *turnover receivable* dapat dihitung sebagai berikut:

Tahun 2013

$$\text{Turnover Receivable} = \frac{5,000,000}{450,000} = 11,11 \text{ kali}$$

Tahun 2014

$$\text{Turnover Receivable} = \frac{5,000,000}{400,000} = 12,5 \text{ kali}$$

Dari hasil perhitungan tahun 2013 ke tahun 2014, rasio *turnover receivable* terjadi kenaikan. Hal ini mengindikasikan bahwa kinerjanya semakin membaik. Dapat juga dilihat pada tahun 2014 sisa piutangnya tersisa sebesar Rp400,000.

Bagi bank yang memberikan kredit perlu juga menghitung hari rata-rata penagihan piutang (*days of receivable*). Hasil perhitungan ini menunjukkan jumlah hari (berapa piutang tersebut rata-rata tidak bisa ditagih dan rasio ini juga disebut *days sales uncollected*). Rumus yang digunakan adalah:

$$\text{Days of Receivable} = \frac{\text{Piutang Rata-rata}}{\text{Penjualan Kredit}} \times 360$$

Sehingga *days of receivable* dapat dihitung sebagai berikut:

Tahun 2013

$$\text{Days of Receivable} = \frac{450,000}{5,000,000} \times 360 = 32,4 \text{ hari}$$

Dari hasil perhitungan, tahun 2013 rasionya dikatakan baik karena waktu penagihan piutang kurang dari 60 hari. Artinya perusahaan mampu melakukan penagihan secara cepat atau tepat waktu. Waktu penagihan piutang dikatakan kurang baik jika lebih dari 60 hari (Hidayat, 2020).

o Perputaran Persediaan (*Inventory Turnover*)

Rasio ini untuk mengukur berapa kali dana yang ditanam dalam *inventory* berputar dalam satu periode. Rasio ini

menunjukkan berapa kali jumlah barang persediaan diganti dalam satu tahun, semakin jelek rasio ini maka semakin jelek, demikian pula sebaliknya. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Inventory turnover} = \frac{\text{harga pokok barang yang dijual}}{\text{rata-rata persediaan}}$$

### Contoh Soal

Komponen	2013	2014
Harga Pokok Penjualan	4,000,000	5,000,000
Persediaan		
Awal tahun	600,000	300,000
Akhir tahun	300,000	500,000
Rata-rata piutang (Awal tahun+akhir tahun)/2	<b>450,000</b>	<b>400,000</b>

$$\text{Inventory turnover 2013} = \frac{4,000,000}{450,000} = 9 \text{ kali.}$$

Rasio ini menunjukkan 9 kali persediaan barang akan diganti dalam setahun. Sehingga untuk mengetahui jumlah rata-rata **hari persediaan tersimpan** dalam gudang dicari dengan membagikan jumlah hari dalam setahun dibagi dengan jumlah perputaran persediaan, sehingga diperoleh  $360/9 = 40$  hari.

$$\text{Inventory turnover 2014} = \frac{5,000,000}{400,000} = 12,5 \text{ kali}$$

Rasio ini menunjukkan 12,5 kali persediaan barang akan diganti dalam setahun. Sehingga untuk mengetahui jumlah rata-rata **hari persediaan tersimpan** dalam gudang dicari dengan membagikan jumlah hari dalam setahun dibagi dengan jumlah perputaran persediaan, sehingga diperoleh  $360/12,5 = 29$  hari.

- o Perputaran Modal Kerja (*Working Capital Turnover*)

Perputaran modal kerja atau *working capital turnover* merupakan salah satu rasio untuk mengukur atau menilai keefektifan modal kerja perusahaan selama periode tertentu yang memiliki arti seberapa banyak modal kerja berputar selama suatu periode atau dalam suatu periode. Mengukur rasio ini dengan cara membandingkan antara penjualan dengan modal kerja atau dengan modal kerja rata-rata (Kasmir, 2011). Rumusnya sebagai berikut:

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

#### Contoh Soal

Komponen	2013	2014
Aktiva Lancar	1,00,000	1,250,000
Utang Lancar	750,000	900,000
Penjualan Bersih	5,550,000	6,250,000
<i>Working Capital</i> (aktiva lancar-utang lancar)	250,000	350,000

$$NWC \text{ turnover } 2013 = \frac{5,500,000}{250,000} = 22 \text{ kali}$$

$$NWC \text{ turnover } 2014 = \frac{6,250,000}{350,000} = 17,86 \text{ kali}$$

Rasio *NWC turnover* yang baik untuk industri apabila >30 kali. Dari hasil perhitungan diperoleh *NWC turnover* untuk tahun 2013 dan 2014 dapat disimpulkan bahwa nilai *NWC*-nya kurang baik karena kurang dari 30.

- o Perputaran Aktiva Tetap (*Fixed Asset Turnover*)

Rasio untuk mengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam aktiva tetap berputar dalam satu periode. Caranya adalah membandingkan antara penjualan bersih dengan aktiva tetap dan biasanya rasio ini dinyatakan dengan desimal. Rumus yang digunakan adalah:



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

### Contoh Soal

Komponen	2013	2014
Total Aktiva Tetap	5,550,000	8,000,000
Penjualan (Sales)	8,250,000	14,500,000

Rasio *fixed asset turnover* dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Tahun 2013} = \frac{8,250,000}{5,500,000} = 1,5 \text{ kali}$$

$$\text{Tahun 2014} = \frac{14,000,000}{8,000,000} = 1,75$$

- o Perputaran Aset (*Asset Turnover*)

Menurut (Kasmir, 2011) *total asset turnover* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perputaran semua aktiva yang dimiliki perusahaan dan mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari tiap rupiah aktiva. Rasio ini juga untuk mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari tiap rupiah aktiva dan rasio ini dinyatakan dengan desimal (Hidayat, 2020). Rumus yang digunakan adalah:

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

### Contoh Soal

Komponen	2013	2014
Total Aktiva Tetap	5,550,000	8,000,000
Total Aktiva	6,250,000	12,000,000
Penjualan (Sales)	8,250,000	14,500,000

$$\text{Asset Turnover 2013} = \frac{8,250,000}{6,250,000} = 1,32 \text{ kali}$$

$$\text{Asset Turnover 2014} = \frac{14,500,000}{12,000,000} = 1,21 \text{ kali}$$

Jika rata-rata *asset turnover* industri adalah kurang dari 3 kali, maka rasio perusahaan ini untuk tahun 2013 dan 2014 kurang baik, artinya perusahaan menggunakan aktivitya kurang efisien dibandingkan dengan perusahaan lain.

#### d) Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas menunjukkan pengaruh gabungan dari likuiditas, pengelolaan aktiva dan pengelolaan utang terhadap hasil operasi (laba) (Margaretha, 2005). Keuntungan yang didapat baik dalam bentuk laba maupun nilai ekonomis, merupakan tuntutan dari para pemodal. Rasio profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu meningkatkan penjualannya dengan baik. Rasio juga ini memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Rasio ini terdiri dari:

- o Profit Margin (*Profit Margin*)

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

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

#### Contoh Soal

Komponen	2013	2014
Net Sales (Penjualan bersih)	10,000,000	12,000,000
<i>Earning After Tax</i> (EAT)/Keuntungan setelah pajak	4,500,000	6,000,000
Total Aktiva	4,350,000	5,250,000

Rasio *net profit margin* dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Profit Margin 2013} = \frac{4,500,000}{10,000,000} = 45\%$$

$$\text{Profit Margin 2014} = \frac{6,000,000}{12,000,000} = 50\%$$

Jika rata-rata rasio *net profit margin* industri yang ditetapkan adalah 16%, maka nilai NPM 2013 dan 2014 dari hasil perhitungan bisa dikatakan baik, karena berada >16%.

o *Return on Investmet* (ROI)

ROI merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva dalam perusahaan atau ukuran tentang efisiensi manajemen (Hidayat, 2020). *Return on Investment* (ROI) merupakan salah satu rasio dari rasio profitabilitas di mana rasio profitabilitas ini digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Semakin tinggi ratio ini, maka semakin baik keadaan suatu perusahaan (Kasmir, 2011). Rasio ini menunjukkan hasil dari seluruh aktiva yang dikendalikan dengan mengabaikan sumber pendanaan. Rasio ini dinyatakan dengan persentase. Rasio ini menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Semakin rendah ROI, maka semakin tidak baik dan sebaliknya. Rumus untuk mencari ROI sebagai berikut:

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

Contoh Soal

Komponen	2013	2014
Net Sales (Penjualan bersih)	10,000,000	12,000,000
<i>Earning After Tax</i> (EAT)/Keuntungan setelah pajak	4,500,000	6,000,000
Total Aktiva	4,350,000	5,250,000

Dari data di atas, ROI dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Return on Investment 2013} = \frac{4,500,000}{4,350,000} = 103,4\%$$
$$\text{Return on Investment 2014} = \frac{6,000,000}{5,250,000} = 114,29$$

Jika rata-rata ROI yang ditetapkan industri sebesar 25%, maka rasio perusahaan berdasarkan ROI tahun 2013 dan 2014 bisa dikatakan baik.

o *Return on Equity* (ROE)

Menurut Lestari dan Sugiharto (2007) dalam (Angraini & Prayudi, 2020), ROE adalah rasio yang digunakan untuk mengukur keuntungan bersih yang diperoleh dari pengelolaan modal yang diinvestasikan oleh pemilik perusahaan. ROE diukur dengan perbandingan antara laba bersih dengan total modal. Angka ROE yang semakin tinggi memberikan indikasi bagi para pemegang saham bahwa tingkat pengembalian investasi makin tinggi. Rumus ROE sebagai berikut:

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

Contoh Soal

Komponen	2013	2014
<i>Earning After Tax</i> (EAT)/Keuntungan setelah pajak	4,500,000	6,000,000
Total Aktiva	5,350,000	7,250,000

*Return on Equity* dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{ROE 2013} = \frac{4,500,000}{5,350,000} = 84,11\%$$
$$\text{ROE 2014} = \frac{6,000,000}{7,250,000} = 82,76\%$$

Jika rata-rata *ROE industry* adalah 30%, maka hasil perhitungan menunjukkan bahwa ROI tahun 2013 dan 2014 bisa dikatakan baik karena >30%.

o *Laba Per Lembar Saham (Earning Per Share)*

Menurut (Kasmir, 2011) mendefinisikan EPS sebagai kemampuan perusahaan untuk mendistribusikan pendapatan yang diperoleh kepada pemegang sahamnya. Semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk mendistribusikan pendapatan kepada pemegang sahamnya, mencerminkan semakin besar keberhasilan usaha yang dilakukannya. Rumus untuk menghitung EPS adalah sebagai berikut:

$$\text{Earning per Share} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Bunga dan Pajak}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$

Contoh Soal

Komponen	2013	2014
EBIT	500,000	750,000
Jumlah Saham yang beredar	4,000,000	4,500,000

EPS dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{EPS 2013} = \frac{500,000}{4,000,000} = 12,5\%$$

$$\text{EPS 2014} = \frac{750,000}{4,500,000} = 16,67\%$$

Jika EPS yang ditetapkan oleh industri sebesar 20%, maka EPS tahun 2013 bisa dikatakan tidak baik dan EPS tahun 2014 bisa dikatakan baik.

## 8. Evaluasi

Jawablah pertanyaan berikut ini dengan benar dan tepat!

No	Pertanyaan
1.	Jelaskan keterkaitan antara aspek finansial dengan studi kelayakan bisnis!
2.	Jelaskan beberapa sumber dana yang perlu dikeluarkan dalam memulai bisnis baru!
3.	Jelaskan mengapa laporan keuangan perlu dianalisis!
4.	<p>PT Prima Gas memiliki pendapatan per tahun sebesar Rp1,000,000; Rp1,500,000 dan Rp2,000,000. Biaya yang dikeluarkan setiap tahunnya berturut-turut adalah Rp200,000; Rp350,000 dan Rp400,000 (belum termasuk depresiasi). Tingkat pengembalian yang diinginkan 15% dan dikenakan pajak sebesar 35%.</p> <p><b>Hitunglah:</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li><i>Payback Period</i> (PP)</li><li>ARR</li><li><i>Net Present Value</i> (NPV)</li><li><i>Internal Rate of Return</i> (IRR)</li><li><i>Profitability Index</i> (PI)</li></ol>
5.	<p>Carilah Laporan keuangan Bank BRI (BBRI) pada laman <a href="http://www.idx.go.id">www.idx.go.id</a>, kemudian hitunglah:</p> <ol style="list-style-type: none"><li><i>Current Ratio</i></li><li>Rata-Rata Perputaran Piutang</li><li><i>Total Asset Turnover</i></li><li>ROA</li><li><i>Net Profit Margin</i></li></ol>

## **BAB 6**

# **KAJIAN ASPEK MANAJEMEN DAN ORGANISASI**

### **1. Capaian Pembelajaran**

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan mampu:

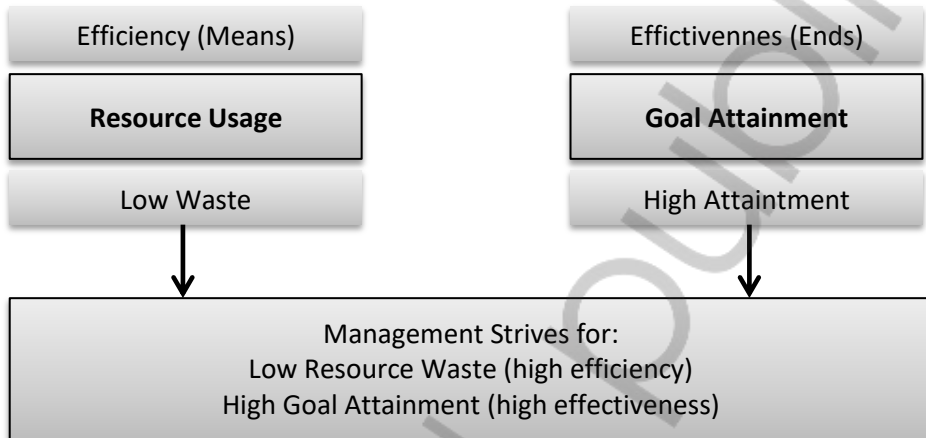
- a) Menjelaskan dengan baik pengertian manajemen dan organisasi.
- b) Menguraikan berbagai fungsi dalam manajemen.
- c) Menjelaskan ruang lingkup manajemen sumber daya manusia.
- d) Menjelaskan pengertian organisasi.
- e) Menganalisis jenis dan bentuk struktur organisasi.

### **2. Pengertian Manajemen dan Organisasi**

Manajemen adalah sebuah proses untuk mengatur sesuatu yang dilakukan oleh sekelompok orang atau organisasi untuk mencapai tujuan organisasi tersebut dengan cara bekerja sama memanfaatkan sumber daya yang dimiliki (Burhanudin Gesi ddk., 2019).

Secara etimologi, kata manajemen diambil dari bahasa Prancis kuno, yakni "management" yang artinya adalah seni dalam mengatur dan melaksanakan. Manajemen dapat juga didefinisikan sebagai upaya perencanaan, pengoordinasian, pengorganisasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efisien dan efektif. Efektif dalam hal ini adalah untuk mencapai tujuan sesuai perencanaan dan efisiensi untuk melaksanakan pekerjaan dengan benar dan terorganisir.

Manajemen yang baik adalah kombinasi antara tepat guna dan berdaya guna (Hidayat, 2020), sebagaimana tampak pada gambar berikut:



Sumber: Stephen P. Robins dan Mary Coulter dalam (Hidayat, 2020). *Management Eleventh Edition* (New Jersey: Prentice Hall, 2012), hlm. 8.

Beberapa definisi manajemen yang dikemukakan oleh para ahli sebagai berikut:

- a) George R. Terry, manajemen = sebuah proses yang khas yang terdiri dari beberapa tindakan, perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan, dan pengawasan.
- b) Mary Parker Follet, manajemen = sebuah seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Dengan kata lain, seorang manajer bertugas mengatur dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan sebuah perusahaan.
- c) Henry Fayol, manajemen = suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengoordinasian, dan pengawasan/kontrol terhadap sumber daya yang ada agar mencapai tujuan secara efektif dan efisien.
- d) Oey Liang Lee, manajemen = adalah ilmu dan seni dalam perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengendalian terhadap sumber daya



yang ada untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Kesimpulan dari definisi tentang manajemen sesuai dengan konteks topik di atas, sebagaimana yang terurai di bawah ini:

- Manajemen mempunyai tujuan yang ingin dicapai.
- Manajemen merupakan perpaduan antara ilmu dan seni.
- Manajemen merupakan proses yang sistematis, terkoordinasi, kooperatif, dan terintegrasi dalam memanfaatkan unsur-unsurnya (6M).
- Manajemen baru dapat diterapkan jika ada 2 orang atau lebih melakukan kerja sama dalam suatu organisasi.
- Manajemen harus didasarkan pada pembagian kerja, tugas dan tanggung jawab.
- Manajemen terdiri dari beberapa fungsi POSD dan C, dan
- Manajemen hanya merupakan alat untuk mencapai tujuan.

### **Fungsi-Fungsi Manajemen.**

Fungsi manajemen sebagai elemen dasar yang harus melekat dalam manajemen sebagai acuan manajer (seseorang yang mengelola manajemen) dalam melaksanakan tugas untuk mencapai tujuan dengan cara merencanakan, mengorganisir, mengoordinasi, dan mengendalikan. Mengacu pada pengertian manajemen di atas, terdapat lima (5) fungsi utama manajemen dalam perusahaan, yaitu:

a. Perencanaan (*planning*)

Pentingnya manajemen dalam perusahaan, akan merencanakan dan mengevaluasi setiap tindakan yang telah dan belum ditindaklanjuti dalam perusahaan. Perencanaan penting untuk menentukan secara keseluruhan tujuan perusahaan dan upaya untuk memenuhi tujuan tersebut.

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Dengan pengorganisasian dapat membagi kegiatan besar menjadi beberapa kegiatan kecil atau serangkaian kegiatan.

Tujuannya adalah untuk mempermudah manajer dalam melakukan pengawasan yang lebih efektif dan menentukan sumber daya yang dibutuhkan untuk setiap kegiatan yang telah dibagi menjadi lebih efisien.

c. Penempatan (*Staffing*)

Mirip dengan *organizing*, namun penggunaannya lebih luas. Bila *organizing* telah memperhatikan manajemen SDM, maka *staffing* lebih memperhatikan sumber daya secara umum. Beberapa sumber daya tersebut di antaranya: peralatan, perlengkapan, dan inventaris yang ada pada perusahaan.

d. Pengarahan (*Directing*)

Fungsi manajemen dalam bisnis yang terakhir adalah sebagai suatu tindakan yang mengupayakan agar setiap bisnis atau kelompok mampu mencapai sasaran dan target sesuai prosedur manajerial yang sudah direncanakan.

e. Pengawasan (*controlling*)

Dari serangkaian rencana dan tindakan yang telah dijalankan, perlu adanya pengawasan atau *controlling*. Fungsi manajemen bisnis dalam hal ini adalah melakukan evaluasi secara menyeluruh terhadap kinerja sumber daya perusahaan.

Semua organisasi memiliki satu tujuan, satu struktur, proses untuk mengoordinasi kegiatan dan orang-orang yang melaksanakan peran-peran yang berbeda. Pengertian organisasi tersebut mengandung konsep-konsep sebagai berikut (Yuliana, 2012):

- a) Proses, suatu organisasi adalah suatu sistem terbuka yang dinamis yang menciptakan dan saling menukar informasi di antara anggotanya. Karena gejala menciptakan dan menukar informasi ini berjalan terus menerus dan tidak ada hentinya, maka dikatakan sebagai suatu proses.
- b) Pesan, yang dimaksud pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang lain.

- c) Jaringan, organisasi terdiri dari suatu seri orang-orang yang tiap-tiapnya menduduki posisi dan peranan tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini sesamanya terjadi melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi. Suatu jaringan komunikasi ini mungkin mencakup hanya dua orang, beberapa orang atau keseluruhan organisasi.
- d) Keadaan saling tergantung, Konsep kunci komunikasi organisasi keempat adalah keadaan saling tergantung satu bagian dengan bagian lainnya. Hal ini telah menjadi sifat dari suatu organisasi yang merupakan suatu sistem terbuka.
- e) Hubungan, konsep kunci yang kelima dari komunikasi adalah hubungan. Karena organisasi merupakan suatu sistem terbuka, sistem kehidupan sosial maka untuk berfungsinya bagian-bagian itu terletak pada manusia yang ada pada organisasi.
- f) Lingkungan, yang dimaksud lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem. Yang termasuk lingkungan internal adalah personal/anggota, tujuan, produk, dll. Sedangkan lingkungan eksternal adalah langganan, saingan, teknologi, dll. Komunikasi organisasi terutama berkenaan dengan transaksi yang terjadi dalam lingkungan internal organisasi yang terdiri dari organisasi dan budayanya, dan antar-organisasi dengan lingkungan eksternalnya.

