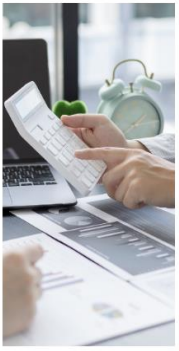
Buku Ajar

STUDI KELAYAKAN BISNIS



Arranged by :
SURYA BAKTI, S.E.,M.M

www.ipinternasional.com

Studi Kelayakan Bisnis

Surya Bakti, S.E.,M.M

PT Inovasi Pratama Internasional

Studi Kelayakan Bisnis

Penulis : Surya Bakti, S.E.,M.M
ISBN :
Editor : Bincar Nasution, S.Pd.,C.Mt
Penyunting : Anita Safitri Nasution, S.Pd

Desain Sampul dan Tata Letak :
InoVal

Penerbit:
PT Inovasi Pratama Internasional
Anggota IKAPI Nomor 071/SUT/2022

Redaksi:
Jl. Cempaka No. 25 Padang Sidempuan 22725
Telp. +628 5360 415005
Email: cs@ipinternasional.com

Distributor Tunggal:
PT Inovasi Pratama Internasional
Jl. Cempaka No. 25 Padang Sidempuan 22725
Telp. +628 5360 415005
Email: info@ipinternasional.com

Cetakan Pertama, April 2023

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

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadirat Tuhan YME yang sudah memberikan kesehatan dan kesempatan serta berkah Rahmat dan hidayah sehingga dapat menyelesaikan penulisan Buku ajar ini. Buku Studi Kelayakan Bisnis ini disusun untuk memfasilitasi proses belajar mengajar di kelas, di mana siswa memiliki bahan membaca dan bahan diskusi tentang Teori yang ingin dipelajari.

Semoga buku ajar ini dapat memberikan manfaat yang besar bagi peningkatan teori pengetahuan mahasiswa, dosen dan peneliti guna bisa mencapai kompetensi yang dipersyaratkan sesuai dengan kurikulum yang ada, kepada semua pihak yang terkait dalam penulisan buku ini saya mengucapkan terimakasih banyak atas dukungan dan motivasinya dalam proses penyusunan buku ini. Adapun isi dari buku ini berasal dari berbagai referensi penulis terdahulu, dimana penulis membuat modifikasi dan ada juga yang diambil secara langsung.

Oleh karena itu, penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan buku ajar ini, disini kami terbuka menerima saran demi perbaikan buku ini kedepannya. Terimakasih.

Medan, April 2023

Penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI i

BAB 1
PENDAHULUAN 1
DEFINISI KEWIRAUSAHAAN 1
PERENCANAAN BISNIS USAHA 6
LATIHAN SOAL BAB 1 11

BAB 2
CAKUPAN STUDI KELAYAKAN BISNIS 12
DEFINISI STUDI KELAYAKAN BISNIS 12
MANFAAT DARI STUDI KELAYAKAN BISNIS 13
ASPEK DI DALAM STUDI KELAYAKAN BISNIS 16
PENYUSUNAN STUDI KELAYAKAN BISNIS 20
LATIHAN BAB 2 23

BAB 3
BENTUK PERUSAHAAN DI INDONESIA 24
BENTUK PERUSAHAAN DI INDONESIA 24
LEMBAGA KEUANGAN BANK – NON BANK 34
LATIHAN BAB 3 36

BAB 4
LANDASAN HUKUM BAGI STUDI KELAYAKAN BISNIS 37
PEMAHAMAN ASPEK HUKUM 37
LEGALITAS BISNIS 38
DOKUMEN LEGAL DALAM BISNIS 40
LATIHAN BAB 4 43

BAB 5
PEMASARAN DALAM STUDI KELAYAKAN BISNIS 44
ASPEK PEMASARAN DALAM STUDI KELAYAKAN BISNIS 44
STRATEGI PEMASARAN 46
PERENCANAAN MARKETING 51
LATIHAN BAB 5 54

BAB 6
ASPEK OPERASI DAN TEKNIS DALAM STUDI KELAYAKAN BISNIS 55
ASPEK TEKNIS DAN OPERASI 55
PERENCANAAN PRODUK 56
LATIHAN BAB 6 59

DAFTAR PUSTAKA 60

BAB 1
PENDAHULUAN

A. DEFINISI KEWIRAUSAHAAN

Kewirausahaan atau biasa disebut dengan *entrepreneurship* memiliki definisi atau penjabaran sebagai bentuk usaha yang dikelola dan juga diatur dengan perilaku manajerial dari pemilik atau *owner* dari unit usaha tersebut. Jiwa wirausaa yang terdapat di dalam diri individu atau personal tentu akan ditandai dengan adanya sebuah komitmen secara pribadi yang bisa digunakan dengan mandiri untuk mencapai target yang sudah dicanangkan di dalam proses kewirausahaan tersebut. Selain itu menghindarkan diri dari proses ketergantungan kepada individu lain serta memfokuskan diri agar bisa lebih produktif, menjadi salah satu cara untuk mengoptimalkan kemampuan dan potensi yang ada di dalam diri sendiri.