### **3. Manajemen Proyek**

Dalam penyelenggaraan suatu proyek, kegiatan yang akan dihadapi sangat kompleks. Hal ini tentu memerlukan suatu manajemen yang baik sehingga pada akhirnya proyek dapat berjalan sesuai dengan rencana. Pelaksanaan proyek harus diselenggarakan secara menyeluruh mulai dari perencanaan, pembangunan fisik, sampai dengan pemeliharaan yang melibatkan bermacam-macam unsur dan komponen pendukung.

Salah satu bagian dari manajemen proyek yang memegang peranan cukup penting adalah organisasi proyek. Sebuah proyek akan berhasil jika di dalamnya terdapat pengorganisasian yang baik (Tanjung, 2017).

Pengorganisasian tersebut merupakan pengelolaan proyek dengan tujuan mengatur tahap-tahap pelaksanaan pekerjaan dalam mencapai sasaran. Sedangkan organisasi proyek merupakan suatu sistem yang melibatkan banyak pihak yang bekerja sama dalam melaksanakan serangkaian kegiatan. Oleh karena itu unsur-unsur yang terlibat dalam pengelolaan harus saling bekerja sama dan mempunyai rasa tanggung jawab terhadap tugas, kewajiban serta wewenang yang telah diberikan sesuai bidang dan keahlian masing-masing. Keuntungan dari adanya organisasi dalam suatu proyek adalah:

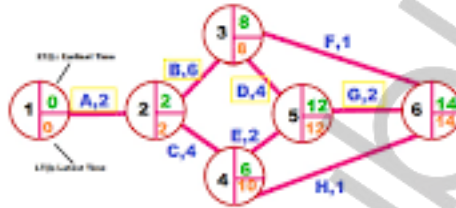
- a) Pekerjaan dapat dilaksanakan secara matang.
- b) Pekerjaan yang tumpang tindih dapat dihindari dengan dilaksanakannya pembagian tugas serta tanggung jawab sesuai keahlian.
- c) Meningkatkan pendayagunaan dana, fasilitas, serta kemampuan yang tersedia secara maksimal.

### **1) Perencanaan Proyek**

Perencanaan proyek menggambarkan pelaksanaan suatu proyek. Dalam pelaksanaan proyek perlu dianalisis rencana kerja yang meliputi: jenis pekerjaan (aktivitas), waktu penyelesaian, tenaga pelaksana, peralatan dan anggaran (Hidayat, 2020). Dalam perencanaan proyek biasanya digunakan bantuan teknik seperti Bagan Gantt (*Gant Chart*) atau diperluas dengan menggunakan Diagram jaringan (*network diagram*) seperti *Program Evaluation and Review Technique* (PERT) dan *Critical Path Method* (CPM).

**The Critical Path Is: 1-2-3-5-6**

Activity	Total Hour
A	2
B	6
C	4
D	4
E	2
F	2
G	2
H	1



**Gambar** Perencanaan Proyek Menggunakan Model Critical Path (CPM)

Tujuan utama menggunakan teknik-teknik tersebut adalah membantu pihak perencana agar lebih mudah dalam memperkirakan kapan suatu proyek akan selesai dan bahkan bila perlu dapat dipercepat, aktivitas-aktivitas mana yang perlu dipercepat dan berapa tambahan biayanya. Dengan demikian, rencana proyek yang baik meliputi beberapa unsur sebagai berikut:

- Menetapkan tujuan.
- Mendefinisikan proyek.
- Mencantumkan langkah utama untuk dilakukan.
- Jadwal waktu untuk penyelesaian.
- Analisis biaya manfaat.
- Uraian mengenai sumber daya yang dibutuhkan untuk melaksanakan proyek.

## 2) Penjadwalan Proyek

Penjadwalan proyek adalah pembuatan rencana pelaksanaan setiap kegiatan di dalam suatu proyek dengan mengoptimalkan efisiensi pemakaian waktu dan sumber daya yang tersedia, tetapi kesesuaian presedensi di antara kegiatan tetap dipenuhi. Menurut Lawrence dan Pasternack (2001) dalam (Arifudin, 2012), ada beberapa tujuan penjadwalan proyek meliputi: (1) Menentukan jadwal paling awal dan paling akhir dari waktu mulai dan berakhir untuk

setiap kegiatan yang mengarah ke waktu penyelesaian paling awal untuk keseluruhan proyek; (2) Menghitung kemungkinan bahwa proyek akan selesai dalam jangka waktu tertentu; (3) Mencari biaya jadwal minimum yang akan menyelesaikan sebuah proyek dengan tanggal tertentu; (4) Menginvestigasi bagaimana keterlambatan untuk kegiatan tertentu memengaruhi waktu penyelesaian keseluruhan proyek; (5) *Monitoring* sebuah proyek untuk menentukan apakah berjalan tepat waktu dan sesuai anggaran; (6) Mencari jadwal kegiatan yang akan memuluskan alokasi sumber daya selama durasi proyek.

Manajemen proyek telah berkembang sebagai satu bidang baru dengan dikembangkannya dua teknik analitis untuk perencanaan, penjadwalan, dan pengendalian proyek. Keduanya adalah metode PERT (*Project Evaluation and Review Technique*) dan CPM (*Critical Path Method*). PERT dan CPM pada dasarnya merupakan metode penjadwalan proyek berorientasi waktu, dalam arti keduanya mengarah pada penentuan sebuah jadwal. Tetapi kedua metode ini mengabaikan batasan sumber daya. Perbedaan dari kedua metode ini ada pada estimasi waktu. Metode PERT menggunakan estimasi waktu secara probabilistik sedangkan metode CPM menggunakan estimasi waktu secara deterministik.

### **3) Pengawasan Proyek**

Pengawasan atau pengendalian proyek sangat penting untuk menjaga proyek selesai tepat pada waktunya. Pengawasan proyek meliputi *monitoring* terhadap sumber daya, biaya, kualitas dan anggaran. Pengawasan berarti menyimpulkan umpan balik untuk memperbaiki rencana proyek dan memindahkan sumber daya ke tempat di mana yang paling dibutuhkan. Sedangkan peralatan untuk maksud tersebut adalah PERT & CPM, laporan yang menjelaskan tentang: anggaran setiap bidang kegiatan, aktivitas-aktivitas yang

ditunda, aktivitas-aktivitas yang longgar dan aktivitas proyek keseluruhan.

Pengawasan ialah suatu proses di mana pimpinan ingin mengetahui apakah hasil pelaksanaan pekerjaan yang dilakukan oleh bawahannya sesuai dengan rencana, perintah, tujuan, kebijakan yang telah ditentukan. Jelasnya pengawasan harus berpedoman terhadap hal-hal berikut:

- a. Rencana (*planning*) yang harus ditentukan.
- b. Perintah (*orders*) terhadap pelaksanaan pekerjaan (*performance*).
- c. Tujuan.
- d. Kebijakan yang telah ditentukan sebelumnya.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pengawasan adalah serangkaian proses evaluasi terhadap pelaksanaan pekerjaan yang telah dilakukan, guna menjamin bahwa semua pekerjaan yang sedang berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan/direncanakan. Dengan adanya pengawasan, kesalahan-kesalahan yang telah terjadi diharapkan dapat diperbaiki dan tidak terulang di kemudian hari.

#### **4. Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)**

Sumber daya manusia adalah aktivitas untuk mencapai keberhasilan organisasi, mencapai tujuan dan berbagai sasarannya serta kemampuannya menghadapi berbagai tantangan, baik eksternal maupun internal. Sumber daya manusia dalam perusahaan itu sangat penting untuk mencapai tujuan dari perusahaan dan keberhasilan perusahaan itu sendiri, karena dengan adanya sumber daya manusia yang baik, tentunya dapat meminimalisir tantangan perusahaan baik tantangan dari luar maupun tantangan dari dalam. Kedua tantangan tersebut pasti akan dihadapi oleh perusahaan dan tidak dapat dihindari.

Fungsi manajemen sumber daya manusia merupakan kegiatan pokok yang dilakukan suatu perusahaan (Nurul Ulfatin dan Teguh Triwiyatno, 2016). Suatu perusahaan sangat penting mempunyai sumber daya manusia yang bagus, karena dengan adanya sumber daya manusia yang bagus maka akan meningkatkan kualitas perusahaan yang bagus. Jika perusahaan memiliki sumber daya manusia yang buruk maka akan berdampak buruk pula terhadap perusahaannya sedangkan jika perusahaan memiliki sumber daya manusia yang baik (terampil) maka akan berdampak baik pula terhadap perusahaannya.

Manajemen sumber daya manusia dapat dijabarkan dalam fungsi manajerial yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dan fungsi operatif yang meliputi pengadaan, kompensasi, pengembangan, integrasi, pemeliharaan dan pemutusan hubungan kerja (Hidayat, 2020).

#### **a) Analisis Jabatan**

Menurut Arianty, dkk. (2016), analisis jabatan adalah proses pengumpulan informasi secara sistematis tentang sebuah jabatan/pekerjaan, yang bertujuan untuk membuat berbagai keputusan tentang pekerjaan. Analisis jabatan mengidentifikasi tugas-tugas, kewajiban, dan tanggung jawab sebuah jabatan/pekerjaan tertentu. Dale Yoder mendefinisikan analisis jabatan sebagai prosedur melalui fakta-fakta yang berhubungan dengan setiap jabatan yang diperoleh dan dicatat secara sistematis. Hal ini sering disebut studi jabatan yang memengaruhi tugas-tugas, proses-proses, tanggung jawab dan kebutuhan karyawan yang harus diselidiki. Analisis jabatan menghasilkan dua jenis informasi pokok yaitu deskripsi jabatan dan spesifikasi jabatan. Deskripsi/uraian jabatan adalah dokumen yang memuat informasi tentang tugas-tugas, kewajiban dan tanggung jawab sebuah pekerjaan/jabatan. Spesifikasi jabatan adalah kualifikasi atau persyaratan minimum yang harus dimiliki oleh



seseorang agar ia dapat melakukan sebuah pekerjaan tertentu. Faktor-faktor yang memengaruhi analisis jabatan menurut Rivai (2015), yaitu: faktor organisasional, faktor lingkungan dan faktor berperilaku. Sedangkan indikator analisis jabatan menurut (Edison, 2018) menyatakan bahwa dalam melakukan proses mengumpulkan data para manajer, penyelia, atau konsultan perlu mengumpulkan beberapa informasi melalui analisis pekerjaan seperti identitas jabatan, aktivitas pekerjaan dan produktivitas, wewenang, teknologi dan keterampilan, prosedur dan peraturan, kondisi lapangan, minat dan spesifikasi pekerjaan.

Uraian jabatan memuat hal-hal sebagai berikut:

- a. Identitas jabatan.
- b. Fungsi jabatan.
- c. Uraian tugas.
- d. Wewenang.
- e. Tanggung jawab.
- f. Hubungan kerja.
- g. Bahan, alat dan mesin yang digunakan.
- h. Kondisi kerja.

Sedangkan spesifikasi jabatan atau persyaratan jabatan memuat syarat-syarat minimum yang harus dipenuhi oleh seseorang agar dapat melaksanakan jabatan tertentu dengan baik. Persyaratan jabatan memuat antara lain:

- a. Pendidikan.
- b. Pelatihan.
- c. Pengalaman.
- d. Psikologi.
- e. Persyaratan khusus lainnya.

Adapun beberapa jenis analisis jabatan yang ada sebagai berikut:

- a. *Job Analysis for Personal Specification*

*Job Analysis for Personal Specification* bertujuan untuk menentukan syarat mental yang dibutuhkan dari seorang untuk dapat sukses memangku jabatan tertentu.

- b. *Job Analysis for Training Purposes*  
Bertujuan untuk menentukan langkah-langkah yang harus ditempuh dalam mengajarkan sesuatu pekerjaan kepada tenaga kerja baru untuk keperluan latihan dan untuk berpendidikan.
- c. *Job Analysis for Setting Rates*  
Bertujuan untuk menentukan nilai masing-masing jabatan suatu organisasi, sehingga dengan demikian dapat ditentukan tingkat upah masing-masing secara adil.
- d. *Job Analysis for Method Improvements*  
*Job Analysis for Method Improvements* ditujukan untuk mempermudah cara bekerja tenaga kerja pada suatu jabatan tertentu. (Manullang,2013) dalam (Kurniawati, 2018).

**b) Perencanaan Sumber Daya Manusia**

Perencanaan sumber daya manusia merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara sistematis untuk meramalkan atau memperkirakan kebutuhan sumber daya manusia (Hidayat, 2020). Perkiraan kebutuhan tenaga kerja perusahaan didasarkan pada berbagai pertimbangan yaitu rencana produksi atau jasa sesuai dengan jenis atau bidang investasi. Sesuai dengan perkiraan, perusahaan menentukan kebutuhan jumlah orang untuk mengerjakan/melaksanakan aktivitas. Perusahaan untuk memenuhi kebutuhan tenaga manajerial didasarkan pada jumlah jabatan dalam struktur organisasi.

Perencanaan SDM adalah perencanaan yang disusun pada tingkat operasional yang diajukan untuk memenuhi permintaan SDM dengan kualifikasi yang dibutuhkan (Alwi, 2001). Perencanaan SDM pada dasarnya dibutuhkan ketika perencanaan bisnis sebagai implementasi visi dan misi perusahaan telah ditetapkan. Visi perusahaan sebagai pemandu arah sebuah bisnis ke

mana akan menuju dan dengan strategi apa bisnis tersebut akan dijalankan. Berawal dari strategi bisnis tersebut kemudian strategi perencanaan SDM apa yang akan dipilih. Strategi SDM yang dipilih dan ditetapkan sangat menentukan kebutuhan SDM seperti apa yang akan diinginkan, baik secara kuantitas maupun kualitas.

**c) Pengadaan Tenaga Kerja**

Pengadaan tenaga kerja merupakan upaya untuk memperoleh jumlah dan jenis tenaga kerja yang tepat untuk memenuhi kebutuhan organisasi dalam rangka mencapai tujuan. Pengadaan tenaga kerja meliputi penarikan, seleksi dan penempatan. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus mencari tenaga kerja untuk mengisi jabatan yang tersedia sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Hal ini dilakukan setelah struktur organisasi terbentuk, uraian jabatan dan persyaratan jabatan tersedia, serta perencanaan jumlah sumber daya manusia (Hidayat, 2020).

1. Penarikan (*recruitment*) adalah upaya mencari calon karyawan yang memenuhi syarat tertentu sehingga perusahaan dapat memilih orang-orang yang paling tepat untuk mengisi lowongan.
2. Seleksi merupakan suatu proses memilih atau mendapatkan tenaga kerja yang memenuhi syarat yang telah ditentukan organisasi. Proses seleksi diawali dari seleksi administrasi seterusnya dilanjutkan dengan uji materi, uji psikologi dan terakhir dengan wawancara. Setelah proses ini selesai maka tenaga kerja siap untuk ditempatkan.
3. Penempatan berkaitan dengan pencocokan seseorang dengan jabatan berdasarkan pada kebutuhan. Selanjutnya, dilakukan orientasi di mana uraian tugas digunakan untuk menyampaikan informasi tentang tugas-tugas dan kewajiban yang harus dilaksanakan

dan standar pelaksanaan kerja yang layak oleh karyawan.

Proses pengadaan tenaga kerja dimaksudkan sebagai upaya untuk memperoleh jumlah dan jenis tenaga kerja yang tepat untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja yang dibutuhkan guna mencapai tujuan organisasi. Pengadaan tenaga kerja ini terutama menyangkut mengenai penentuan kebutuhan tenaga kerja dan penarikan tenaga kerja, proses seleksi, serta penempatannya (Pranutoko, 2016).

#### **d) Pengembangan Karier**

Pihak manajemen perlu melaksanakan fungsi pengembangan terhadap karyawannya. Pengembangan ini dilakukan melalui pendidikan dan pelatihan serta karier. Pendidikan dan pelatihan diberikan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan karyawan sehingga mampu memenuhi tuntutan organisasi dalam menghadapi persaingan dan perubahan. Pendidikan dan pelatihan bisa dilakukan di dalam perusahaan atau di luar perusahaan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan keuangan perusahaan.

Pengembangan karier merupakan gabungan dari peningkatan-peningkatan pribadi yang dilakukan seseorang dan perencanaan sumber daya manusia di dalam organisasi atau perusahaan. Tujuan pengembangan karier adalah untuk membantu karyawan menganalisis kemampuan dan minat mereka untuk menyesuaikan keinginan mereka untuk tumbuh berkembang bersama dengan kebutuhan organisasi. Proses pengembangan karier ditentukan oleh perencanaan karier individu dan manajemen karier perusahaan.

Fase dalam program pengembangan karier ada tiga menurut (Ardana, dkk., 2012) yaitu:

### 1. Fase Perencanaan

Di dalam fase perencanaan ini aktivitas menyelaraskan rancangan karyawan dan rancangan perusahaan mengenai karier di lingkungannya sekitar. Tujuan fase ini adalah untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan karyawan dalam melaksanakan tugas-tugasnya.

### 2. Fase Pengarahan

Fase pengarahan ini untuk membantu para karyawan agar mampu mewujudkan perencanaannya menjadi kenyataan, yaitu dengan memantapkan karier yang diinginkannya, dan mengatur langkah-langkah yang harus ditempuh untuk mewujudkannya. Sehingga dari pernyataan di atas dapat disimpulkan ada tiga cara pendekatan, yaitu:

- a) Pengarahan dengan menyelenggarakan konseling karier.
- b) Pendekatan dengan menyelenggarakan pelayanan informasi karier.
- c) Pemberian pendidikan karier kepada karyawan untuk mengembangkan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh karyawan tersebut.

### 3. Fase Pengembangan

Fase pengembangan ini tenggang waktu yang dipergunakan karyawan untuk memenuhi persyaratan yang melakukan perpindahan dari suatu posisi ke posisi lain yang diinginkannya. Selama fase ini, karyawan dapat melakukan kegiatan memperbaiki dan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, sesuai posisi yang diinginkan. Sehingga karyawan harus berusaha mewujudkan kreativitas dan inisiatifnya yang dapat mendukung untuk memasuki posisi atau jabatan pada masa mendatang.

### **e) Integrasi**

Integrasi merupakan fungsi operatif dari manajemen sumber daya manusia berkaitan dengan penyesuaian keinginan karyawan dengan organisasi. Bagaimana pihak manajemen merespons tentang berbagai keinginan karyawan termasuk hubungan antarkaryawan dan implementasi kesepakatan kerja bersama untuk menjembatani kedua kepentingan keinginan antarkaryawan di satu pihak dan manajemen pihak lain (Hidayat, 2020).

Lengnick-Hall (1988) mengemukakan bahwa integrasi perencanaan SDM dengan perencanaan strategi dilakukan dengan beberapa alasan:

- Integrasi menawarkan banyak penyelesaian untuk pemecahan masalah organisasi yang kompleks.
- Integrasi memberikan kepastian bahwa SDM, finansial dan teknologi menjadi pertimbangan dalam menentukan tujuan prakiraan penerapan kemampuan.
- Melalui integrasi, organisasi harus mempertimbangkan individu-individu yang menyertai dan harus menerapkan kebijakan
- Hubungan timbal balik dalam integrasi perencanaan SDM dan perencanaan strategi membatasi sub ordinasi dari pertimbangan strategik pada hal-hal yang menjadi pilihan SDM dan mengesampingkan SDM sebagai sumber penting kemampuan organisasi dan keunggulan kompetitif.

### **f) Pemeliharaan**

Hasibuan (2003: 179) dalam (Zulkarnain dkk., 2016) mendefinisikan pemeliharaan (*maintenance*) adalah usaha mempertahankan dan atau meningkatkan kondisi fisik, mental dan sikap karyawan, agar mereka tetap loyal dan bekerja secara produktif untuk menunjang tercapainya tujuan perusahaan.

Pemeliharaan SDM dalam sebuah perusahaan memiliki beberapa tujuan. Hasibuan (2003: 180) dalam (Zulkarnain dkk., 2016) dalam bukunya menulis delapan tujuan berikut dalam pemeliharaan SDM:

- a) Untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan;
- b) Meningkatkan disiplin dan menurunkan absensi karyawan;
- c) Meningkatkan loyalitas dan menurunkan *turnover* karyawan;
- d) Memberikan ketenangan, keamanan, dan kesehatan karyawan;
- e) Meningkatkan kesejahteraan karyawan dan keluarganya;
- f) Memperbaiki kondisi fisik, mental, dan sikap karyawan;
- g) Mengurangi konflik serta menciptakan suasana harmonis;
- h) Mengefektifkan pengadaan karyawan.

Tujuan pemeliharaan yang ditampilkan di atas merupakan kondisi optimal dalam menggunakan sumber daya perusahaan dampaknya terhadap kondisi karyawan yang mereka miliki.

## 5. Organisasi

Organisasi secara dinamis diartikan sebagai suatu proses kerja sama antara dua orang atau lebih dalam mencapai tujuan (Hidayat, 2020). Sedangkan organisasi formal secara klasik dapat diartikan sebagai suatu sistem kegiatan yang terkoordinasi dari sekelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan di bawah kekuasaan dan kepemimpinan. Organisasi formal ini merupakan organisasi yang dengan sengaja direncanakan dan disusunnya struktur dengan cara tegas.

Struktur organisasi merupakan susunan sistem hubungan antarposisi kepemimpinan yang ada dalam organisasi. Hal ini merupakan hasil pertimbangan dan kesadaran tentang pentingnya perencanaan atas penentuan kekuasaan, tanggung jawab, spesialisasi setiap anggota organisasi.

### a) Desain Struktur Organisasi Modern

Secara khusus, kebutuhan terhadap fleksibilitas, kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan, kreativitas, pengetahuan, dan kemampuan mengatasi ketidakpastian lingkungan adalah tantangan terbesar yang dihadapi oleh sejumlah organisasi modern yang sedang berkembang. Berikut adalah Organisasi Tradisional versus Organisasi Pembelajaran.

<b>Fungsi</b>	<b>Organisasi Tradisional</b>	<b>Organisasi Pembelajaran</b>
Menentukan arah keseluruhan	Visi manajemen puncak	Ada persamaan visi yang muncul dari banyak tempat, tetapi manajemen puncak bertanggung jawab untuk memastikan bahwa visi tersebut ada dan dipelihara
Perumusan dan implementasi ide	Manajemen puncak memutuskan apa yang dilakukan dan anggota organisasi yang lain bertindak menurut ide tersebut	Perumusan dan implementasi ide terjadi di semua level organisasi yakni keterlibatan semua pihak
Sifat pemikiran organisasional	Setiap individu bertanggung jawab atas pekerjaannya dan fokus pada pengembangan kompetensi individual	Karyawan memahami tugas masing-masing, juga cara di mana pekerjaan mereka saling terkait satu sama lain, sehingga tugas individu memengaruhi karyawan lainnya
Resolusi konflik	Konflik diselesaikan melalui kekuasaan dan pengaruh hierarki	Konflik diselesaikan melalui pembelajaran kolaboratif dan dengan menyatukan berbagai sudut pandang yang berbeda-beda dari individu dan di organisasi keseluruhan
Kepemimpinan dan motivasi	Peran pemimpin adalah membangun visi organisasi, memberikan	Peran pemimpin adalah membangun visi bersama,



Fungsi	Organisasi Tradisional	Organisasi Pembelajaran
	penghargaan dan hukuman yang tepat, dan mengendalikan keseluruhan aktivitas karyawan	memberdayakan karyawan, menginspirasi komitmen, dan mendorong pengambilan keputusan efektif melalui pemberdayaan dan kepemimpinan yang karismatik

Desain horizontal menggantikan organisasi vertikal hierarki tradisional. Kemajuan teknologi dan lingkungan globalisasi menyarankan digunakannya struktur horizontal untuk memfasilitasi kerja sama, kerja tim, dan pelanggan. Cara baru pengorganisasian tersebut lebih relevan bagi berbagai kebutuhan lingkungan seperti saat ini seperti fleksibilitas, kecepatan, dan kerja sama.

Desain jaringan, desain jaringan lebih luas dari struktur horizontal dan secara total meninggalkan struktur organisasi klasik, hierarki, dan fungsional. Model birokrasi bekerja dengan baik dalam era sebelumnya saat terdapat sedikit kompetisi dan kondisi pasar lebih stabil, dan sebelum ada kondisi 'tanpa batas' karena kemajuan teknologi informasi dan globalisasi.

#### **b) Proses Desain Organisasi**

Proses desain organisasi dapat dimulai dari bawah ke atas atau dari atas ke bawah. Prosedur penetapan dari atas ke bawah, tujuan-tujuan organisasi diterjemahkan menjadi tujuan-tujuan khusus sebagai sarana pencapaian hasil akhir (Hidayat, 2020). Tujuan-tujuan ini menjadi dasar serangkaian departemen atau bagian dapat diorganisir. Posisi-posisi dalam berbagai departemen atau bagian tersebut akan ditetapkan untuk berfungsi sebagai sarana pencapaian tujuan.

Desain pekerjaan berkaitan dengan penentuan struktur hubungan tugas dan hubungan antarpribadi dari suatu pekerjaan dengan menentukan berapa banyak keanekaragaman, tanggung jawab, signifikansi dan otonomi pekerja diberikan oleh pekerjaannya. Desain pekerjaan berpengaruh besar terhadap efektivitas organisasi (Ekowati, dkk, 2022). Kepuasan kerja dipengaruhi oleh tuntutan pekerjaan dan sejauh mana tuntutan tugas tersebut sesuai dengan kemampuan seseorang. Kadangkala perubahan tugas yang sangat sederhana dapat menyebabkan perubahan besar pada pemegang tugas tersebut. Dengan berkembangnya organisasi dan perubahan faktor lingkungan menyebabkan organisasi perlu melakukan desain ulang terhadap pekerjaan.

### **c) Elemen-Elemen Umum dalam Organisasi**

Mintzberg menyatakan bahwa setiap organisasi memiliki lima bagian dasar, yaitu: 1. *The operating core* (para pegawai di unit produksi); 2. *The strategic apex* (manajer puncak); 3. *The middle line* (manajer penghubung *operating core & strategic apex*); 4. *The technostructure* (para analis pelaksana pembentuk standarisasi tertentu dalam organisasi); dan 5. *The support staff* (orang pengisi unit staf, pemberi jasa tidak langsung kepada organisasi).

### **d) Struktur Organisasi**

Organisasi ada untuk mencapai tujuan. Tujuan ini dipecah menjadi tugas sebagai dasar untuk pekerjaan. Pekerjaan dikelompokkan ke dalam departemen. Departemen dalam organisasi dapat ditandai dengan pemasaran, penjualan, periklanan, manufaktur, dan sebagainya.

#### o Struktur Sederhana

Struktur ini dikarakteristikan oleh hal-hal yang bukan sebenarnya ketimbang sebenarnya. Struktur sederhana tidak rumit, kompleksitas rendah, sedikit *formalistic* dan

mempunyai wewenang yang desentralisasi pada seseorang, cepat, fleksibel dan membutuhkan sedikit biaya untuk pemeliharannya.

- Birokrasi Mesin

Birokrasi mesin mempunyai tugas dengan rutinitas yang sangat tinggi. Peraturan diformulasi dengan *rigid*, tugas dikelompokkan ke dalam departemen-departemen fungsional, wewenang tersentralisasi, pengambilan keputusan yang mengikuti rantai komando dan perbedaan yang tajam antara aktivitas lini dan staf.

- Birokrasi Profesional

Birokrasi profesional merupakan jenis organisasi yang menggabungkan antara sistem desentralisasi dengan sistem standarisasi. Artinya dalam pelaksanaan tugas, pimpinan *strategic apex* mendesentralisasikan kepada para ahli spesialis *operating core*, dengan standarisasi-standarisasi yang jelas *Strategic Apex Middle Line Technostructure Support Staff Operating Core* Bagian A Bagian B Bagian C Bagian ... dst. dan terukur dan telah dibuat sebelumnya, sehingga pelaksanaan tugas tidak keluar dari standar yang telah ditentukan. Kekuatan organisasi profesional ini terletak pada fungsi *operating core* karena mempunyai otonomi yang diberikan melalui desentralisasi untuk menerapkan keahlian mereka. *operating core* diisi oleh orang-orang yang mempunyai keahlian spesialis tertentu

- Struktur Divisional

Struktur divisional adalah sejumlah unit yang otonom artinya diberikan kewenangan untuk melaksanakan kegiatan yang sudah distandarisasi yang dikoordinasi secara terpusat oleh sebuah kantor pusat. Karena divisi-divisi tersebut berdiri sendiri, maka manajemen tingkat menengah para manajer divisi diberi kewenangan kontrol supervisi yang cukup besar

- o *Adhocracy*

Adhokrasi (*adhocracy*) merupakan sebuah struktur yang rendah dalam hal kompleksitas, formalisasi dan sentralisasi. *Adhocracy* juga dipahami sebagai bentuk informal organisasi yang fleksibel dan adaptif yang lemah akan struktur formal. Struktur organisasi ini bersinonim dengan struktur organik, sehingga struktur ini memiliki beberapa ciri: diferensiasi horizontal tinggi, diferensiasi vertikal rendah, formalisasi rendah, desentralisasi dan fleksibilitas tinggi dan kemampuan bereaksi tinggi.<sup>13</sup> Dikatakan diferensiasi horizontal besar, sebab struktur *adhocracy* memiliki banyak profesional dengan tingkat keahlian yang tinggi. Sedangkan diferensiasi vertikalnya rendah, sebab pemangkasan tingkat administrasi yang membatasi kemampuan berorganisasi yang bersangkutan dalam beradaptasi. Kebutuhan akan supervisi dalam struktur ini rendah sebab banyaknya profesional yang telah mampu menginternalisasi perilaku-perilaku yang diinginkan oleh pihak manajemen. Tidak banyak aturan dalam struktur *adhocracy*, bahkan peraturan yang ada cenderung bersifat lepas dan tidak tertulis. Sebab fleksibilitas yang dimaksud menuntut tidak adanya formalisasi. Di samping itu, agar cepat dan fleksibel maka pengambilan keputusan dalam *adhocracy* didesentralisasi.

**e) Bentuk-Bentuk Organisasi**

Bentuk-bentuk organisasi dapat berupa: organisasi garis, organisasi garis dan staf, organisasi fungsional, organisasi matriks, dan organisasi proyek (Heidjrachman Ranupandojo, 1990):

a. Organisasi garis

Organisasi garis merupakan bentuk tertua organisasi dan paling sederhana. Biasanya terdapat dalam organisasi yang relatif kecil. Struktur ini tidak cocok digunakan dalam organisasi yang besar karena kompleks dan luasnya bidang garapan yang harus ditangani organisasi sehingga memerlukan adanya pendelegasian wewenang kepada bawahannya. Dalam struktur organisasi garis anggotanya relatif sedikit dan sebagai pimpinan puncak organisasi biasanya adalah pemiliknya atau pemegang saham yang paling besar. Struktur organisasi garis disebut juga struktur organisasi militer. Ciri-cirinya adalah satu orang bawahan hanya memiliki seorang atasan, jadi dia hanya menerima perintah kerja.

**Kelebihannya** adalah: 1) Proses pengambilan keputusan dapat berjalan dengan cepat karena jumlah yang perlu diajak berkonsultasi masih sedikit; 2) Rasa solidaritas para anggota pada umumnya masih besar dan masih saling kenal; 3) Rasa disiplinnya masih tinggi. Adapun **kekurangannya** adalah: 1) Tujuan organisasi sama, satu paling sedikit didasarkan atas tujuan pribadi pimpinan tertinggi dalam organisasi; 2) Kecenderungan bagi pimpinan organisasi untuk bertindak diktatoris/otokratis cukup besar karena dipandang sebagai milik pribadi dan oleh karenanya kemauannya yang secara tepat harus dituruti; 3) Seluruh organisasi terlalu bergantung pada seseorang sehingga kalau seseorang itu tidak mampu melaksanakan tugasnya, maka seluruh organisasi itu terancam oleh ketidaklangsungan kehidupannya; 4) Kesempatan bagi para karyawan untuk mengembangkan spesialisasi sangat terbatas.

b. Organisasi garis dan staf

Organisasi ini terdiri atas dua kelompok orang-orang yang berpengaruh dalam menjalankan roda organisasi. Kelompok pertama menjalankan tugas-tugas pokok organisasi untuk

mencapai tujuan, yang ditempatkan dalam kotak-kotak garis (line), sedangkan kelompok yang kedua, melakukan tugas-tugas berdasarkan keahliannya yang disebut staf. Staf dapat memberikan saran-sarannya kepada unit operasional. Staf juga memberikan pengaruh dalam pelaksanaan.

Ciri-cirinya sama dengan organisasi garis hanya ditambah adanya staf yang berfungsi memberikan nasihat atau pertimbangan-pertimbangan kepada pimpinan. **Kelebihannya** adalah: 1) Ada pembagian tugas yang jelas antara orang-orang yang melaksanakan tugas-tugas pokok dan tugas-tugas penunjang; 2) Bakat yang berbeda-beda dari pada para anggota organisasi dapat dikembangkan menjadi suatu spesialisasi; 3) Koordinasi mudah dijalankan dalam setiap kelompok dari kedua golongan karyawan itu; 4) Disiplin serta moral biasanya tinggi karena tugas yang dilaksanakan oleh seorang sesuai dengan bakat keahlian, pendidikan dan pengalamannya; 5) Bentuk organisasi ini dapat dipergunakan oleh setiap organisasi yang bagaimanapun besarnya, apapun tujuannya dan betapapun kompleksnya struktur organisasi.

Adapun **kekurangannya** adalah: 1) Bagi para pelaksana tingkat operasional tidak selalu jelas yang mana perintah, yang mana nasihat. Artinya orang-orang lini dihadapkan pada dua macam atasan. Pertama, atasan yang telah ditentukan dalam garis komando, yang mempunyai hak memerintah. Kedua, para pelaksana operasional itu dihadapkan pula kepada pimpinan staf, yang meskipun hanya berhak memberikan nasihat, yang perlu pula ditaati karena nasihat itu didasarkan kepada keahlian dan wewenang fungsional; dan 2) Perintah dari hierarki lini tidak selalu seirama dengan nasihat dari hierarki staf, karena belum tentu kedua macam hierarki memandang suatu hal dari kaca mata yang sama.

c. Organisasi fungsional

Organisasi fungsional adalah organisasi yang pembagian tugas atas para pejabatnya disesuaikan dengan bidang

keahliannya. Organisasi ini tidak terlalu menekankan pada hierarki struktural, namun lebih menekankan pada sifat dan macam fungsi yang akan dilaksanakan. Cirinya adalah seorang bawahan dapat menerima perintah dari banyak atasan. Contohnya organisasi bengkel. Seorang tukang las, dapat menerima perintah dari banyak departemen yang memerlukan jasa mengelas.

**Kelebihannya** adalah: 1) Spesialisasi para karyawannya dipergunakan semaksimal mungkin; 2) Solidaritas antara orang-orang yang menjalankan fungsi yang sama pada umumnya tinggi; 3) Moral serta disiplin orang-orang yang menjalankan fungsi yang sama pada umumnya tinggi; dan 4) Koordinasi antara orang-orang dalam satu fungsi mudah dijalankan. **Kekurangannya**: 1) Orang menspesialisasikan diri dalam satu bidang kegiatan tertentu sehingga sukar untuk mengadakan *tour of duty* dan *tour of area* tanpa melalui pendidikan yang intensif lebih dahulu dan 2) Orang-orang yang bergerak dalam satu bidang fungsi tertentu terlalu mementingkan fungsinya saja sehingga koordinasi yang bersifat menyeluruh sukar untuk dijalankan. Bentuk organisasi Fungsional adalah bentuk di mana pimpinan dan para pelaksana dibentuk dalam kelompok-kelompok yang bersifat panitia.

#### d. Organisasi matriks

Organisasi matriks merupakan penyempurnaan dari organisasi fungsional. Orang-orang yang ditugaskan dalam setiap sel tidak hanya termasuk dalam organisasi fungsional, tetapi juga dalam organisasi produk. Cirinya adalah dalam organisasi itu terjadi kontak koordinasi antarbagian yang ada dalam organisasi. Organisasi matriks menggunakan pendekatan struktural dan fungsional sekaligus (kombinasi).

**Kelebihannya** di antaranya: 1) efisiensi penggunaan manajer-manajer fungsional; 2) luwes menghadapi perubahan dan ketidakpastian; 3) keunggulan teknis; 4) meningkatkan motivasi kerja; 5) pengembangan diri.

**Kekurangannya:** 1) terjadinya konflik karena adanya pertanggungjawaban ganda yang dapat menimbulkan kebingungan dan kebijakan-kebijakan yang kontradiktif serta pertentangan kekuasaan yang mengarah pada perdebatan atas suatu kegiatan; 2) memerlukan koordinasi vertikal dan horizontal; 3) memerlukan lebih banyak keterampilan antarpribadi; 4) sangat mahal diterapkan; 5) mengandung risiko timbulnya anarki.

e. Organisasi proyek

Cirinya adalah apabila tujuan proyek sudah selesai, maka organisasi ini akan segera dibubarkan. Jadi sifat organisasinya hanya sementara saja, yaitu selama proyeknya berjalan. Dalam sudut formalitas, ada dua bentuk organisasi, yaitu organisasi formal dan organisasi informal.

- Dalam organisasi formal terdapat pembagian tugas yang jelas terumuskan, sedangkan organisasi informal tidak memiliki pembagian tugas yang tegas.
- Dalam organisasi formal terdapat mata rantai perintah yang tegas, sebaliknya dalam organisasi informal tidak terdapat mata rantai perintah yang tegas.
- Organisasi formal memiliki rencana kerja yang jelas, organisasi informal tidak memiliki rencana kerja yang jelas.
- Organisasi formal memiliki departemen-departemen, sedangkan organisasi informal tidak dibagi ke dalam departemen.
- Organisasi formal memiliki tingkatan-tingkatan manajemen yang jelas, sedangkan dalam organisasi informal tidak memilikinya.



## 6. Evaluasi

Jawablah pertanyaan berikut ini dengan benar dan tepat!

No	Pertanyaan
1.	Deskripsikan peran aspek manajemen dan organisasi dalam studi kelayakan bisnis!
2.	Apa yang Anda ketahui tentang manajemen proyek?
3.	Pertimbangan-pertimbangan apa saja yang diambil dalam melaksanakan manajemen proyek? Sebutkan!
4.	Jelaskan kapan MSDM mulai berperan dalam suatu kegiatan bisnis!
5.	Mengapa sumber daya manusia dalam suatu perusahaan perlu pengembangan karier? Jelaskan!
6.	Deskripsikan bagaimana merencanakan kebutuhan sumber daya manusia dalam suatu bisnis!
7.	Pertimbangan apa saja dalam melakukan rekrutmen karyawan dan penempatannya!
8.	Tuliskan 6 faktor yang memengaruhi desain struktur organisasi!

## **BAB 7**

# **KAJIAN ASPEK EKONOMI DAN SOSIAL**

### **1. Capaian Pembelajaran**

Setelah mempelajari Pokok Bahasan ini mahasiswa diharapkan mampu:

- a) Mendeskripsikan definisi/pengertian aspek ekonomi dan sosial.
- b) Menjelaskan berbagai dampak ekonomi dari pembangunan proyek atau bisnis yang baru.
- c) Menganalisis berbagai pendekatan menghitung pendapatan nasional.
- d) Menjelaskan berbagai dampak sosial dari pembangunan proyek atau bisnis baru.

### **2. Pengertian Aspek Ekonomi dan Sosial**

Dalam studi kelayakan bisnis, aspek ekonomi dan sosial menjadi hal yang penting dilihat untuk mengetahui pengaruh apa yang akan terjadi dengan adanya perusahaan, khususnya di bidang perekonomian masyarakat tempatan dan bidang sosial kemasyarakatan. Setiap usaha yang dijalankan memiliki dampak positif dan negatif bagi banyak pihak.

Bagi masyarakat, ditinjau dari aspek ekonomi adanya investasi dapat memberikan peluang untuk meningkatkan pendapatan, sedangkan bagi pemerintah baik pusat maupun daerah, akan memberikan pemasukan berupa pendapatan. Dalam Aspek ekonomi dan sosial perlu ditelaah apakah keberadaan suatu proyek atau usaha akan memberikan manfaat secara ekonomi dan sosial kepada berbagai pihak atau bahkan sebaliknya.

Infrastruktur ekonomi merupakan jenis infrastruktur yang secara langsung mendorong kegiatan ekonomi masyarakat berupa infrastruktur fisik, yang digunakan dalam proses produksi dan distribusi serta yang dimanfaatkan oleh masyarakat secara luas. Infrastruktur ekonomi meliputi semua prasarana umum, berupa tenaga listrik, telekomunikasi, perhubungan, irigasi, air bersih, dan sanitasi, serta pembuangan limbah. Adapun infrastruktur sosial adalah jenis infrastruktur yang mendukung kesejahteraan sosial, meliputi prasarana kesehatan dan pendidikan dan lain-lain (Gultom dan Tini, 2020).

Berbicara mengenai perubahan sosial, kita membayangkan sesuatu yang terjadi setelah jangka waktu tertentu, kita berurusan dengan perbedaan keadaan yang diamati antara sebelum dan sesudah jangka waktu tertentu, untuk dapat mengetahuinya harus diketahui dengan cermat meski terus berubah.

Rogers dkk., mengemukakan bahwa perubahan sosial adalah suatu proses yang melahirkan perubahan-perubahan di dalam struktur dan fungsi dari suatu sistem kemasyarakatan. Sedangkan Soemarjan dan Soemardi mengemukakan bahwa perubahan sosial diartikan sebagai suatu variasi dari cara-cara hidup yang telah diterima, baik karena perubahan-perubahan kondisi geografis, kebudayaan material, komposisi penduduk, ideologi, maupun karena adanya difusi atau penemuan-penemuan baru dalam masyarakat tersebut.