Jiwa kewirausahaan sendiri bisa dibangun dan dipupuk sejak kecil. Dan tentu saja pengaruh dari lingkungan sekolah serta keluarga bisa menjadi salah satu peran penting dalam membentuk kewirausahaan tersebut. Lingkungan keluarga menyajikan peran yang cukup penting dengan membawa pengaruh yang positif dimana motivasi kepada sang anak guna melakukan hal yang kecil dengan sifat mendukung segala macam kegiatan positif dan berhubungan dengan *enterpreneurship* bisa dilakukan.

Selain lingkungan keluarga, lingkungan sekolah bisa menjadi salah satu tempat yang mendukung pembangunan mental dan karakter bagi individu guna mendapatkan ilmu dan juga penerapan dalam melatih serta melaksanakan jiwa kewirausahaan tersebut. Sekarang ini sudah banyak kurikulum pendidikan yang mampu memberikan materi mengenai kewirausahaan dimana menjadi salah satu latar belakang pendidikan baik dari jenjang pendidikan dasar hingga ke jenjang yang lebih tinggi. Bukan hanya itu saja, kegiatan untuk siswa hingga mahasiswa yang memiliki tujuan guna membina serta memberikan dukungan kepada kegiatan kewirausahaan dalam

membangun mental *entreprenuership.* Salah satunya adalah Program Kreatifitas Mahasiswa yang ada di setiap lingkungan kampus

Jiwa *entrepreneurship* memiliki peran yang sangat penting. Apalagi jika mempunyai manfaat serta keuntungan bagi individu-individu yang ingin berkembang dan juga bisa memberikan manfaat bagi individu dalam perkembangan mental dan jiwa kewirausahaan tersebut. Jiwa *entreprenership* ini jika dipraktekkan ke dalam pertumbuhan dan juga perkembangan kewirausahaan, tentu bisa memberikan pengaruh yang sangat besar kepada sisi ekonomi sebuah daerah dan juga mengembangan taraf ekonomi sebuah bangsa agar menjadi jauh lebih baik. *Entrepreneurship* memiliki peran yang sangat penting guna menyangga dan juga menjaga stabilitas ekonomi sebuah bangsa. Tidak terkecuali dengan Indonesia. Ada beberapa ulasan dan juga alasan jiwa *enterpreneurship* dan juga kegiatan kewirausahaan tersebut memiliki peran yang cukup penting di Indonesia. Dan ulasan tersebut adalah:

1. Lapangan kerja yang bertambah
   Dengan pertumbuhan dan perkembangan dari kegiatan wirausaha, tentu saja lapangan pekerjaan akan meningkat. Dan banyak individu yang berniat untuk membuka wirausaha tentu saja memerlukan tenaga kerja yang baru guna mendukung bagian atau posisi yang terdapat di unit usaha tersebut. Pastinya bisa memberikan dukungan kepada nilai ekonomi dengan kaitannya bersama penghasilan individu.
2. Keberagaman lapangan kerja
   Ketika kegiatan kewirausahaan terus mengalami perkembangan, tentu saja jenis-jenis usaha juga terus berkembang. Selain itu juga ada banyak jenis usaha yang beragam. Semakin banyaknya jenis bidang usaha, tentu akan semakin banyak jenis keahlian dan juga kemampuan yang harus dimiliki oleh individu guna mengembangkan unit usaha tersebut. Dan hal ini tentu bisa membuka jenis lapangan kerja dengan adanya berbagai macam keahlian yang tentu diperlukan oleh pemilik usaha tersebut.
3. Tingkat pengangguran yang bisa teratasi

Dengan berkembangnya lapangan pekerjaan yang terbuka, tentu akan memberikan pengaruh kepada daya serap para pengangguran yang belum mendapatkan pekerjaan. Pengangguran yang belum bekerja, memiliki peluang guna mendapatkan penghasilan dan juga bisa ikut memberikan peran dalam perkembangan ekonomi.

4. Penyakit sosial bisa teratasi

   Dengan banyaknya pengangguran, tentu saja bisa berpengaruh kepada penyakit sosial yang ada di lingkungan masyarakat. Dengan banyaknya kejahatan dan juga penyakit sosial yang ada di tengah-tengah masyarakat, tentu memiliki hubungan yang erat dengan sisi pengangguran tersebut. Tindakan kejahatan dan penyakit sosial bisa disebabkan kesenjangan motif ekonomi di tengah masyarakat. Individu atau pribadi yang memiliki niat jatah disebabkan tidak adanya penghasilan, tentu bisa berbuat kejahatan dikarenakan tidak mampu memenuhi kebutuhannya tersebut. Dan penyakit sosial di masyarakat ini tentu bisa diminimalisir disebabkan pelaku yang sudah memiliki wadah guna menyalurkan energi ke arah yang lebih produktif dan ekonomis.