### **3. Dampak Ekonomi**

Pembangunan proyek dan bisnis baru tertentu membawa manfaat ekonomi. Secara umum, dampak ekonomi suatu usaha atau investasi baru terdiri dari (Hidayat, 2020):

1. Peningkatan ekonomi dan rumah tangga melalui:
  - Peningkatan tingkat pendapatan keluarga, suatu investasi memberikan peningkatan pendapatan

masyarakat, terutama bagi masyarakat yang diterima bekerja di lokasi pabrik maupun bekerja di luar lokasi pabrik dengan cara berdagang atau lainnya.

- Perubahan pola hidup, perubahan ini akan terjadi terutama pada wilayah di mana proyek atau suatu usaha baru berlokasi. Misalnya semula masyarakat hidup dari pertanian akan beralih menjadi karyawan pabrik.
- Perubahan pola nafkah ganda, masyarakat yang berada di sekitar lokasi usaha di samping tetap mempertahankan pekerjaan semula seperti bertani, mereka juga akan bekerja sebagai karyawan atau buruh lepas harian sehingga memperoleh penghasilan ganda.
- Peningkatan jumlah dan ragam produk, pembangunan proyek atau bisnis baru akan meningkatkan ketersediaan jumlah dan ragam barang serta jasa di masyarakat. Sehingga masyarakat memiliki banyak pilihan produk.
- Peningkatan kesempatan kerja bagi masyarakat sekaligus mengurangi pengangguran. Hal ini dikarenakan setiap proyek/usaha baru yang didirikan akan membutuhkan tenaga kerja tambahan.
- Peningkatan kuantitas dan kualitas infrastruktur, dengan dibukanya suatu proyek atau bisnis suatu wilayah dapat pula meningkatkan ketersediaan sarana dan prasarana umum bagi masyarakat luas maupun pemerintah. Pembangunan jalan, listrik, telepon, sekolah, rumah ibadah, rumah sakit, pusat perbelanjaan dan sarana hiburan merupakan contoh kegiatan sebagai dampak ekonomi pembangunan proyek atau bisnis baru.

2. Menggali, mengatur dan menggunakan ekonomi sumber daya alam melalui:
  - Pemilikan dan penguasaan sumber daya alam yang teratur berdasarkan luas lahan dan jangan sampai masyarakat kehilangan kesempatan.
  - Penggunaan lahan yang efisien dan efektif yang benar-benar memberikan manfaat kepada berbagai pihak.
  - Peningkatan nilai tambah sumber daya alam.
  - Peningkatan sumber daya alam lainnya yang belum terjamah, terutama untuk wilayah-wilayah yang masih terisolir.
3. Meningkatkan perekonomian pemerintah baik lokal maupun regional melalui:
  - Menambah peluang dan kesempatan kerja dan berusaha bagi masyarakat.
  - Memberikan nilai tambah proses manufaktur.
  - Menambah jenis dan jumlah aktivitas ekonomi nonformal di masyarakat.
  - Pemerataan distribusi pendapatan.
  - Menimbulkan efek ganda ekonomi
  - Peningkatan Produk Domestik Bruto.
  - Peningkatan Pendapatan Asli Daerah.
  - Menambah pusat-pusat pertumbuhan ekonomi di daerah tertentu.
  - Menyediakan fasilitas umum yang sangat dibutuhkan masyarakat.
  - Menghemat devisa apabila produk dan jasa dihasilkan dapat mengurangi pemakaian impor barang dan jasa dari luar negeri.
  - Memperoleh pendapatan berupa pajak dari sumber-sumber yang dikelola oleh perusahaan, baik pendapatan penjualan maupun pajak lainnya.

#### 4. Pengembangan wilayah melalui:

- Peningkatan pemerataan pembangunan. Proyek-proyek pemerintah menetapkan wilayah atau daerah tertentu hanya boleh dibuka sesuai dengan tujuan. Tujuannya adalah pemerataan pembangunan dan pembukaan wilayah yang selama ini terisolasi.
- Peningkatan persatuan dan kesatuan bangsa, di mana setiap proyek baru mengakibatkan tersedianya tenaga kerja dari berbagai wilayah.
- Lingkungan pergaulan yang terbuka. Pembukaan suatu wilayah akan mengundang pendatang dari daerah lain, sehingga terbina lingkungan pergaulan antarberbagai suku bangsa.
- Membuka isolasi wilayah dan cakrawala bagi penduduk. Daerah yang tadinya terpencil akan menjadi terbuka, begitu pula penduduk di sekitarnya menjadi lebih mengenal lingkungan sekitarnya.

Dengan makin majunya zaman dan pesatnya pembangunan ternyata membawa dampak dan warna tersendiri bagi kehidupan manusia, di mana pemenuhan kehidupannya berupa sandang, pangan tidak lagi sesederhana dulu. Telah terjadi pergeseran antara kebutuhan sekarang dengan kebutuhan yang lalu. Pada masa kondisi perekonomian yang marak yang makin di tandai oleh makin berkembangnya sektor industri, terutama manufaktur (pengolahan), maka kebutuhan manusia pun semakin berkembang (bergeser) yaitu kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Konsumsi pangan dan sandang tidak lagi mengenyangkan perut dan melindungi/menutupi badan. Akan tetapi telah dijadikan simbol masyarakat tertentu yang menunjukkan status dan kekayaan.

Berdasarkan kajian di atas, dapat disimpulkan bahwa jika dilihat dari aspek ekonomi, komponen yang penting untuk bisa ditelaah adalah:

- a) Ekonomi rumah tangga (tingkat pendapatan, pola hidup, dan pola nafkah ganda).
- b) Ekonomi sumber daya alam (pola pemilikan dan penguasaan sumber daya alam lainnya).
- c) Perekonomian lokal dan regional (kesempatan kerja dan berusaha, memberikan nilai tambah dan proses manufaktur, jenis dan jumlah aktivitas ekonomi nonformal, distribusi pendapatan, efek ganda ekonomi, Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), Pendapatan Asli Daerah (PAD), pusat-pusat pertumbuhan ekonomi, fasilitas umum dan fasilitas sosial, aksesibilitas wilayah).
- d) Pengembangan wilayah.

Penilaian kelayakan bisnis dari aspek ekonomi dapat dilihat dari apakah proyek atau bisnis baru tersebut memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan nasional atau daerah melalui peningkatan PDB dan PAD. Hal ini menunjukkan bahwa investasi akan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan secara nasional dan pendapatan daerah.

Untuk menghitung pendapatan nasional, dapat dilakukan melalui 3 (tiga) pendekatan yaitu (Muhammad, 2018):

1. Pendekatan produksi (*production approach*)

Dalam pendekatan produksi, pendapatan nasional adalah jumlah nilai tambah produk (barang dan jasa) yang dihasilkan oleh semua sektor ekonomi di sebuah negara. Dalam kaitan ini, perekonomian dikelompokkan secara garis besar menjadi beberapa sektor ekonomi atau lapangan usaha. Jumlah sektor ekonomi atau lapangan usaha untuk keperluan penghitungan pendapatan nasional ini bervariasi antarnegara, bahkan antarwaktu di satu negara yang sama.

Pada umumnya lapangan usaha (sektor ekonomi) dalam perekonomian. Pada umumnya lapangan usaha (sektor ekonomi) untuk menghitung pendapatan nasional adalah (Hidayat, 2020):

- a) Pertanian, peternakan, kehutanan dan perikanan.
- b) Pertambangan dan penggalian.
- c) Industri pengolahan.
- d) Listrik, jasa dan air minum.
- e) Bangunan.
- f) Perdagangan, hotel, dan restoran.
- g) Pengangkutan dan komunikasi.
- h) Bank dan lembaga keuangan lainnya.
- i) Sewa rumah.
- j) Pemerintah dan pertahanan.
- k) Jasa-jasa lainnya.

2. Pendekatan pengeluaran (*expenditure approach*).

Dalam metode pendapatan, pendapatan nasional adalah jumlah pendapatan yang diterima oleh seluruh sektor di dalam perekonomian sebuah negara. Untuk konteks ini, perekonomian digolong-golongkan menjadi empat sektor penerima pendapatan. **Keempat** sektor dimaksud adalah sektor rumah tangga (*household sector*), sektor bisnis atau perusahaan (*business sector*), sektor pemerintah (*the central government sector*), serta sektor perdagangan dengan pihak luar negeri (*foreign trade sector*). Dalam metode pengeluaran, pendapatan nasional adalah jumlah pengeluaran yang dibelanjakan oleh seluruh sektor di dalam perekonomian. Dalam kaitan ini, perekonomian dikelompokkan menjadi empat sektor yang sama seperti penyektoran dalam metode pendapatan. Pengeluaran yang dimaksud dalam kategori ini adalah:

- a) Pengeluaran konsumsi rumah tangga.
- b) Pengeluaran konsumsi investasi pemerintah.
- c) Pengeluaran pengusaha untuk investasi.
- d) Ekspor impor.



### 3. Pendekatan pendapatan (*income approach*)

Pelaku ekonomi di sektor rumah tangga adalah orang perorangan atau rumah-rumah tangga. Pelaku di sektor bisnis adalah perusahaan-perusahaan. Adapun pelaku di sektor pemerintah ialah pemerintah pusat negara yang bersangkutan. Pengeluaran agregat sektor rumah tangga tercermin dari pengeluaran konsumsi masyarakat atau penduduk, yakni bagian dari pendapatan yang tidak ditabung. Pengeluaran agregat sektor rumah tangga dilambangkan dengan huruf C, inisial dari *consumption expenditure*. Pengeluaran agregat sektor bisnis diwakili oleh nilai investasi yang dibelanjakan oleh perusahaan-perusahaan (*investment expenditure*), dilambangkan dengan I. Pengeluaran agregat sektor pemerintah maksudnya ialah belanja rutin pemerintah (*government expenditure*), diisyaratkan dengan G. Dengan demikian, pendapatan nasional (Y), berdasarkan pendekatan pengeluaran dapat dirumuskan sebagai:

$$Y = C + I + G \text{ [01]}$$

Dalam rumusan [01] ini tersirat bahwa perekonomian negara bersifat tertutup, tidak ada hubungan ekonomi dengan pihak luar negeri atau negara lain. Apabila perekonomian bersifat terbuka, terdapat ekspor (X) dan impor (M), maka rumus perhitungan Y menjadi:

$$Y = C + I + G + (X - M) \text{ [02]}$$

Rumusan [01] dan [02] merupakan 'model dasar' makroekonomi. Model dasar tersebut sangat populer di kalangan para ekonom dan mahasiswa ekonomi. Akademisi, peneliti, dan pengambil keputusan jajaran pemerintahan menggunakannya sebagai alat analisis dan landasan kebijakan makroekonomi.

Model dasar  $Y=C+I+G$  menunjukkan keseimbangan antara permintaan agregat dan penawaran agregat. Pengeluaran konsumsi sektor rumah tangga (C) mencerminkan nilai segala macam barang dan jasa yang diminta oleh (*demande* *by*) penduduk sebuah negeri. Pengeluaran investasi oleh sektor bisnis (I) sama maknanya dengan nilai barang dan jasa yang diminta oleh perusahaan-perusahaan. Adapun G mencerminkan nilai segala macam barang dan jasa yang diminta oleh pemerintah. Ruas kanan model ini (C+I+G) yang merupakan jumlah pengeluaran agregat tak lain adalah nilai permintaan agregat, yaitu nilai permintaan akan segala macam barang dan jasa oleh semua sektor di sebuah negara. Sementara sisi kiri model (yaitu Y) mencerminkan nilai penawaran agregat, nilai segala macam barang dan jasa yang ditawarkan atau dipasok oleh semua sektor di sebuah negara. Adapun jenis pendapatan yang diterima, yaitu (Hidayat, 2020):

- a) Gaji dan upah.
- b) Sewa, bunga dan pendapatan lainnya.
- c) Pajak tidak langsung.
- d) Penyusutan.
- e) Laba (keuntungan).

### Contoh Soal

Berdasarkan informasi yang diberikan pada soal diperoleh data berikut: Pengeluaran Konsumsi = Rp. 25.000.000 (C)

Investasi Pengusaha = Rp. 10.000.000 (I)

Konsumsi Pemerintah = Rp. 30.000.000 (G)

Ekspor = Rp.17.000.000 (X)

Impor = Rp. 7.000.000 (M)

Pengeluaran pemerintah berdasarkan pendekatan pengeluaran

$$Y = C + I + G + (X - M)$$

$$Y = 25,000,000 + 10,000,000 + 30,000,000 + (17,000,000 - 7,000,000)$$

$$Y = 65,000,000 + 10,000,000$$

$$Y = 75,000,000$$

#### 4. Dampak Sosial

Selain manfaat ekonomi sebagaimana dikemukakan sebelumnya, dampak sosial dari adanya suatu proyek atau investasi baru (Hidayat, 2020), meliputi:

1. Perubahan demografi melalui:
  - Perubahan struktur penduduk menurut kelompok umur, jenis kelamin, mata pencaharian, pendidikan dan agama.
  - Perubahan tingkat kepadatan penduduk.
  - Pertumbuhan penduduk, tingkat kelahiran, tingkat kematian bayi dan pola migrasi.
  - Perubahan komposisi tenaga kerja baik tingkat partisipasi angkatan kerja baik tingkat partisipasi angkatan kerja maupun tingkat pengangguran.
2. Perubahan budaya yang meliputi terjadinya:
  - Perubahan kebudayaan melalui perubahan adat istiadat, nilai dan norma budaya setempat.
  - Adanya proses sosial baik proses asosiatif/kerja sama, proses disosiatif/konflik sosial, akulturasi, asimilasi dan integrasi maupun aktivitas sosial lainnya.
  - Perubahan pranata sosial/kelembagaan masyarakat di bidang ekonomi seperti hak ulayat, pendidikan, agama dan keluarga.
  - Perubahan warisan budaya seperti pengrusakan situs purbakala maupun cagar budaya.
  - Perubahan pelapisan sosial berdasarkan pendidikan, ekonomi, pekerjaan dan kekuasaan.
  - Perubahan kekuasaan dan kewenangan melalui kepemimpinan formal dan informal, mekanisme

pengambilan keputusan di kalangan individu yang dominan, pergeseran nilai kepemimpinan.

- Perubahan sikap dan persepsi masyarakat terhadap rencana usaha dan atau kegiatan.
3. Perubahan kesehatan masyarakat meliputi terjadinya:
- Perubahan parameter lingkungan yang terkena dampak rencana pembangunan dan berpengaruh terhadap kesehatan.
  - Perubahan proses dan potensi terjadinya pencemaran.
  - Perubahan potensi besarnya dampak timbulnya penyakit, seperti peningkatan angka kesakitan dan kematian.
  - Perubahan karakteristik spesifik penduduk yang berisiko terjadi penyakit.
  - Perubahan sumber daya kesehatan masyarakat.
  - Perubahan kondisi sanitasi lingkungan.
  - Perubahan status gizi masyarakat.
  - Perubahan kondisi lingkungan yang dapat mempermudah proses penyakit.

## 5. Evaluasi

Jawablah pertanyaan berikut ini dengan benar dan tepat!

No	Pertanyaan
1.	Jelaskan pengertian aspek ekonomi dan sosial dan bagaimana pentingnya terhadap studi kelayakan bisnis!
2.	Tuliskan masing-masing 5 dampak dari segi ekonomi dan sosial dalam kaitannya dengan studi kelayakan bisnis!
3.	Jelaskan 3 metode perhitungan pendapatan nasional!
4.	Deskripsikan dampak positif dan negatif adanya usaha baru pada suatu daerah!
5.	Hitunglah pendapatan nasional menggunakan metode pengeluaran, jika diketahui: Konsumsi Masyarakat = Rp10,000 Investasi Pengusaha = Rp15,000 Pengeluaran Pemerintah = Rp20,000

No	Pertanyaan
	Ekspor barang & Jasa = Rp16,000 Impor barang & jasa = Rp5,000
6.	Bagaimana perekonomian suatu negara jika PDB lebih besar daripada PNB?
7.	Jelaskan definisi dari: a) Produk Nasional Bruto (PNB) b) Produk Nasional Neto (PNN) c) Pendapatan Perseorangan (PP) d) Pendapatan per kapita

## **BAB 8**

# **KAJIAN ASPEK LINGKUNGAN HIDUP**

### **1. Capaian Pembelajaran**

Setelah mempelajari pokok bahasan ini, mahasiswa diharapkan mampu:

- a) Menguraikan pengertian dampak lingkungan hidup.
- b) Menjelaskan definisi rona lingkungan hidup.
- c) Memahami metode dan teknik prakiraan AMDAL.
- d) Menjelaskan ruang lingkup dan metode analisis data dalam AMDAL.
- e) Memahami sistematika penyusunan dokumen AMDAL.

### **2. Pengertian Aspek Lingkungan Hidup**

Adapun pelestarian dan peningkatan fungsi dan daya dukung lingkungan hidup (Yusyanti, 2012) meliputi:

- a) menetapkan kawasan strategis nasional berfungsi lindung;
- b) mencegah pemanfaatan ruang di kawasan strategis nasional yang berpotensi mengurangi fungsi lindung kawasan;
- c) membatasi pemanfaatan ruang di sekitar kawasan strategis nasional yang berpotensi mengurangi fungsi lindung kawasan;
- d) membatasi pengembangan prasarana dan sarana di dalam dan di sekitar kawasan strategis nasional yang dapat memicu perkembangan kegiatan budi daya;
- e) mengembangkan kegiatan budi daya tidak terbangun di sekitar kawasan strategis nasional yang berfungsi sebagai zona penyangga yang memisahkan kawasan lindung dengan kawasan budi daya terbangun;

- f) merehabilitasi fungsi lindung kawasan yang menurun akibat dampak pemanfaatan ruang yang berkembang di dalam dan di sekitar kawasan strategis nasional.

Langkah-langkah pengarusutamaan pembangunan yang berwawasan lingkungan dan pembangunan berkelanjutan bagi seluruh sektor ditempuh dalam setiap kebijakan pembangunan dalam rangka menciptakan terjaminnya keseimbangan dan kelestarian fungsi SDA dan lingkungan hidup di masa mendatang (Yusyanti, 2012). Mewujudkan kondisi pengelolaan SDA dan lingkungan hidup yang berkesinambungan bukanlah merupakan hal yang mudah antara lain karena upaya pencegahan eksploitasi berlebihan yang mengakibatkan kerusakan lingkungan hidup terhambat dengan pelaksanaan penegakan hukum yang lemah. Tidak dapat dimungkiri, hingga saat ini belum ada kasus perusakan lingkungan yang telah mendapat penanganan hukum yang sesuai dengan rasa keadilan masyarakat. Hambatan lain yang dirasakan adalah masih adanya tumpang tindih kewenangan pengelolaan SDA pada sektor-sektor yang saling berkaitan, serta masih adanya tarik ulur kewenangan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Kepedulian umat manusia terhadap lingkungan hidup pada saat ini sudah merupakan kepedulian global dalam rangka kepentingan hidup umat itu sendiri.

Analisis aspek lingkungan hidup dikenal dengan istilah populer Analisis Mengenai Dampak Lingkungan Hidup (AMDAL). AMDAL secara khusus meliputi dampak lingkungan baik di dalam usaha maupun luar usaha. Keberadaan usaha memengaruhi kegiatan-kegiatan yang berada di sekitar rencana lokasi, baik dampak rencana usaha terhadap kegiatan atau sebaliknya, maupun dampak kumulatif dari rencana usaha yang sudah ada terhadap lingkungan hidup. Analisis mengenai dampak lingkungan hidup, yang selanjutnya disebut AMDAL, adalah kajian

mengenai dampak penting suatu usaha dan/atau kegiatan yang direncanakan pada lingkungan hidup yang diperlukan bagi proses pengambilan keputusan tentang penyelenggaraan usaha dan/atau kegiatan.

AMDAL merupakan salah satu syarat kelayakan usaha yang perlu dilakukan analisis. Hal ini mengingat penanaman investasi akan mengubah lingkungan hidup. Adapun komponen lingkungan hidup yang harus dipertahankan dan dijaga serta dilestarikan fungsinya (Hidayat, 2020) adalah:

- a) sumber daya manusia.
- b) kualitas udara.
- c) keanekaragaman hayati.
- d) Warisan alam dan budaya.
- e) Kenyamanan lingkungan hidup.
- f) Nilai-nilai budaya yang berorientasi dengan lingkungan hidup.
- g) Hutan lindung, hutan konservasi dan cagar biosfer.

Perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup bertujuan:

- a) melindungi wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia dari pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup;
- b) menjamin keselamatan, kesehatan, dan kehidupan manusia;
- c) menjamin kelangsungan kehidupan makhluk hidup dan kelestarian ekosistem;
- d) menjaga kelestarian fungsi lingkungan hidup;
- e) mencapai keserasian, keselarasan, dan keseimbangan lingkungan hidup;
- f) menjamin terpenuhinya keadilan generasi masa kini dan generasi masa depan;
- g) menjamin pemenuhan dan perlindungan hak atas lingkungan hidup sebagai bagian dari hak asasi manusia;
- h) mengendalikan pemanfaatan sumber daya alam secara bijaksana;



- i) mewujudkan pembangunan berkelanjutan; dan
- j) mengantisipasi isu lingkungan global.