5. Peningkatan kesejahteraan

   Jika seseorang atau individu yang tidak bekerja, maka secara finansial memiliki kekurangan di dalam kemampuan ekonominya. Dan jika pengangguran yang kemudian memutuskan untuk bekerja, akan memberikan dampak di sisi kesejahteraan dan juga ekonomi tersebut. Ketika individu mencari nafkah, bisa mengurangi beban baik untuk dirinya sendiri dan juga keluarga. Hal ini bisa meningkatkan kesejahteraan dan juga perekonomian yang bisa saling mendukung.

6. Meningkatkan taraf hidup

   Kegiatan kewirausahaan yang berkembang di sebuah daerah, tentu bisa memberikan dampak serta nilai ekonomis yang memberikan dampak kepada masyarakat di daerah tersebut. Kegiatan wirausaha ini tentu memerlukan

tenaga kerja yang bisa diambil dari individu-individu yang terdapat di sekitar wilayah usaha tersebut. Dengan penyerapan tenaga kerja di sebuah wilayah, maka kegiatan ekonomi di dalam wilayah tersebut bisa bertambah dan juga penghasilan bisa saja meningkat. Tentu akan membantu kenaikan taraf hidup baik sang pemilik usaha dan juga para tenaga kerja.

7. Stabilitas ekonomi yang terjaga
   Jiwa *enterpreneurship* yang kuat dan stabil, tentu bisa membuat bangsa akan semkain kokoh di dalam menjaga stabilitas ekonomi sebuah bangsa. Perekonomian yang stabil tentu bisa membuat sebuah bangsa akan semakin kuat kepada badai krisis moneter ataupun krisis global serta resesi yang terjadi di dunia perekonomian tersebut. Kewirausahaan bisa membantu untuk menstabilkan dunia ekonomi tersebut.

Berada di dunia kewirausahaan dan mampu meraih kesuksesan tentu saja menjadi salah satu impian dari sebagian besar individu. Dan terutama anak-anak muda sekarang ini. Namun sayangnya hanya segelintir individu saja yang serius dan juga tertarik guna melakukan aksi dalam mewujudkan impiannya menjadi seorang wirausahawan sukses. Tentu saja hal ini disebabkan perencanaan dan juga pemikiran yang terlalu lama sebelum memutuskan untuk bergerak yang menjadi penghambat seseorang guna maju dan menjalankan usaha tersebut.

Salah satu langkah awal guna membangun bisnis dan juga menjadi pengusaha sukses adalah individu-individu tersebut harus memiliki jiwa wirausaha dan juga harus mampu mempraktekkan dalam membangun bisnis mereka. Dan bakat di dunia *entrepreneurship* ini bisa dikembangkan dan juga dipelajari oleh setiap orang tanpa melihat latar belakang pendidikan atau edukasi yang mereka terima.

Bisnis di dalam dunia ilmu ekonomi memiliki definisi sebagai sebuah organisasi yang bergerak dalam jual beli barang dan atau jasa kepada konsumen atau kepada unit bisnis lainnya. Dan hal ini dilakukan demi mendapatkan keuntungan. Secara sejarah dan historis sendiri kata bisnis berasal dari bahasa Inggris yaitu *bussiness* yang

memiliki arti “sibuk.” Dalam arti harafiah, maka kata sibuk ini merupakan aktifitas dan pekerjaan yang membuat individu atau kelompok dalam mendatangkan keuntungan di dunia bisnis.

Sementara definisi dari bisnis tersebut merupakan rangkaian usaha dan juga upaya yang dilakukan oleh individu atau kelompo yang menawarkan barang dan juga jasa guna mendapatkan keuntungan atau laba. Dan bisnis yang menawarkan ketersediaan barang dan jasa ini tentu bisa menjalankan sistem ekonomi yang mendukung perkembangan dunia ekonomi tersebut. Bisnis sendiri tidak selalu bergantung kepada modal atau uang. Namun ada banyak faktor yang bisa mendukung serta memberikan dorongan di dalam keberhasilan bisnis tersebut. Contohnya seperti reputasi, keahlian, pengetahuan hingga rekan bisnis yang bisa menjadi salah satu modal bisnis tersebut.

Bisnis sendiri mempunyai 3 komponen dan juga kegunaan yang berhubungan dengan konteks. Pemakaian tunggal dari sisi bisnis ini tentu saja akan berhubungan dengan badan bisnis. Seperti di sisi hukum, teknis, ekonomi dan juga pencarian keuntungan tersebut. Pemakaian yang jauh lebih luas bisa merujuk kepada sektor pasar di sisi perekonomian serta bisnis.