Dampak yang akan timbul perlu dicarikan alternatif penyelesaian. Penyelesaian ini harus dipenuhi atau dilengkapi oleh perusahaan yang akan mengkaji aspek lingkungan hidup. Adapun alternatif penyelesaian yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

- 1) Tanah, berupa: a) rehabilitas melalui penghijauan untuk menghindari dampak banjir, longsor atau mengatasi tanah gersang; b) penimbunan terhadap berbagai penggalian yang menyebabkan tanah berlubang.
- 2) Air, berupa: a) memasang saringan air sehingga air yang dikeluarkan dari pembuangan bersih dan sehat; b) membuat saluran pembuangan yang teratur sehingga tidak mengganggu aktivitas masyarakat; c) memberikan obat untuk menetralsir air yang tercemar, seperti bahan-bahan kimia yang dapat mematikan makhluk yang hidup dalam air.
- 3) Udara, berupa: a) memasang saringan udara untuk menghindari asap dan debu atau sumber polusi; b) memasang alat kedap suara untuk mencegah suara bising.
- 4) Karyawan, berupa: a) menggunakan peralatan pengaman seperti masker, baju kerja; b) memberikan asuransi jiwa dan kesehatan kepada setiap pekerja; c) menyediakan tempat kesehatan untuk pegawai perusahaan.
- 5) Masyarakat sekitar, berupa: a) menyediakan tempat kesehatan secara gratis; b) memindahkan masyarakat ke lokasi yang lebih aman dengan penggantian yang wajar jika diperkirakan kondisi proyek benar-benar membahayakan keamanan.

### 3. Rona Lingkungan Hidup

Rona awal lingkungan merupakan kondisi lingkungan yang berupa kondisi alam atau komponen-komponen lingkungan awal sebelum perencanaan dan pembangunan fisik dimulai. Sebelum melakukan kegiatan eksplorasi geotermal, penguraian rona awal lingkungan sangatlah diperlukan sebagai dasar dari upaya pengelolaan dan pemantauan lingkungan (UKL & UPL) dalam meminimalisir dampak yang ditimbulkan.

Rona lingkungan hidup beraneka ragam dalam bentuk, ukuran, tujuan, sasaran dan sebagainya. Rona lingkungan hidup dapat dibedakan menurut letak geografi, keanekaragaman faktor lingkungan hidup dan pengaruh manusia. Oleh karena itu, kemungkinan timbulnya dampak lingkungan hidup berbeda-beda sesuai dengan rona lingkungan yang ada. Beberapa hal yang perlu dicermati dalam rona lingkungan hidup adalah sebagai berikut:

a. Wilayah studi rencana usaha

Perlu mendapatkan perhatian terhadap komponen-komponen lingkungan hidup yang berpotensi terkena dampak penting usaha dan memiliki arti baik ekonomi maupun ekologis.

b. Kondisi kualitatif dan kuantitatif dari berbagai sumber daya alam yang ada di wilayah studi rencana usaha baik yang sudah dan yang akan dimanfaatkan maupun yang masih dalam bentuk potensi, penyajian, kondisi sumber daya alam.

Berikut ini merupakan beberapa contoh komponen lingkungan hidup yang dapat dijadikan pedoman. Pedoman ini dianalisis sesuai hasil dalam AMDAL. Penyusun dapat menelaah komponen lingkungan hidup yang lain diluar dari daftar contoh komponen, bila dianggap penting berdasarkan hasil penilaian lapangan dalam studi AMDAL.

## 1) Fisik Kimia

Komponen fisik kimia yang penting untuk ditelaah di antaranya adalah:

- a) Iklim, kualitas udara dan kebisingan
  - Komponen iklim meliputi tipe iklim, suhu (maksimum, minimum dan rata-rata), kelembaban curah hujan dan jumlah hari hujan, keadaan angin (arah dan kecepatan) serta intensitas radiasi matahari.
  - Data periodik bencana seperti: terjadi angin rebut, banjir bandang dan lain sebagainya.
  - Data yang tersedia dari stasiun meteorologi dan geofisika yang mewakili wilayah studi tersebut.
  - Pola iklim mikro pola penyebaran bahan pencemar udara secara umum maupun pada kondisi cuaca buruk.
  - Kualitas udara baik pada sumber maupun daerah di sekitar wilayah studi rencana usaha.
  - Sumber kebisingan dan getaran, tingkat kebisingan serta periode terjadinya.
- b) Fisiografi
  - Topografi bentuk lahan (morfologi) struktur geologi dan jenis tanah.
  - Indikator lingkungan hidup yang berhubungan dengan stabilitas dan stabilitas tanah, terutama ditekankan apabila terjadi gejala ketidakstabilan dan harus diuraikan dengan jelas dan saksama (misalnya: longsor, gempa, kegiatan vulkanis dan sebagainya).
  - Keunikan, keistimewaan dan kerawanan bentuk-bentuk lahan dan batuan secara geologis.
- c) Hidrologi
  - Karakteristik fisik sungai danau dan rawa.
  - Rata-rata debit dekade, bulan, tahunan atau lainnya.
  - Kadar sedimentasi (lumpur) tingkat erosi.
  - Kondisi fisik daerah resapan air.

- Fluktuasi, potensi dan kualitas air tanah (dangkal atau dalam).
  - Tingkat penyediaan dan kebutuhan pemanfaatan air untuk minum, mandi dan cuci atau kebutuhan lainnya.
  - Tingkat penyediaan dan kebutuhan pemanfaatan untuk keperluan lainnya seperti pertanian industri dan lain-lain.
- d) Hidrooseanografi
- Pola hidrodinamika kelautan seperti:
- Pasang surut.
  - Arus dan gelombang/ombak.
  - Morfologi pantai.
  - Abrasi dan akresi serta pola sedimentasi yang terjadi secara alami di daerah penelitian.
- e) Ruang, lahan dan tanah
- Inventarisasi tata guna lahan dan sumber daya lainnya pada saat rencana usaha yang diajukan dan kemungkinan potensi pengembangan di masa datang.
  - Rencana pengembangan wilayah rencana tata ruang (kawasan budi daya seperti pertanian, perkebunan, hutan, perikanan dan lain-lain serta kawasan nonbudi daya seperti hutan lindung, suaka margasatwa, taman nasional dan lainnya).
  - Kemungkinan adanya konflik atau pembatasan yang timbul antara rencana tata guna tanah dan sumber daya alam lainnya yang sekarang berlaku dengan adanya pemilikan atau penentuan lokasi bagi rencana usaha.
  - Inventarisasi estetika dan keindahan bentang alam serta daerah rekreasi yang di wilayah studi rencana usaha.

**2) Biologi**, komponen biologi yang penting untuk ditelaah di antaranya:

a) Flora, terdiri atas:

- peta zona biogeoklimatik dari vegetasi yang meliputi vegetasi seperti sifat-sifat dan kerawannya yang berada di wilayah studi rencana usaha.
- Jenis-jenis vegetasi dan ekosistem yang dilindungi undang-undang yang berada dalam wilayah studi rencana usaha.
- Keunikan dari vegetasi dan ekosistemnya yang berada dalam wilayah studi rencana usaha.

b) Fauna

- Taksiran kelimpahan dan keragaman fauna, habitat, penyebaran pola migrasi, populasi hewan budi daya (ternak) serta satwa dan habitatnya yang dilindungi undang-undang dalam wilayah studi rencana usaha.
- Taksiran penyebaran dan kepadatan populasi hewan invertebrata yang dianggap penting karena memiliki peranan dan potensi sebagai bahan makanan atau sumber hama penyakit.
- Peri kehidupan hewan penting di atas termasuk cara perkembangbiakan, siklus atau daur hidupnya, cara-cara pemijahan, cara bertelur dan beranak, cara memelihara anaknya serta perilaku dalam daerah teritorialnya.

**3) Sosial**, komponen sosial yang penting untuk ditelaah di antaranya:

a) Demografi

- Struktur penduduk menurut kelompok umur, jenis kelamin, mata pencaharian, pendidikan dan agama.
- Tingkat kepadatan penduduk.

- Pertumbuhan (tingkat kelahiran, tingkat kematian bayi dan pola migrasi sirkuler dan permanen).
  - Tenaga kerja (tingkat partisipasi angkatan kerja dan tingkat pengangguran).
- b) Ekonomi
- Ekonomi rumah tangga (tingkat pendapatan, pola nafkah, pola nafkah ganda).
  - Ekonomi sumber daya alam (pola pemilikan dan penguasaan sumber daya alam, pola penggunaan lahan nilai tanah dan sumber daya alam lainnya).
  - Perekonomian lokal dan regional (kesempatan kerja dan berusaha, nilai tambah dan proses manufaktur, jenis dan jumlah aktivitas ekonomi nonformal, distribusi pendapatan, efek ganda ekonomi, produk domestik regional bruto, pendapatan asli daerah, pusat pertumbuhan ekonomi, fasilitas umum dan sosial serta aksesibilitas wilayah).
- c) Budaya
- Kebudayaan (adat istiadat, nilai dan norma budaya).
  - Proses sosial (proses asosiatif/kerja sama, proses disosiatif konflik sosial, akulturasi, asimilasi dan integrasi).
  - Pranata sosial/kelembagaan masyarakat di bidang ekonomi (hak ulayat), pendidikan agama, sosial dan keluarga.
  - Warisan budaya (situs purbakala dan cagar budaya).
  - Pelapisan sosial berdasarkan pendidikan, ekonomi dan pekerjaan serta kekuasaan.
  - Kekuasaan dan kewenangan (kepemimpinan formal dan informal, mekanisme pengambilan keputusan di kalangan individu yang dominan, pergeseran nilai kepemimpinan).

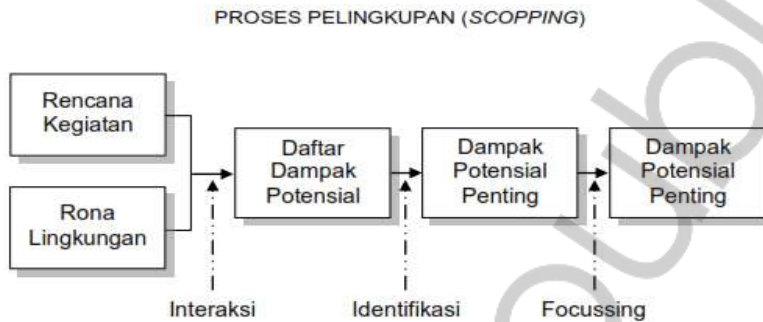
- Sikap dan persepsi masyarakat terhadap rencana usaha.
- Adaptasi ekologis.
- d) Kesehatan masyarakat
  - Parameter lingkungan yang diperkirakan terkendala dampak rencana pembangunan dan berpengaruh terhadap kesehatan.
  - Proses dan potensi terjadinya pemajanan.
  - Potensi besarnya dampak timbulnya penyakit (angka kesakitan dan angka kematian).
  - Karakteristik spesifik penduduk yang berisiko.
  - Sumber dan kesehatan.
  - Kondisi sanitasi lingkungan.
  - Status gizi masyarakat.
  - Kondisi lingkungan yang dapat memperburuk proses penyebaran penyakit.

#### 4. Prakiraan AMDAL

Proses pelingkupan dampak penting dilakukan melalui serangkaian proses sebagai berikut (Indrawati, 2012):

- a. Identifikasi dampak penting dengan menggunakan metode matriks interaksi sederhana, interaksi kelompok, bagan alir, antara kegiatan dengan rona lingkungan hidup.
- b. Evaluasi dampak potensial, dengan menggunakan metode interaksi kelompok untuk mengevaluasi keterkaitan dampak kegiatan proyek dengan lingkungan baik secara primer, sekunder maupun tersier.
- c. Pemusatan dampak penting (*focussting*) yang dilakukan dengan mengelompokkan dampak penting atas beberapa kelompok menurut keterkaitannya satu sama lain, dan kemudian mengurutkan kelompok dampak tadi menurut kepentingannya ditinjau dari aspek ekonomi, sosial dan ekologis.

Secara sistematis proses pelingkupan dalam rangka menentukan dampak penting/isu pokok disajikan pada gambar berikut:



Dalam evaluasi dampak penting digunakan metode diagram alir untuk hubungan kausatif konflik dan matriks evaluasi dampak untuk mengerjakan interaksi antara komponen kegiatan dan komponen lingkungan. Untuk mempermudah evaluasi dampak perlu ditetapkan besarnya dampak, dengan menetapkan kriteria sebagai berikut:

- a) Pentingnya dampak
  - Kurang penting
  - Cukup penting
  - Penting
  - Lebih Penting
  - Sangat Penting
- b) Besarnya dampak
  - Dampak sangat kecil
  - Dampak kecil
  - Dampak sedang
  - Dampak besar
  - Dampak sangat besar

Bahasan besar dampak yang diperoleh dari prakiraan dampak penting, untuk menetapkan jenis dampak besar dan penting, dilakukan evaluasi dampak penting. Tahap evaluasi di dasarkan pada Keputusan kepala Bapedal Nomor Kep-



056 Tahun 1994 dalam (Indrawati, 2012) mengenai 6 (enam) Kriteria dampak penting dilakukan dengan menghubungkan setiap dampak penting sehingga dapat ditentukan penting tidaknya dampak:

- a. Jumlah manusia yang terkena dampak.
- b. Luas wilayah persebaran dampak.
- c. Intensitas dan lamanya dampak berlangsung.
- d. Banyaknya komponen lingkungan lain yang akan terkena dampak.
- e. Sifat kumulatif dampak.
- f. Berbalik atau tidak berbaliknya dampak.

Evaluasi dampak penting merupakan proses penelusuran perilaku dampak dan keterkaitan antarmasing-masing dampak tersebut.

### **1. Identifikasi Dampak Besar Penting**

Metode pendekatan identifikasi dampak besar dan penting dilakukan dengan dua pendekatan yaitu a) metode pendekatan matriks interaksi antara kegiatan dengan komponen lingkungan, dan b) metode pendekatan matriks evaluasi dampak.

- a) Metode pendekatan matriks interaksi antara kegiatan dengan komponen lingkungan Metode pendekatan matriks interaksi ini memadukan tahapan kegiatan pelaksanaan pembangunan pabrik smelter dengan komponen lingkungan yang potensial menerima dampak. Selanjutnya metode ini disajikan pada tabel berikut:

MATRIK EVALUASI PRAKIRAAN DAMPAK

No	Komponen/Sub Komponen Lingkungan	Pra Prakonstruksi		
		Studi Kelayakan	Pembebasan Lahan	Penyusunan tata ruang
A.	Fisik Kimia 1. Kualitas Udara 2. Kualitas Air 3. Kebisingan 4. Lahan/Ruang	+1/1		-1/1
B.	Biologi 1. Flora 2. Fauna 3. Biota Air			
C.	Sosekbud Kesmas 1. Peluang Kerja 2. Peningkatan Pendapatan 3. Keresahan Masyarakat 4. Sikap dan persepsi 5. Kesehatan Masyarakat 6. Konflik Sosial	-1/1 +1/1	-1/1 -1/1	

b) Metode Pendekatan Matriks Evaluasi Prakiraan Dampak dengan Komponen Lingkungan

Metode ini mengarah kepada pemberian nilai/skor yang berhubungan antara komponen lingkungan yang terkena dampak dengan tahap-tahap kegiatan. Selanjutnya disajikan pada tabel berikut ini:

MATRIK EVALUASI PRAKIRAAN DAMPAK

No	Komponen/Sub Komponen Lingkungan	Pra Prakonstruksi		
		Studi Kelayakan	Pembebasan Lahan	Penyusunan tata ruang
A.	Fisik Kimia 1. Kualitas Udara 2. Kualitas Air 3. Kebisingan 4. Lahan/Ruang	+1/1		-1/1
B.	Biologi 1. Flora 2. Fauna 3. Biota Air			
C.	Sosekbud Kesmas 1. Peluang Kerja 2. Peningkatan Pendapatan 3. Keresahan Masyarakat 4. Sikap dan persepsi 5. Kesehatan Masyarakat 6. Konflik Sosial	-1/1 +1/1	-1/1 -1/1	

## **2. Prakiraan dan Penentuan Dampak Besar Penting**

Pada tahap pra konstruksi dilakukan studi kelayakan serta pembebasan lahan, dua kegiatan tersebut tentunya berpengaruh terhadap sikap dan persepsi masyarakat, maka pemrakarsa kegiatan melakukan pengurusan izin lainnya seperti izin prinsip, izin mendirikan bangunan, izin gangguan (HO), SIUP dan sebagainya. Prakiraan dampak yang timbul akibat studi kelayakan ini adalah dengan kepentingan dampak negatif kurang penting (-1) dengan besarnya dampak sangat kecil (1).

## **3. Rencana Pengelolaan Lingkungan (RKL)**

Upaya pengelolaan lingkungan terhadap sikap dan persepsi masyarakat dilakukan berdasarkan pendekatan sosial ekonomi. Pengelolaan keresahan masyarakat dan gangguan keamanan dilakukan dengan:

- a) Melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang maksud dan tujuan pembangunan pabrik.
- b) Memasang pengumuman penerimaan tenaga kerja melalui media massa lokal maupun pengumuman resmi di papan pengumuman Dinas Tenaga Kerja.
- c) Memberikan prioritas penerimaan tenaga kerja lokal sesuai dengan keahlian.
- d) Memberikan bantuan dana untuk pembangunan sarana dan prasarana sosial kemasyarakatan.

## **4. Rencana Pemantauan Lingkungan (RPL)**

Pemantauan sikap dan persepsi masyarakat dapat dilakukan dengan metode pengumpulan dan analisis.

### **Metode pengumpulan**

- Melakukan wawancara dan observasi langsung ke masyarakat di sekitar lokasi kegiatan. Wawancara dilakukan dengan mewancarai orang yang dipilih secara acak, terutama terhadap tokoh masyarakat dan pemuka masyarakat.
- Mendata langsung jumlah tenaga kerja yang diterima.

- Mewancarai masyarakat terhadap jumlah dana yang disalurkan langsung guna pembangunan sarana dan prasarana.

#### **Metode analisis**

Metode analisis dilakukan dengan melakukan inventarisasi dan tabulasi selanjutnya dianalisis secara kuantitatif–deskriptif.

### **5. Ruang Lingkup Studi Penyusunan Dokumen AMDAL**

Ruang lingkup studi meliputi dampak besar penting yang ditelaah, di antaranya:

- Rencana usaha dan atau kegiatan penyebab dampak, terutama komponen yang langsung yang berkaitan dengan dampak yang ditimbulkannya.
- Kondisi rona lingkungan hidup yang terkena dampak lingkungan terutama komponen langsung yang terkena dampak yang ditimbulkan.
- Jenis-jenis kegiatan yang ada di sekitar rencana lokasi beserta dampak yang ditimbulkannya terhadap lingkungan hidup.
- Aspek-aspek yang diteliti sebagaimana yang dimaksud pada butir di atas mengacu pada hasil pelingkupan yang tertuang dalam dokumen kerangka acuan untuk AMDAL.

#### **1) Identitas Pemrakarsa dan Penyusun AMDAL**

Identitas pemrakarsa dan penyusun AMDAL, terdiri dari:

##### **a) Pemrakarsa**

- Nama dan alamat lengkap instansi/perusahaan sebagai pemrakarsa rencana usaha.
- Nama dan alamat lengkap penanggung jawab pelaksanaan rencana usaha.

##### **b) Penyusun AMDAL**

- Nama dan alamat lengkap lembaga/perusahaan dengan kualifikasi dan rujukannya.

- Nama dan alamat lengkap penanggung jawab penyusun AMDAL.

## **2) Wilayah Studi**

Lingkup wilayah studi mencakup pada penetapan wilayah studi yang digariskan dalam kerangka acuan untuk AMDAL dan hasil pengamatan di lapangan. Batas wilayah studi AMDAL yang dimaksud digambarkan pada peta dengan skala yang memadai.

## **3) Pelingkupan Wilayah Studi**

Penetapan lingkup wilayah studi dimaksudkan untuk membatasi wilayah studi sesuai hasil pelingkupan dampak besar dan penting dengan memperhatikan keterbatasan sumber daya, waktu dan tenaga serta sasaran pendapat dan tanggapan dari masyarakat yang berkepentingan. Lingkup wilayah studi AMDAL ditetapkan berdasarkan pertimbangan batas-batas ruang, sebagai berikut:

- a. Batas Proyek, adalah ruang di mana suatu rencana usaha melakukan kegiatan prakonstruksi, konstruksi dan operasi. Dari ruang rencana usaha inilah berdampak sumber terhadap lingkungan hidup di sekitarnya.
- b. Batas Ekologis, adalah ruang persebaran dampak dari rencana usaha menurut media transportasi limbah (air, udara) di mana proses alami yang berlangsung di dalam ruang tersebut diperkirakan akan mengalami perubahan mendasar termasuk dalam ruangan ini adalah ruang sekitar rencana usaha yang secara ekologis memberi dampak terhadap aktivitas usaha.
- c. Batas Sosial, merupakan ruang di sekitar rencana yang merupakan tempat berlangsungnya berbagai interaksi sosial yang mengandung norma dan nilai tertentu yang sudah mapan sesuai dengan proses dinamika sosial suatu kelompok masyarakat.

- d. Batas Administratif, merupakan ruang di mana masyarakat secara leluasa melakukan kegiatan sosial ekonomi dan sosial budaya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dalam usaha. Batas ruang dapat berupa batas administrasi pemerintah atau batas konsesi pengelola sumberdaya alam oleh suatu usaha.
- e. Batas Ruang Lingkup Studi AMDAL, ruang yang merupakan kesatuan dari keempat wilayah di atas. Akan tetapi penentuannya disesuaikan dengan kemampuan pelaksana yang biasanya memiliki keterbatasan sumber data.

## **6. Sistematika Penyusunan Dokumen AMDAL**

Analisis Dampak Lingkungan Hidup (AMDAL) perlu disusun secara sistematis, sehingga dapat:

- a) Langsung mengemukakan masalah penting yang bermanfaat bagi pengambilan keputusan, perencanaan dan pengelolaan.
- b) Mudah dipahami isinya oleh semua pihak termasuk masyarakat.
- c) Menurut uraian singkat tentang:
  - o Rencana usaha dengan berbagai kemungkinan dampak besar dan pentingnya, baik pada tahap prakonstruksi, konstruksi, operasi maupun pascaoperasi.
  - o Keterangan mengenai kemungkinan mengenai kemungkinan adanya kesenjangan data informasi serta berbagai kekurangan dan keterbatasan yang dihadapi selama penyusunan AMDAL.
  - o Hal ini dipandang sangat perlu untuk melengkapi ringkasan.

Kegunaan dan keperluan mengapa rencana usaha dan atau kegiatan harus dilaksanakan baik ditinjau dari segi

kepentingan pemrakarsa maupun dari segi menunjang program pembangunan antara lain:

- a. Penentuan batas-bata lahan yang langsung digunakan oleh rencana usaha harus dinyatakan dengan peta berskala memadai dan memperlihatkan hubungan tata kaitan dan tata letak antara lokasi rencana usaha dengan usaha lainnya seperti pemukiman dan lainnya.
- b. Hubungan antara lokasi rencana usaha dan jarak dan tersedianya sumber daya air dan energi, sumber daya alam hayati dan sumber daya alam nonhayati serta sumber daya manusia yang diperlakukan oleh rencana usaha setelah usaha beroperasi.
- c. Alternatif usaha berdasarkan hasil studi kelayakan bisnis (misal: alternatif lokasi, tata letak bangunan atau sarana pendukung, atau teknologi proses produksi) apabila berdasarkan studi kelayakan terdapat beberapa alternatif lokasi usaha, maka berikan uraian tentang masing-masing alternatif lokasi tersebut.
- d. Tata letak usaha dilengkapi dengan peta, yang berskala memadai memuat informasi tentang letak bangunan dan struktur lainnya dalam lokasi rencana usaha serta hubungan bangunan dan struktur tersebut dengan bangunan yang sudah ada di sekitar rencana usaha berupa jalan raya, dermaga dan lain sebagainya.
- e. Tahap pelaksanaan usaha, tahap prakonstruksi, konstruksi, jangka waktu masa operasi, hingga rencana waktu pasca operasi.

Perencanaan usaha adalah sebuah *selling document* yang mengungkapkan daya tarik dan harapan sebuah bisnis kepada penyandang dana potensial. Jadi, perencanaan usaha merupakan dokumen tertulis yang disiapkan oleh seorang wirausaha yang mengembangkan dan menggambarkan semua unsur yang relevan, baik internal maupun eksternal untuk memulai suatu usaha. Di sini

seorang wirausaha diharapkan mampu menggarap perencanaan usaha jangka pendek dan dapat merumuskan untuk mencapai sasaran dan tujuannya. Perencanaan usaha itu harus mencakup berbagai jenis kegiatan, di antaranya:

- a. Mempelajari dan meramalkan masa depan usaha.
- b. Menentukan sasaran beserta fasilitas yang diperlukan dalam usaha.
- c. Membuat program kerja dan perhitungan usaha
- d. Menentukan prosedur kerja di dalam usaha.
- e. Menentukan rencana anggaran usaha.
- f. Membuat kebijaksanaan usaha.

Perencanaan yang baik adalah sebuah proses, bukan hanya sekadar perencanaan. Perencanaan yang baik indikatornya antara lain: a) Sederhana, perencanaan yang baik adalah perencanaan yang mudah dimengerti dan mudah dilaksanakan (mengandung kemudahan dan kepraktisan); b) Spesifik, perencanaan yang baik adalah yang konkret, terukur, spesifik dalam waktu, personalianya dan anggarannya; c) Realistik, perencanaan yang baik adalah perencanaan yang realistik dalam tujuan, anggaran maupun target pencapaian waktunya; d) Komplet atau lengkap, perencanaan yang baik adalah perencanaan yang lengkap semua elemennya.

## **7. Integrasi Hasil Penelitian Ke dalam Pembelajaran**

Berikut adalah salah satu artikel/jurnal hasil Penelitian Dosen Pemula Tahun 2022 yang erat kaitannya dengan **Bab 8. Kajian Aspek Lingkungan Hidup**. Artikel ini *publish* pada *Jurnal ECODEMICA: Ekonomi* Volume 7 Nomor 1, Manajemen dan Bisnis Universitas Bina Sarana Informatika, terindeks Sinta 4.



## **Strategi Peningkatan UMKM Kreatif di Wilayah Terdampak Aktivitas Penambangan Nikel Melalui Pemanfaatan CSR Perusahaan Pertambangan**

*Hendrik<sup>1</sup>, La Sudarman<sup>2</sup>*

*<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Sembilanbelas November Kolaka, Kolaka, Indonesia <sup>2</sup>Program Studi D-4 Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Baubau, Baubau, Indonesia*

### **ABSTRACT**

*The phenomenon of this study is mining companies' involvement in realizing responsibility for the environment, or CSR (corporate social responsibility)., is carried out through the provision of assistance, which only provides short-term problem solving in the form of rehabilitation of people's houses as well as direct assistance in the form of nine staple goods to the community. The purpose of this study is to examine strategies for increasing creative MSMEs utilization of the CSR (corporate social responsibility) program of companies engaged in nickel mining, especially MSME actors in areas affected by mining activities in Pomalaa District, Kolaka Regency. This study uses a qualitative descriptive approach that seeks to understand the various concepts found in the research process through content analysis and library research. The results of the research found that the pattern of increasing creative MSME by mining company CSR funds was carried out through partnership, community, and participatory patterns with several efforts including increasing financial capacity, increasing human resource capabilities, increasing production and technology capabilities, as well as marketing capabilities. By following the technique adopted by PT Aneka Tambang Tbk, the Pomalaa sub-district administration can utilize this research as a guide to establish policies regarding the engagement of mining corporations in fostering the expansion of MSMEs in the Pomalaa sub-district area. The novelty of this study is to examine more deeply the strategies for increasing creative MSMEs in areas affected by mining activities with the CSR (Corporate Social Responsibility) Program.*

## **PENDAHULUAN**

Wabah Covid 19 sampai saat ini masih belum berakhir sejak awal tahun 2020 bahkan saat ini Covid 19 telah bermutasi membentuk Varian baru yang kembali berdampak pada terbatasnya aktivitas masyarakat salah satunya aktivitas dalam bidang ekonomi. Usaha Kecil dan menengah yang berada pada garis terdepan merasakan dampak yang signifikan terhadap penurunan pendapatan bahkan mengalami kebangkrutan karena tidak mampu bertahan dalam kondisi adanya pembatasan, terlebih lagi para pelaku usaha belum memiliki cukup pengetahuan dalam melakukan Inovasi-inovasi untuk mempertahankan usahanya.

Kemampuan dalam berinovasi sangat dibutuhkan oleh para pelaku UMKM dalam meningkatkan kembali perekonomiannya di masa pandemi ini, khususnya masyarakat Kecamatan Pomalaa yang aktivitas perputaran ekonominya sangat besar karena wilayah Pomalaa merupakan salah satu wilayah pertambangan Nikel terbesar di Kabupaten Kolaka Provinsi Sulawesi Tenggara. Terdapat beberapa perusahaan baik Perusahaan BUMN maupun Perusahaan Swasta yang bergerak dalam bidang pertambangan nikel di Pomalaa baik perusahaan skala menengah sampai perusahaan skala besar.

Hadirnya perusahaan tersebut memberikan angin segar terhadap UMKM yang ada di wilayah Kecamatan Pomalaa, karena perusahaan-perusahaan tersebut memiliki kepentingan dalam pemenuhan kebutuhan-kebutuhan operasional perusahaannya. Namun di sisi lain perusahaan-perusahaan tersebut juga memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan masyarakat, karena kegiatan penambangan nikel sangat berpengaruh terhadap lingkungan. Tanggung Jawab perusahaan tersebut di wujudkan dalam bentuk CSR (*Corporate Social Responsibility*) sebagai perwujudan perusahaan yang peduli terhadap lingkungan. Aktualisasi dari CSR tersebut dilaksanakan melalui berbagai macam

kegiatan, di antaranya adalah rehabilitasi rumah penduduk serta pemberian bantuan langsung berupa bantuan Sembilan bahan pokok kepada masyarakat. Namun pemberian bantuan tersebut hanya memberikan pemecahan masalah yang sifatnya jangka pendek, sehingga dibutuhkan peran perusahaan dalam mendukung pengembangan ekonomi masyarakat khususnya pelaku UMKM yang memanfaatkan program CSR yang lebih tepat sasaran sehingga terwujud kemandirian ekonomi dan pelaku UMKM lebih kreatif.

Sesuai dengan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008) bahwa UMKM (usaha mikro kecil dan menengah) adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang berdiri sendiri. UMKM memiliki peranan yang sangat penting di Indonesia karena sangat berperan dalam menciptakan lapangan kerja serta menjadi motor penggerak pembangunan di Indonesia. UMKM merupakan salah satu strategi dalam pemberdayaan masyarakat (I Andayani, MV Roesmniningsih, 2021) Pengembangan UMKM khususnya di wilayah pedesaan diperlukan strategi-strategi yang tepat (Abdul Basit, 2021) sehingga UMKM mampu menjadi bagian berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat. Pengembangan UMKM memiliki berbagai macam faktor-faktor pendukung di antaranya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya promosi serta dalam permodalan (Hartono & Hartomo, 2016). Di sisi lain, UMKM juga memiliki tantangan yang tidak bisa dihindari di era globalisasi sekarang ini di antaranya Perkembangan teknologi digital (Kholidah & Hakim, 2018), sehingga dibutuhkan dukungan dari berbagai pihak di antaranya asosiasi bisnis, perguruan tinggi dan pihak-pihak perusahaan (Hamid & Susilo, 2015) untuk berkontribusi terhadap pembangunan UMKM.

Perusahaan dalam aktivitas operasionalnya memiliki peran yang berkontribusi terhadap kesejahteraan di sekitar wilayah operasinya. Bentuk perwujudan dari kontribusi perusahaan

adalah melalui program CSR (*Corporate Social Responsibility*) atau Perusahaan dan Tanggung Jawab Sosial. CSR (*Corporate Social Responsibility*) memiliki peran besar terhadap kesejahteraan masyarakat (Hamid & Susilo, 2015) khususnya pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui UMKM. Perwujudan Program CSR dalam bentuk pemberian bantuan langsung kepada masyarakat terdampak berupa pemberian sembako dan perbaikan sarana dan prasarana pendidikan dan kesehatan (Izzaty *et al.*, 2017). Namun dalam pelaksanaannya di beberapa wilayah, program CSR tidak berjalan sesuai dengan harapan masyarakat (Anto, 2016) karena kurangnya rasa tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan. Untuk itu dibutuhkan peran dari pemerintah (Ngiu & Hamid, 2021) dalam mengeluarkan regulasi terhadap perusahaan yang menjalankan kegiatan di wilayah pemerintahannya. Saat ini di butuhkan peran dari perusahaan dalam mendukung terwujudnya kesejahteraan masyarakat dalam UMKM dengan memanfaatkan Program CSR yang tepat sasaran sehingga UMKM lebih kreatif di masa pandemi saat ini

Mewabahnya Covid 19 saat ini memberikan dampak yang besar terhadap berbagai sector yang ada di Indonesia, salah satu sector yang dirasakan adalah UMKM (Sutrisno, 2020) Pelemahan ekonomi ini memberikan dampak besar terhadap kelangsungan usaha, sehingga dibutuhkan strategi dalam upaya pemulihan ekonomi (Raharja & Natari, 2021) di *New Normal* saat ini. Upaya ini juga harus di dukung oleh sikap dan pengetahuan pelaku UMKM yang kreatif dalam pemulihan ekonomi (Yanuar, 2020) sehingga perekonomian masyarakat bisa Kembali bangkit (Lestari Nasution *et al.*, 2021) meskipun pandemi masih belum berakhir.

Tujuan dari Penelitian ini adalah mengkaji strategi-strategi dalam peningkatan UMKM kreatif dalam memanfaatkan Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang pertambangan nikel

khususnya pelaku UMKM di wilayah terdampak aktivitas penambangan yang berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Dengan melibatkan berbagai pihak, khususnya pemanfaatan CSR ditafsirkan sebagai sebuah model dalam menjawab signifikansi peningkatan UMKM kreatif di wilayah terdampak aktivitas penambangan nikel di wilayah Kecamatan Pomalaa. Serta memberikan gambaran bagaimana pola pengelolaan program CSR terhadap daya saing ekonomi kreatif. Daya saing yang dimaksud adalah: peningkatan kapabilitas SDM, kapabilitas pemasaran, kapabilitas produksi dan teknologi serta kapabilitas keuangan

### **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode Deskriptif Kualitatif yang berupaya untuk memahami berbagai konsep yang ditemukan dalam proses penelitian melalui *Content Analysis* serta *Library Research* kepustakaan (*library research*). Teknik *content analysis* merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui simpulan dari sebuah teks. Atau dengan kata lain, analisis isi merupakan metode penelitian yang ingin mengungkap gagasan penulis yang termanifestasi maupun yang laten. Sedangkan riset kepustakaan (*library research*) pada penelitian ini menggunakan jenis dan sumber data sekunder yang diperoleh dari hasil penelitian, artikel dan buku-buku referensi yang membahas topik yang berkaitan dengan tema penelitian (Ahmaddien, 2019 dalam Sari, 2020).

### **HASIL PENELITIAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan, peneliti menemukan bahwa dari data perusahaan yang terdapat pada tabel di atas ditemukan hanya terdapat 2 perusahaan yang memiliki program CSR yang dananya dialokasikan untuk pengembangan UMKM di antaranya PT Aneka Tambang Tbk dan PT Vale Tbk, dan sebagian perusahaan

tambang milik swasta tidak terdapat program CSR untuk pengembangan UMKM.

Tabel 1. Daftar Nama Perusahaan Pertambangan di Kecamatan Pomalaa

No.	Nama Perusahaan	Status Perusahaan	Alokasi Program CSR pada UMKM
1	PT Aneka Tambang Tbk	BUMN	1. Sektor Kelautan dan Perikanan 2. Sektor Ekonomi Kreatif 3. Sektor Perdagangan
2	PT Perusahaan Daerah	Swasta	Belum ada program
3	PT Akar Mas	Swasta	Belum ada program
4	PT Putra Mekongga Sejatera (PMS)	Swasta	Belum ada program
5	PT Satria Jaya Sultra (SJS)	Swasta	Belum ada program
6	PT Tambang Rakyat Kolaka (TRK)	Swasta	Belum ada program
7	PT Dewi Jaya	Swasta	Belum ada program
8	PT SMR	Swasta	Belum ada program

Sumber: Data Kecamatan Pomalaa, diolah 2022

Dari Tabel 1, di atas dapat dilihat bahwa terdapat total 8 perusahaan pertambangan yang didominasi oleh perusahaan swasta sebanyak tujuh perusahaan dan sisanya satu perusahaan milik pemerintah yakni PT Aneka Tambang. PT Aneka Tambang Tbk merupakan salah satu perusahaan yang berstatus Badan Usaha milik Negara merupakan perusahaan yang konsisten dalam program CSR untuk UMKM, di mana peran perusahaan sangat memberikan kontribusi yang besar bagi para pelaku UMKM, adapun alokasi program CSR pada UMKM difokuskan pada tiga sektor yakni: sektor kelautan dan perikanan, sektor ekonomi kreatif dan sektor perdagangan. Sisanya 7 perusahaan milik

swasta belum melakukan program CSR. Adapun pola Peningkatan UMKM kreatif dilakukan melalui di beberapa pola pengelolaan di antaranya terlihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Pemetaan Konsep Strategi

Strategi Pemanfaatan CSR		
Pola Pengelolaan	Bentuk dan Mekanisme Kemitraan	Tahapan Pelaksanaan Kegiatan
1. Melalui Pola kemitraan	Bentuk Alokasi CSR	1. Perencanaan
2. Komunitas	1. Pemberian modal usaha	2. Pelaksanaan
3. Partisipasi	2. Pemberian peralatan	3. <i>Monitoring</i>
	3. Pemberian Pelatihan-pelatihan <i>soft skill</i>	4. Evaluasi dan Pelaporan
	Mekanisme kemitraan	
	1. Pengajuan Proposal	
	2. Seleksi dan uji kelayakan	
	3. Realisasi bantuan CSR	
	4. Pelaporan	

Sumber: Hasil Penelitian diolah, 2022

Pola pengelolaan strategi pemanfaatan CSR oleh perusahaan pertambangan khususnya PT Aneka Tambang Tbk terdiri atas 3 di antaranya melalui program kemitraan, program komunitas dan program partisipatif. Adapun bentuk alokasi CSR yang diberikan oleh PT Aneka Tambang Tbk terhadap UMKM wilayah Kecamatan Pomalaa berupa pemberian modal usaha, pemberian peralatan usaha, dan pemberian pelatihan *soft skill*. Dengan mekanisme pemberian CSR melalui beberapa tahapan di antaranya: pengajuan proposal, seleksi dan uji kelayakan, realisasi bantuan CSR dan pelaporan. Tahapan pelaksanaan kegiatan CSR juga dilakukan secara tersistematis yang dimulai dari kegiatan perencanaan, pelaksanaan, *monitoring* dan diakhiri dengan kegiatan evaluasi dan pelaporan. Setelah melakukan pemetaan konsep strategi pemanfaatan CSR, selanjutnya adalah melakukan identifikasi konsep dan strategi CSR untuk menjawab masalah dalam penelitian, yang dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Identifikasi Konsep dan Strategi

Pemetaan Konsep dan Strategi		
Masalah Penelitian	Bentuk dan Mekanisme Kemitraan	Pola dan Konsep
Bagaimana meningkatkan UMKM kreatif melalui pemanfaatan dana CSR perusahaan pertambangan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pola Pengelolaan               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Kemitraan</li> <li>b. Komunitas</li> <li>c. Partisipasi</li> </ol> </li> <li>2. Bentuk alokasi bantuan               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Modal usaha</li> <li>b. Modal peralatan kerja/usaha</li> <li>c. Pelatihan <i>soft skill</i></li> </ol> </li> <li>3. Mekanisme kemitraan               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Pengajuan proposal</li> <li>b. Seleksi dan uji kelayakan</li> <li>c. Realisasi bantuan</li> <li>d. pelaporan</li> </ol> </li> <li>4. Tahapan pelaksanaan kegiatan               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Perencanaan</li> <li>b. Pelaksanaan</li> <li>c. <i>Monitoring</i></li> <li>d. Evaluasi dan pelaporan</li> </ol> </li> </ol>	Pola Pemanfaatan Dana CSR Pada Beberapa Perusahaan Pertambangan Nikel di Pomalaa Dilakukan Melalui Konsep Kemitraan pada Lingkup Komunitas UMKM dengan Partisipasi Pihak Perusahaan dan Pihak UMKM yang bantuan dialokasikan dalam bentuk bantuan modal, bantuan peralatan kerja/usaha dan pelatihan-pelatihan peningkatan <i>soft skill</i> . Dalam proses kemitraan diperoleh melalui pengajuan proposal permohonan kemitraan oleh UMKM, diseleksi kelayakan dan selanjutnya dialokasikan bantuan. Pelaksanaan kegiatannya meliputi perencanaan, pelaksanaan, <i>monitoring</i> , evaluasi dan pelaporan

Sumber: Hasil Penelitian diolah, 2022

Dari hasil identifikasi konsep dan strategi CSR berdasarkan tabel 3 di atas, untuk meningkatkan UMKM kreatif melalui pemanfaatan dana CSR perusahaan pertambangan dapat dilakukan dengan bentuk dan mekanisme kemitraan berupa pola pengelolaan yang terdiri dari kemitraan, komunitas dan partisipasi. Dana CSR yang diberikan berupa modal usaha, modal peralatan usaha dan pelatihan *soft skill*. Mekanisme kemitraan untuk mendapatkan dana CSR berupa pengajuan proposal, seleksi dan uji kelayakan, realisasi bantuan oleh perusahaan terhadap UMKM dan pelaporan. Tahapan pelaksanaan kegiatan CSR tersistematis berupa perencanaan kegiatan, pelaksanaan



kegiatan *monitoring* kegiatan serta evaluasi dan pelaporan kegiatan CSR. Dalam penelitian ini tahapan selanjutnya adalah analisis penerapan strategi, yang dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini.

Tabel 4. Analisis Penerapan Strategi

Peningkatan UMKM Kreatif Melalui Pemanfaatan CSR			
Keuangan	Sumber Daya Manusia	Produksi dan Teknologi	Pemasaran
Peningkatan Kemampuan Bidang pembukuan Keuangan, manajemen keuangan, administrasi keuangan dan pelaporan keuangan serta peningkatan modal usaha.	Peningkatan kemampuan manajemen usaha, Pengelolaan usaha, <i>soft skill</i> dan <i>hard skill</i> <i>Soft skill</i> untuk sumber daya manusia	Peningkatan produksi melalui teknologi terbaru, pengolahan produksi yang baik, produksi efektif dan efisien	Peningkatan pemasaran dan inovasi produk, variasi produk, teknologi, peningkatan akses pasar melalui <i>e-commerce</i>

Sumber: Hasil Penelitian diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis penerapan strategi yang termuat pada Tabel 4, ada empat komponen yang ditingkatkan dalam peningkatan UMKM kreatif melalui pemanfaatan CSR perusahaan pertambangan di antaranya: peningkatan kemampuan di bidang keuangan, peningkatan kemampuan sumber daya manusia, peningkatan produksi dengan menggunakan teknologi serta peningkatan pemasaran melalui inovasi produk dan peningkatan akses pasar memanfaatkan *e-commerce*. Langkah selanjutnya adalah melakukan identifikasi konsep dan strategi yang dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini.

Tabel 5. Identifikasi Konsep dan Strategi

Pemetaan Konsep dan Strategi		
Masalah Penelitian	Bentuk dan Mekanisme Kemitraan	Pola dan Konsep
Pembentukan UMKM kreatif melalui pemanfaatan dana CSR perusahaan pertambangan	<p><b>1. Keuangan</b> Peningkatan Kemampuan Bidang pembukuan Keuangan, manajemen keuangan, administrasi keuangan dan pelaporan keuangan serta peningkatan modal usaha.</p> <p><b>2. Sumber Daya Manusia</b> Peningkatan kemampuan manajemen usaha, Pengelolaan usaha, <i>soft skill</i> dan <i>hard skill</i> <i>Soft skill</i> untuk sumber daya manusia</p> <p><b>3. Produksi dan Teknologi</b> Peningkatan produksi melalui teknologi terbaru, pengolahan produksi yang baik, produksi efektif dan efisien</p> <p><b>4. Pemasaran</b> Peningkatan pemasaran dan inovasi produk, variasi produk, teknologi, peningkatan akses pasar melalui <i>e-commerce</i></p>	<p>Pola peningkatan UMKM kreatif melalui pemanfaatan dana CSR perusahaan pertambangan dilakukan dengan beberapa upaya di antaranya dari aspek keuangan ditempuh melalui Peningkatan Kemampuan Bidang pembukuan Keuangan, manajemen keuangan, administrasi keuangan dan pelaporan keuangan serta peningkatan modal usaha. Dari sisi sumber daya manusia dilakukan melalui peningkatan kemampuan manajemen usaha, pengelolaan usaha, <i>soft skill</i> dan <i>hard skill</i> dan <i>soft skill</i> untuk sumber daya manusia. Peningkatan produksi melalui teknologi terbaru, pengolahan produksi yang baik, produksi efektif dan efisien Peningkatan pemasaran dan inovasi produk, variasi produk, teknologi, peningkatan akses pasar melalui <i>e-commerce</i>. Kesemuanya merupakan aspek-aspek inti dari terbentuknya UMKM yang kreatif.</p>

Sumber: Hasil Penelitian diolah, 2022.

Hasil identifikasi konsep dan strategi pada Tabel 5, pembentukan UMKM kreatif melalui pemanfaatan CSR perusahaan pertambangan dapat ditingkatkan melalui empat komponen yaitu peningkatan kemampuan UMKM di bidang keuangan, peningkatan kemampuan UMKM di bidang sumber daya manusia, peningkatan UMKM melalui kapasitas

produksi dan penggunaan teknologi mutakhir serta peningkatan pemasaran melalui variasi produk serta akses pasar melalui *e-commerce*.

Pola Pemanfaatan Dana CSR Pada Perusahaan Pertambangan Nikel Di Pomalaa salah satunya adalah PT Aneka Tambang Pomalaa Dilakukan Melalui Konsep Kemitraan Pada Lingkup Komunitas UMKM Dengan Partisipasi Pihak Perusahaan dan Pihak UMKM yang bantuan dialokasikan dalam bentuk bantuan modal, bantuan peralatan kerja/usaha dan pelatihan-pelatihan peningkatan *soft skill*. Dalam proses kemitraan diperoleh melalui pengajuan proposal permohonan kemitraan oleh UMKM, diseleksi kelayakan dan selanjutnya dialokasikan bantuan. Pelaksanaan kegiatannya meliputi: Tahap Pertama Perencanaan, di mana perusahaan memberikan kesempatan kepada UMKM untuk mengusulkan program bantuan dalam bentuk proposal ke departemen yang mengelola program CSR. Tahap kedua pelaksanaan, di mana pada tahap ini pengusulan yang masuk kemudian diseleksi berkas dan dilakukan peninjauan berkaitan dengan kelayakan pengusul dijadikan sebagai bagian dari mitra yang di antaranya adalah potensi pengembangan usaha. Tahap ketiga adalah *monitoring* aktivitas yang dilakukan oleh pihak mitra dalam hal ini pelaku UMKM, tahap evaluasi dan pelaporan, di mana dalam tahap ini program ditinjau dari sisi keberhasilan dan kegagalannya untuk dijadikan sebagai dasar dalam menentukan pola-pola selanjutnya, serta dimuat dalam bentuk laporan akhir sebagai bagian dari pertanggung jawaban.

Pola peningkatan UMKM kreatif melalui pemanfaatan dana CSR perusahaan pertambangan dilakukan dengan beberapa upaya di antaranya: Aspek keuangan, dalam hal keuangan, strategi peningkatan UMKM kreatif ditempuh melalui Peningkatan Kemampuan Bidang pembukuan Keuangan, manajemen keuangan, administrasi keuangan

dan pelaporan keuangan serta peningkatan modal usaha serta Pelatihan manajemen Keuangan yang membahas mengenai praktik membuat anggaran keuangan. Aspek sumber daya manusia, Peningkatan sumber daya manusia para pelaku UMKM dilakukan melalui peningkatan kemampuan manajemen usaha, pengelolaan usaha, *soft skill* dan *hard skill* dan *soft skill*, praktik menentukan target pelanggan.

Aspek Produksi dan Teknologi, Peningkatan kreativitas UMKM dilakukan dalam bentuk praktik Peningkatan produksi melalui teknologi terbarukan, pengolahan produksi yang baik, produksi efektif dan efisien, Praktik membuat *business model canvas*, dan praktik menetapkan tujuan. Aspek pemasaran, peningkatan kreativitas UMKM dilakukan dalam bentuk praktik Peningkatan pemasaran dan inovasi produk para pelaku UMKM diberikan pelatihan berupa: praktik memahami kebutuhan pelanggan, praktik dimensi kualitas pelayanan WOW, praktik menangani keluhan pelanggan, praktik mendesain variasi produk, Pemanfaatan teknologi untuk peningkatan akses pasar melalui *e-commerce*. Kesemuanya merupakan aspek-aspek inti dari terbentuknya UMKM yang kreatif.

Wujud dari strategi peningkatan UMKM kreatif melalui program CSR terlihat dari beberapa sektor UMKM yang telah bermitra yang beberapa di antaranya berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pelaku usaha pada sektor kelautan dan perikanan, PT Aneka Tambang Tbk. melalui program pemberdayaan ekonomi nelayan melakukan pembinaan dalam upaya meningkatkan kemampuan nelayan serta memaksimalkan potensi kekayaan laut yang terdapat di Pomalaa, PT Aneka Tambang Tbk juga menyiapkan sejumlah program dilakukan secara bertahap antaranya adalah penguatan kapasitas anggota kelompok nelayan melalui berbagai kegiatan pelatihan inovasi teknologi udang *vename* metode bioflok dan rumput laut metode JAGA

(Jaring Alga), Pembuatan Sentra Budidaya laut dan eco-wisata pada pesisir pantai Desa Hakatotobu Kecamatan Pomalaa, serta memberikan bantuan peralatan tangkap ikan (jaring/waring) kepada nelayan sekitar. Pada sektor perdagangan, selain memberikan pelatihan, perusahaan PT Aneka Tambang juga membangun kemitraan dengan pelaku UMKM dengan memberikan bantuan gerobak bakso kepada beberapa pedagang bakso yang salah satunya adalah Koperasi Indah yang berada di Kelurahan Dawi-Dawi Kecamatan Pomalaa.

Artikel lengkap dapat dilihat pada *link* jurnal: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/14357>

## 8. Evaluasi

Jawablah pertanyaan berikut ini dengan benar dan tepat!

No	Pertanyaan
1.	Uraikan definisi lingkungan bagi kehidupan baik manusia, flora, fauna maupun lainnya!
2.	Jelaskan alasan studi kelayakan AMDAL dianggap penting oleh berbagai pihak!
3.	Uraikan tujuan dan kegunaan studi AMDAL bagi perusahaan!
4.	Deskripsikan rona lingkungan yang Anda ketahui secara lengkap!
5.	Jelaskan dampak lingkungan akibat adanya proyek atau bisnis terutama terhadap manusia, tanah, air dan udara!
6.	Bagaimana cara mengatasi dampak lingkungan terhadap manusia, tanah, udara dan air? Jelaskan!

---

## DAFTAR PUSTAKA

---

- Abuyamin, O. (2014). Nomor Pokok Wajib Pajak (Npwp) Dan Pengusaha Kena Pajak (Pkp). *Jurnal Wawasan Yuridika*, 22(1), 110–123.
- Alwi, S. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. BPFE UGM.
- Anand, D. (2018). Penerapan Penyusunan Laporan Keuangan Yayasan Berdasarkan PSAK 45. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 2(2), 160. <https://doi.org/10.33603/jka.v2i2.1745>
- Anggraini, H. D., & Prayudi, A. (2020). Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI) Pengaruh Return On Asset (Roa) Dan Return On Equity (Roe) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2011-2018 The Effect of Return On Asset (Roa) and Return On. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 1(1), 106–111.
- Ardana, Komang. I., Mujiati, Wayan. Ni., D., & Mudiarta, W. U. I. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Graha Ilmu.
- Arianty, N., Bahagia, R., Ashal, A., & Siswadi, Y. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Perdana Publishing.
- Arifudin, R. (2012). Optimasi Penjadwalan Proyek Dengan Penyeimbangan Biaya Menggunakan Kombinasi Cpm Dan Algoritma Genetika. *Jurnal Masyarakat Informatika*, 2(4), 1–14. <https://doi.org/10.14710/jmasif.2.4.1-14>
- Basu Swasta dan Irawan. (2020). *Manajemen Pemasaran Modren*. Liberti.
- Burhanudin Gesi, Rahmat Laan, F. L. (2019). Manajemen dan Eksekutif. *Jurnal Manajemen*, 3(2), 1–9. <https://doi.org/1037//0033-2909.i26.1.78>

- Dewi Astuti. (2005). Kajian Bisnis Franchise Makanan Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(1), pp.83-98. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/16108>
- Ekowati, Dhiana; Widjaja, Warkianto, Munim, Abdul, dkk. (2022). Manajemen Operasi dan Produksi. Yayasan Cendekia Mulia Mandiri, Batam
- Ekowati, Dhiana; Supriadi Y.N, dkk (2023). Konsep Dasar Manajemen Organisasi, Yayasan Cendekia Mulia Mandiri, Batam
- Ekowati, Dhiana; Cahyadi, Nur; Nawarcono, Winanto, dkk (2022). Konsep Dasar Bisnis Dalam Manajemen Kewirausahaan, Yayasan Cendekia Mulia Mandiri, Batam
- Ekowati, Dhiana; Andayani S.U; Eliza; Fachrurazi. Dkk (2022). Konsep Dasar Etika Bisnis, Yayasan Cendekia Mulia Mandiri, Batam
- Fathurohman, R., Bakar, A., & Fitria, L. (2014). Analisis kelayakan usaha peternakan burung puyuh di Daerah Pasir Kawung Cileunyi Kabupaten Bandung. *Reka Integra*, 02(03), 1–12. <https://ejournal.itenas.ac.id/index.php/rekaintegra/article/view/534>
- Gozali, D., & Tedjasuksmana, B. (2019). Pengaruh Leverage, Market to Book Ratio, Likuiditas Terhadap Intensitas Aset Tetap Terhadap Keputusan Revaluasi Aset Tetap. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 11(2), 74–84.
- Heidjrachman Ranupandojo. (1990). *Tanya Jawab Manajemen*. AMP YKPN.
- Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan* (Adipramono (ed.)). PTGrasindo.
- Hidayat, D. P. & N. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis* (5th ed.). Raja Grafindo.
- Indrawati, R. (2012). Telaah Studi AMDAL Pada Tahap Prakonstruksi Pabrik Peleburan Timah (Smelter) PT Laba-Laba Multindo Pangkalpinang Propinsi Kepulauan Bangka Belitung. *Jurnal Lingkungan Sultan Agung*, 1(1), 53–63.

- Kasmir. (2011). *Analisis Laporan Keuangan*. Raja Grafindo Persada.
- Kulla, Ma'ruf, I. (2013). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Ritel Yang Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen Bravo Swalayan Tuban*. 1, 1–31.
- Kurniawati, E. (2018). *Pelaksanaan Analisa Jabatan Pada Universitas Islam Kadiri*. 3(September), 139–154.
- Margaretha, F. (2005). *Manajemen Keuangan Investasi dan Sumber Dana Jangka Pendek*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Muhammad, S. H. dan. (2018). Model Perhitungan Pendapatan Nasional dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal CMES*, XI(2), 174–186.
- Ni Luh Putu Mirah Kusuma Dewi;, & Yadhya, I. P. (2015). Studi Kelayakan Investasi dari Aspek Finansial untuk Pendirian Naya Salon Denpasar. *Syria Studies*, 7(1), 37–72. [https://www.researchgate.net/publication/269107473\\_What\\_is\\_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civilwars\\_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625](https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civilwars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625)
- Nurul Ulfatin dan Teguh Triwiyatno. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Bidang Pendidikan*. Rajawali Pers.
- Pranutoko, B. (2016). *Pengaruh Pelaksanaan Rekrutmen Tenaga Kerja Terhadap Peningkatan Produktivitas Kerja Karyawan*. 1(1), 40–45.
- Rifyal Zuhdi Gultom dan Annisa Qadarusman Tini. (2020). *Pembangunan Infrastruktur dalam Islam: Tinjauan Ekonomi dan Sosial*. 6(02), 203–211.
- Rivai, V. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari teori ke Praktek*. Murai Kencana.
- Saebani, B. A. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis* (1st ed.). CV. Pustaka Setia.



- Santosa, A. A. G. D. H. (2019). The Waterboards. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH) Universitas Pendidikan Ganesha*, 5(2), 152–166.
- Sudarman, L., & Ida, W. O. (2022). Analisis Profitabilitas Terhadap Return Saham pada Indeks LQ 45 Tahun 2021. 1(1), 24–27. <https://ejournal.poltekbaubau.ac.id/index.php/jeko/article/view/1>
- Sukmaningrum, G., & Mahfud, M. K. (2016). Analisis Pengaruh Fund Cash Flow, Fund Size, Fund Longevity, Expense Ratio dan Turnover Ratio Terhadap Kinerja Reksa Dana (Studi Kasus: Reksa Dana Pendapatan Tetap Periode Tahun 2011-2015). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(3), 1–11.
- Susetyo, H. (2021). Kedudukan Firma Dan CV Beserta Anggota Sekutunya Dalam Hukum Kepailitan. *Law, Development & Justice Review*, 4(1), 70–80.
- Tanjung, M. (2017). Fungsi organisasi dalam manajemen proyek. *Jurnal Mantik Penusa*, 1(1), 22–26.
- Utami, S. S. (2010). Analisis Laporan Keuangan Sebagai Dasar untuk Mengetahui Efisiensi Penggunaan Dana. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 10(1), 42–49.
- Wardah, S., & Iskandar. (2016). Analisis Peramalan Penjualan Produk Keripik Pisang (Studi Kasus: Home Industry Arwana Food Tembilahan). *Jurnal Teknik Industri*, 9(3), 135–142.
- Widyasari, W. W., & Manzilati, A. (2013). Identifikasi Struktur Pasar dan Implikasinya Terhadap Pembentuk Harga (Studi Kasus Pada Sentra Industri Keripik Tempe Sanan Malang). *Jurnal Ilmiah*, 1–15. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/201/164>
- Yanuar, D. (2016). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pasar, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan pada UMKM Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang. *Jurnal E-KOMBIS*, 11(1), 41.

- Yuliana, R. (2012). Peran Komunikasi dalam Organisasi. *Jurnal STIE Semarang*, 4(3), 52–58. <http://dx.doi.org/10.1016/j.actamat.2015.12.003>[https://inis.iaea.org/collecion/NCLCollectionStore/\\_Public/30/027/30027298.pdf?r=1&r=1](https://inis.iaea.org/collecion/NCLCollectionStore/_Public/30/027/30027298.pdf?r=1&r=1)<http://dx.doi.org/10.1016/j.jmrt.2015.04.004>
- Yusyanti, D. (2012). Jur na I R ec hts BP Jur I R ec hts ind. *Media Pembinaan Hukum Nasional*, 1(10), 277–294. [http://rechtsvinding.bphn.go.id/artikel/ART\\_5\\_JRV\\_4.1\\_WATERMARK.pdf](http://rechtsvinding.bphn.go.id/artikel/ART_5_JRV_4.1_WATERMARK.pdf)
- Zaroni, A. N. (2007). Bisnis Dalam Perpektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi). *MAZAHIB: Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, 4(2), 172–184. <https://journal.iain-samarinda.ac.id/index.php/mazahib/article/view/507>
- Zulkarnain, D., Poernomo, D., & Wahjuni. (2016). Pemeliharaan Sumberdaya Manusia pada Perusahaan Jasa Angkutan Taksi: Studi Kasus pada Jember Taksi (Human Resource Maintenance in Taxi Transportation Service: A Case Study at Jember Taksi). *E-Sospol*, 3(1), 14–21.

---

## INDEKS

---

### A

abstrak, 60, 206  
aktiva, 85, 103, 105, 106, 107,  
108, 111, 112, 113, 114,  
116, 120, 121, 122, 123,  
124, 206  
amdal, 206  
analisis, 5, 10, 11, 14, 15, 16,  
17, 18, 31, 36, 37, 54, 61,  
63, 64, 67, 80, 82, 83, 87,  
91, 102, 104, 110, 133, 136,  
137, 161, 166, 167, 168,  
179, 180, 182, 189, 193,  
199, 200, 201, 206, 215

### B

bahan baku, 6, 15, 37, 38, 39,  
40, 41, 42, 43, 50, 52, 85,  
187, 206, 210  
bank, 47, 112, 118, 126, 160,  
206  
bauran, 54, 67, 68, 75, 82,  
200, 206  
biaya, 3, 4, 14, 15, 17, 23, 36,  
37, 38, 39, 41, 42, 44, 46,  
49, 50, 51, 52, 65, 66, 71,

72, 83, 84, 85, 86, 88, 89,  
90, 92, 106, 107, 109, 126,  
133, 134, 147, 187, 198,  
206, 212, 215  
birokrasi, 145, 147, 206  
*break even point*, 15, 18, 43  
bunga, 15, 63, 84, 86, 88, 90,  
92, 93, 94, 96, 97, 98, 99,  
101, 113, 162, 207

### C

conveyor, 46  
*cost*, 5, 43, 51, 52, 53, 55, 72,  
73, 80, 84, 94, 97, 102  
CSR, 185, 186, 188, 189, 190,  
191, 192, 193, 194, 195,  
196, 207

### D

desain, iv, 1, 13, 49, 62, 69,  
144, 145, 146, 153, 207,  
209  
diskon, 207  
divisional, 147, 207

- E**
- eksternal, 2, 3, 12, 13, 50, 131, 135, 183, 207
- entrepreneurship, 1, 207
- F**
- finansial, 2, 3, 4, 5, 11, 14, 38, 42, 83, 126, 142, 200, 207
- firma, 23, 24, 201, 207
- franchising*, 26, 208
- H**
- hukum, 3, 9, 11, 13, 19, 20, 21, 22, 24, 25, 30, 34, 63, 87, 167, 201, 202, 208, 212
- I**
- infrastruktur, 155, 156, 200, 208
- integrasi, 136, 142, 163, 174, 184, 208
- investasi, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 14, 15, 22, 35, 37, 41, 44, 46, 47, 48, 50, 63, 64, 83, 84, 85, 88, 89, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 100, 101, 102, 107, 124, 138, 154, 155, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 168, 200, 208
- investor, 7, 91, 103, 104, 208
- J**
- joint venture*, 26, 208
- K**
- komoditas, 65, 209, 210
- komprehensif, 3, 6, 209
- koperasi, 29, 31, 34, 87, 197, 209
- kuantitas, 2, 38, 40, 42, 51, 52, 63, 73, 78, 139, 156, 209
- L**
- laba/rugi, 83, 84, 106, 107, 109, 209
- lahan, 39, 157, 171, 172, 174, 179, 183, 209
- layout*, 15, 36, 37, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 53, 209
- legalitas, 11, 13, 209
- logo, 69, 209
- M**
- maintenance*, 142, 202, 209
- manajemen, 3, 4, 9, 11, 16, 22, 23, 50, 51, 67, 86, 103, 122, 123, 127, 128, 129, 130, 131, 134, 135, 136, 140, 142, 144, 147, 148, 152, 153, 184, 185, 193, 194, 195, 198, 199, 200, 201, 210, 215, 216
- manufaktur, 43, 46, 53, 146, 157, 158, 159, 174, 198, 210
- market share, 14, 62, 70, 71, 210
- merger, 26, 210

modal, 1, 4, 12, 14, 15, 21, 22, 23, 26, 27, 28, 29, 31, 35, 37, 46, 47, 48, 60, 70, 85, 86, 87, 89, 90, 94, 95, 102, 104, 105, 106, 107, 108, 112, 114, 115, 116, 117, 120, 123, 124, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 208, 210  
monopoli, 56, 57, 58, 63, 210  
monopolistik, 56, 57, 58, 210

## N

neraca, 83, 84, 87, 104, 105, 107, 108, 211  
nonprofit, 5, 211

## O

oligopoli, 56, 57, 59, 60, 63, 211  
*operating*, 5, 146, 147  
organisasi, 1, 16, 21, 22, 30, 47, 61, 65, 127, 129, 130, 131, 132, 135, 138, 139, 140, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 201, 202, 207, 210, 211, 216

## P

pabrik, 15, 16, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 44, 45, 46, 53, 89, 156, 177, 179, 199, 211

pajak, 6, 21, 22, 23, 33, 89, 90, 92, 94, 95, 96, 122, 123, 124, 126, 157, 162, 198, 211  
pasar, 3, 4, 6, 7, 11, 14, 15, 26, 37, 38, 40, 41, 42, 43, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 78, 82, 83, 145, 193, 194, 195, 196, 201, 207, 210, 211  
pengendalian, 10, 11, 128, 134, 211  
peramalan, 54, 64, 78, 79, 80, 81, 82, 201, 211  
perencanaan, 3, 9, 10, 21, 43, 49, 78, 127, 128, 129, 131, 132, 133, 134, 136, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 170, 182, 183, 184, 191, 192, 195, 210, 211  
persekutuan, 24  
persero, 26, 27, 28, 211  
perusahaan, 1, 2, 10, 11, 13, 14, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 36, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 45, 46, 49, 50, 51, 53, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 65, 68, 69, 70, 71, 73, 74, 75, 76, 78, 79, 83, 85, 86, 87, 88, 90, 91, 92, 95, 97, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 118, 120,

121, 122, 123, 124, 125,  
128, 129, 130, 135, 136,  
138, 139, 140, 141, 142,  
143, 153, 154, 157, 160,  
161, 162, 169, 180, 185,  
186, 187, 188, 189, 190,  
191, 192, 193, 194, 195,  
197, 198, 200, 202, 207,  
208, 209, 210, 211, 212  
piutang, 20, 117, 118, 119,  
126, 212  
profit, 2, 4, 20, 37, 42, 61, 122,  
123, 126, 212

## R

rasio, 15, 83, 84, 91, 93, 102,  
110, 111, 112, 113, 114,  
115, 116, 117, 118, 119,  
120, 121, 122, 123, 124,  
212  
reseller, 61, 64, 212  
risiko, 3, 4, 9, 10, 22, 113, 152,  
207, 212  
rona, 166, 170, 175, 180, 197,  
212

## S

sektor, 29, 158, 159, 160, 161,  
162, 167, 190, 196, 212  
selera, 6, 7, 55, 62  
*skimming*, 71, 213  
sosial, 2, 16, 19, 25, 30, 55,  
66, 69, 131, 154, 155, 159,  
163, 164, 173, 174, 175,

179, 181, 182, 188, 200,  
208, 213, 216  
studi, v, 1, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10,  
11, 12, 13, 16, 17, 18, 34,  
36, 37, 53, 63, 64, 67, 126,  
136, 153, 154, 164, 170,  
171, 172, 173, 179, 180,  
181, 182, 183, 185, 197,  
199, 200, 201, 202, 213,  
215, 216

## T

tanah, 1, 32, 34, 41, 85, 89,  
169, 171, 172, 174, 197,  
209, 213, 216  
teknologi, 2, 6, 8, 11, 15, 36,  
37, 43, 45, 50, 56, 69, 79,  
131, 137, 142, 145, 183,  
187, 189, 193, 194, 195,  
196, 213

## U

UMKM, 185, 186, 187, 188,  
189, 190, 191, 192, 193,  
194, 195, 196, 201, 213  
usaha, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10,  
11, 12, 13, 14, 15, 17, 18,  
19, 20, 21, 22, 23, 24, 27,  
28, 29, 30, 31, 32, 33, 34,  
35, 36, 37, 38, 39, 41, 42,  
64, 65, 70, 77, 83, 85, 86,  
88, 89, 91, 93, 95, 102, 109,  
117, 125, 142, 154, 155,  
156, 159, 164, 167, 168,  
170, 171, 172, 173, 175,

180, 181, 182, 183, 184,  
186, 187, 188, 190, 191,  
192, 193, 194, 195, 196,  
199, 206, 208, 211, 213

**v**

variabel, 4, 17, 64, 68, 72, 214  
volume, 46, 184, 214

---

## GLOSARIUM

---

### A

abstrak: tidak berwujud; tidak berbentuk; mujarad; niskala

aktiva: (harta) kekayaan, baik yang berupa uang maupun benda lain yang dapat dinilai dengan uang ataupun yang tidak berwujud secara nyata, seperti hak paten

amdal: analisis mengenai dampak lingkungan

analisis: penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antarbagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan

### B

bahan baku: bahan untuk diolah melalui proses produksi menjadi barang jadi; bahan kebutuhan pokok untuk membuat sesuatu

bank: badan usaha di bidang keuangan yang menarik dan mengeluarkan uang dalam masyarakat, terutama memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang

bauran: hasil membaurkan; campuran

biaya: uang yang dikeluarkan untuk mengadakan (mendirikan, melakukan, dan sebagainya) sesuatu; ongkos; belanja; pengeluaran

birokrasi: sistem pemerintahan yang dijalankan oleh pegawai pemerintah yang berpegang pada hierarki dan jenjang jabatan; cara bekerja atau susunan pekerjaan yang



banyak liku-likunya, menurut tata aturan (adat dan sebagainya)

bunga: keuntungan dari meminjamkan uang

### C

CSR: suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan seperti terhadap masalah-masalah yang berdampak pada lingkungan seperti polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja

### D

desain: kerangka bentuk; rancangan

diskon: potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual

divisional: struktur yang pengelompokannya didasarkan pada kesamaan produk, layanan, pasar, dan lokasi geografis

### E

eksternal: menyangkut bagian luar

*entrepreneurship*: suatu proses penerapan inovasi serta kreativitas dalam menciptakan sesuatu yang berbeda juga memiliki nilai serta kemampuan dalam menghadapi tantangan hidup dengan cara melihat peluang dari berbagai risiko serta ketidakpastian demi mencapai suatu keuntungan dan pertumbuhan

### F

finansial: adalah suatu bidang ekonomi yang berfokus pada keuangan

firma: perusahaan yang didirikan oleh dua orang atau lebih dengan menggunakan satu nama bersama. Kata "firma" berasal dari bahasa Belanda, yaitu

*vennootschap onder firma* yang berarti perserikatan dagang di antara sejumlah perusahaan

*franchising*: kerja sama dalam bidang usaha dengan bagi hasil sesuai kesepakatan yang mencakup dengan hak kelola serta hak pemasaran

## **H**

**hukum**: adalah peraturan atau adat yang secara resmi dianggap mengikat yang dikukuhkan oleh penguasa atau pemerintah

## **I**

**infrastruktur**: merupakan segala jenis fasilitas yang diperlukan oleh masyarakat umum guna mendukung berbagai aktivitas masyarakat dalam kehidupan sehari-harinya. Dengan arti lain, infrastruktur merupakan semua fasilitas, entah itu fisik ataupun nonfisik yang dibangun oleh pihak pemerintah atau perorangan guna memenuhi keperluan dasar masyarakat dalam lingkup ekonomi dan sosial

**integrasi**: pembauran hingga menjadi kesatuan yang utuh atau bulat.

**investor**: suatu individu, kelompok atau perusahaan yang menginvestasikan sejumlah modal tertentu

**investasi**: penanaman uang atau modal dalam suatu perusahaan atau proyek untuk tujuan memperoleh keuntungan

## **J**

*joint venture*: usaha gabungan antara dua atau beberapa perusahaan untuk menjalin bisnis bersama dalam bentuk kebersamaan dalam suatu perusahaan, baik perusahaan yang sudah ada atau perusahaan yang akan didirikan

## K

koperasi: perserikatan yang bertujuan memenuhi keperluan para anggotanya dengan cara menjual barang keperluan sehari-hari dengan harga murah (tidak bermaksud mencari untung)

komoditas: barang dagangan utama; benda niaga

komprehensif: sesuatu yang dapat dilihat dari segala sisi secara menyeluruh

kuantitas: adalah satuan ukuran yang merujuk kepada jumlah maupun nilai yang pasti serta bisa ditentukan menggunakan bilangan

## L

laba/rugi: laporan yang menyajikan informasi pengeluaran, pendapatan, serta laba atau rugi yang dihasilkan perusahaan selama periode tertentu

lahan: adalah permukaan bumi yang berupa tanah, batuan, mineral dan kandungan cairan yang terkandung di dalamnya yang memiliki fungsi tersendiri

*layout*: tata letak yang menjadi acuan pada saat menyusun halaman sebuah desain. Tata letak menjadi tujuan penting dalam memulai desain yang terstruktur, karena tata letak yang baik akan mempermudah penyampaian informasi dengan cara yang logis dan koheren dari isi desain tersebut

legalitas: Legalitas mempunyai arti perihal keadaan sah atau keabsahan

logo: suatu identitas visual terhadap suatu entitas yang mempunyai kriteria khusus tertentu, seperti bentuk, filosofi, dan warna.

## M

*maintenance*: adalah suatu kegiatan untuk memelihara dan menjaga fasilitas yang ada serta memperbaiki, melakukan penyesuaian, atau penggantian yang

- diperlukan untuk mendapatkan suatu kondisi operasi produksi agar sesuai dengan perencanaan yang ada
- manufaktur:** suatu cabang industri yang mengoperasikan peralatan, mesin dan tenaga kerja dalam suatu medium proses untuk mengolah bahan baku, suku cadang, dan komponen lain untuk diproduksi menjadi barang jadi yang memiliki nilai jual
- manajemen:** proses bekerja sama antara individu dan kelompok beserta sumber daya lainnya, dalam mencapai tujuan organisasi. Proses ini dimaknai sebagai fungsi dan aktivitas yang dilaksanakan oleh pemimpin dan para anggotanya dalam bekerja sama agar tujuan organisasi dapat tercapai
- market share:** strategi pemasaran yang mencakup sasaran pasar yang luas menjadi kumpulan dari beberapa bagian kecil di antara konsumen. Intinya, *market share* adalah besarnya bagian pasar yang dikuasai oleh suatu perusahaan
- merger:** penggabungan dua atau lebih perusahaan menjadi satu, di mana perusahaan yang me-merger mengambil alih semua aset dan kewajiban perusahaan yang di-merger
- modal:** modal adalah dana yang bisa digunakan sebagai induk atau pokok untuk berbisnis, melepas uang, dan sebagainya
- monopoli:** pengadaan barang dagangan tertentu baik itu di pasar lokal maupun nasional dan sekurang-kurangnya sepertiga dari pasar tersebut dikuasai oleh orang maupun satu kelompok. Sehingga, harga dari barang dapat dikendalikan
- monopolistik:** sebuah pasar yang memiliki banyak konsumen yang dapat menghasilkan suatu komoditas yang berbeda-beda

## **N**

neraca: bagian dari laporan keuangan suatu entitas yang dihasilkan pada suatu periode akuntansi yang menunjukkan posisi keuangan dari suatu entitas tersebut pada akhir periode tersebut

nonprofit: yang bukan untuk memperoleh keuntungan

## **O**

oligopoli: jenis pasar di mana jumlah produsen atau penjualnya lebih sedikit, sedangkan pembelinya relatif banyak

organisasi: adalah suatu kesatuan atau susunan yang terdiri atas orang-orang dalam perkumpulan untuk mencapai tujuan bersama

## **P**

pabrik: bangunan industri besar yang di dalamnya terdapat aktivitas produksi

pajak: kontribusi wajib dari orang atau badan terhadap negara, yang sifatnya memaksa sesuai dengan undang-undang tanpa adanya imbalan secara langsung

pasar: tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual-beli produk atau jasa

pengendalian: proses pengaturan berbagai faktor dalam suatu perusahaan, agar pelaksanaan sesuai dengan ketentuan-ketentuan dalam rencana

peramalan: suatu seni dan ilmu pengetahuan dalam memprediksi peristiwa pada masa mendatang

perencanaan: suatu proses. Proses perencanaan merupakan rangkaian urutan rasional di dalam penyusunan rencana

persero: badan usaha yang dikelola oleh negara atau daerah untuk melayani masyarakat sekaligus memperoleh keuntungan

perusahaan: sebagai bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus dengan tujuan

memperoleh keuntungan dan atau laba baik yang diselenggarakan oleh orang perseorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum,

piutang: hak perusahaan atau individu atas sejumlah uang dari transaksi penjualan

profit: keuntungan dapat didefinisikan dengan dua cara, yang pertama laba dalam ilmu ekonomi adalah selisih antara pendapatan dengan total biaya. Biaya implisit termasuk biaya kesempatan yang terjadi ketika perusahaan memilih untuk menggunakan faktor produksi tertentu

## R

rasio: perbandingan ukuran dari dua atau lebih dari hal yang berbeda

*reseller*: orang yang menjual kembali produk orang lain dengan mengambil keuntungan beberapa persen dari harga produk yang asli

risiko: bahaya, akibat atau konsekuensi yang dapat terjadi akibat sebuah proses yang sedang berlangsung atau kejadian yang akan datang. Dalam bidang asuransi, risiko dapat diartikan sebagai suatu keadaan ketidakpastian, di mana jika terjadi suatu keadaan yang tidak dikehendaki dapat menimbulkan suatu kerugian

rona: adalah salah-satu sifat model tampilan warna dalam teori warna, secara teknis dinyatakan sebagai "derajat suatu stimulus cahaya bisa digambarkan serupa atau berbeda dengan stimuli seperti merah, jingga, kuning, hijau, biru, atau ungu," yang membentuk suatu rona khas

## S

sektor: istilah yang sering digunakan dalam bidang ekonomi untuk menggambarkan kelompok atau kategori kegiatan ekonomi yang memiliki kesamaan karakteristik

*skimming*: tindakan pencurian informasi kartu kredit atau debit dengan cara menyalin informasi yang terdapat pada strip magnetik kartu kredit atau debit secara ilegal

sosial: tindakan manusia dianggap sebagai sebuah bentuk tindakan sosial apabila tindakan tersebut ditujukan pada orang lain

studi: penelitian ilmiah, kajian, telaahan, sedangkan eksplorasi adalah penjelajahan lapangan dengan tujuan memperoleh pengetahuan lebih banyak

## T

tanah: lapisan permukaan bumi yang berasal dari material induk yang telah mengalami proses lanjut, karena perubahan alami di bawah pengaruh air, udara, dan macam-macam organisme baik yang masih hidup maupun yang telah mati

teknologi: ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang keterampilan dalam menciptakan alat hingga metode pengolahan guna membantu menyelesaikan berbagai pekerjaan manusia

## U

UMKM: usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro

usaha: kegiatan yang dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan sehari-hari. Biasanya, untuk memulai usaha ekonomi dapat dilakukan dengan mencari peluang usaha di sekitar, menyesuaikan latar belakang pendidikan, hobi, atau mitra yang akan diajak kerja sama

## V

variabel: setiap pengukuran yang membantu menentukan bagaimana suatu ekonomi berfungsi. Contohnya termasuk populasi, tingkat kemiskinan, inflasi, dan sumber daya yang tersedia

volume: suatu indikasi mengenai luasnya kapasitas penggunaan, yang diukur dengan selisih antara *fixed overhead* yang semula dianggarkan dan ditentukan untuk tingkat produksi yang sesungguhnya dicapai, jika *overhead* tetap yang dihitung lebih rendah dari pada yang semula dianggarkan



---

## PROFIL PENULIS

---



**La Sudarman, S.Pd., M.M.** lahir di Negeri Lama, 13 April 1989. Ia menyelesaikan S-1 Pendidikan Ekonomi Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan di Universitas Haluoleo tahun 2011 serta menyelesaikan S-2 Manajemen Keuangan pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang tahun 2015. Ia pernah menjadi Dosen di Universitas Sembilanbelas November Kolaka tahun 2015-2018 dan pernah menjadi Ketua Program Studi Akuntansi USN Kolaka tahun 2017. Pernah bekerja sebagai Kepala Gudang pada PT Cipta Agung Manis *site* Konawe Selatan tahun 2018. Saat ini ia aktif menjadi dosen pada Program Studi D-4 Manajemen Pemasaran Internasional Politeknik Baubau dari tahun 2019-sekarang. Buku yang pernah dipublikasikan adalah: 1) *Buku Ajar Dasar-Dasar Akuntansi tahun 2016*; 2) *Buku Ajar Analisis dan Estimasi Biaya (Teori dan Praktik)*; 3) *Buku Monograf: Buku Petunjuk (Manual Book) Sistem Informasi Penjualan*; dan 4) *Buku Ajar Integrated Marketing Communication*.



**Dr. Dhiana Ekowati, S.E., M.M.**, lahir di Yogyakarta tahun 1975. Menyelesaikan S-1 Program Studi Manajemen tahun 1999 di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nusa Megarkencana Yogyakarta, S-2 Magister Manajemen tahun 2002 di Universitas Gunadarma Jakarta dan S-3 Ilmu Ekonomi

tahun 2020 di Universitas Gunadarma Jakarta. Tahun 2000-2002 menjadi dosen di Universitas Gunadarma Jakarta dan tahun 2002-sekarang menjadi dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nusa Megarkencana Yogyakarta dan menjabat sebagai Ketua Program Studi Manajemen. Tahun 2010-2019, secara aktif memperoleh hibah penelitian dan pengabdian Masyarakat dari Kemendikbudristek. Buku-buku yang dipublikasikan adalah *Ekonomi Lanjutan, Pengantar Manajemen, Etika Bisnis, Konsep Dasar Manajemen Organisasi, Manajemen Produksi dan Operasi, Konsep Dasar Bisnis Dalam Kewirausahaan, dan Ekonomi Digital*.



**Reijeng Tabara, M.M.** Lahir di Kendari 9 Agustus 1990, Sulawesi Tenggara. Tahun 2012 meraih gelar (S-1) Sarjana Kesehatan masyarakat (SKM) Bidang Administrasi Kebijakan Kesehatan di Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Mandala Waluya Kendari Sulawesi Tenggara. Kemudian tahun 2013 mendapatkan Beasiswa Cerdas Sultraku dari Pemerintah Kabupaten Konawe dan Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara pada Pascasarjana (S-2) bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Tahun 2015 hingga saat ini adalah dosen tetap Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Keguruan Universitas Nani Bili Nusantara Sorong. Mengampu mata kuliah Pengantar Manajemen, Manajemen SDM, Perilaku Organisasi, dan Metodologi Penelitian. Tahun 2021 menempuh pendidikan S-3 Doktor Ilmu Manajemen pada Universitas Halu Oleo Kendari dengan Konsentrasi Bidang Manajemen SDM. Selain aktif mengajar juga aktif melakukan penelitian serta menulis artikel pada harian *Papua Barat News*, dan berbagai jurnal ilmiah nasional. Buku yang pernah dipublikasikan *Peningkatan Produktivitas tanah dan Tanaman dan Sumber Daya Petani*.



**Wa Ode Ida, S.Pd.** Lahir di Pasarwajo, 25 November 1990. Menyelesaikan S-1 Pendidikan Ekonomi Akuntansi di Universitas Haluoleo tahun 2011. Saat ini menjadi PNS di lingkup Kementerian Pendidikan, Kebudayaan dan Pendidikan Tinggi pada instansi SMP Negeri 9 Buton Kabupaten Buton sejak tahun 2019.