Sedangkan untuk pemakaian yang jauh lebih luas, hal ini mengacu kepada semua kegiatan yang dilakukan oleh komunitas baik di sisi barang dan jasa. Definisi dari bisnis sendiri ada berbagai macam variasi. Berdasarkan Bussiness Dictionary, bahwasanya bisnis memiliki definisi sebagai organisasi dan atau sistem ekonomi yang didalamnya terdapat pertukaran barang dan atau jasa menjadi bentuk lain seperti uang. Dan setiap usaha atau bisnis tentu saja memerlukan investasi dan juga pelanggan yang cukup dalam menjual barang dengan kuantitas yang sudah ditentkan guna mendapatkan keuntungan.

Bisnis sendiri bisa dipunyai secara individu. Dan tujuan bisnis sendiri bisa diklasifikasikan menjadi:

1. Bisnis dengan orientasi keuntungan

   Bisnis yang dibangun dan dibentuk hanya untuk mendapatkan keuntungan serta meningkatkan sisi kesejahteraan *owner* dan juga karyawan, menjadi bisnis

yang memiliki orientasi kepada laba atau keuntungan. Biasanya bisnis ini seperti bisnis rokok, manufaktur dan juga perusahaan lain.

2. Bisnis dengan orientasi nirlaba
   Bisnis dengan orientasi nirlaba ini memiliki tujuan sebagai kebaikan sosial. Contohnya NGO, yayasan panti sosal dan juga unit usaha lainnya.

Sementara berdasarkan jenis kegiatan dari bisnis tersebut, bisa diklasifikasikan atau dikategorikan menjadi 4 jenis yang terdiri dari:

1. Bisnis yang memiliki kegiatan luas seperti bisnis yang bergerak di dalam dunia pertambangan
2. Bisnis agraria menjadi bisnis yang berada di bidang pertanian. Seperti perikanan, peternakan hingga kehutanan dan juga perkebunan
3. Bisnis industri menjadi salah satu unit bisnis yang akan melakukan proses di sisi manufaktur seperti otomotif, rokok hingga sepatu dan lain sebagainya.
4. Bisnis jasa menjadi salah satu unit bisnis yang bergerak di dalam penyediaan produk yang tidak memiliki wujud.

B. PERENCANAAN BISNIS USAHA

Sebelum memulai untuk membangun bisnis atau usaha, tentu saja langkah pertama adalah dengan merancang studi kelayakan bisnis tersebut. Dan studi kelayakan ini memiliki beberapa faktor yang harus masuk ke dalam pertimbangan seperti bisnis tersebut sudah ada atau belum. Jika tidak ada bisnis yang baru, maka langkah berikutnya yang cukup penting dilakukan tentu saja membuka pola pikir bisnis dan juga mencari peluang bisnis yang memiliki kedekatan dengan nilai kewirausahaan tersebut.

Budidaya mengenai nilai dari *entreprneurship* bagi sebagian individu tentu saja memberikan harapan guna meningkatkan semangat kreatifitas dalam bisnis dan juga kewirausahaan yang tidak akan bergantung kepada pencarian kerja. Apalagi meningkatnya sisi kompetitif dari pencarian kerja tersebut. Kreatifitas memiliki peranan yang cukup penting dalam membangun pemikiran serta mental

kewirausahaan dalam membangun dan menciptakan peluang serta memaksimalkan bisnis baru.

Nilai kewirausahaan tersebut tentu saja memiliki peranan yang sangat penting untuk para pemula. Praktis membuat para wirausawahan tersebut harus berusaha melakukan inovasi di dalam bisnis yang dijalankan agar produk yang dipasarkan bisa diterima oleh pasar. Dan tentu saja bisa menjadi produk unggulan di pasar wirausaha tersebut. Di era globalisasi tersebut tentu saja persaingan bisnis akan sangat ketat. Persaingan antara pebisnis dan juga pengusaha baik dalam skala lokal, regional hingga ke skala internasional ini akan sangat terasa. Dan tentu saja inovasi yang kreatif bisa menjadi salah satu pelopornya.

Inovasi sendiri memiliki definisi sebagai kemampuan dalam menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan juga peluang dalam meningkatkan kehidupan masyarakat. Sementara kreatifitas sendiri memiliki arti sebagai pemikiran baru di dalam dunia bisnis. Dan guna memahami potensi di dalam membangun dan menciptakan sikap tersebut, tentu saja akan seperti:

1. Ide dan impian yang menggerakkan dalam proses inovasi serta kreatifitas
2. Mengandalkan kreatifitas yang lebih utama
3. Menunjukkan keberanian
4. Percaya terhadap usaha dan juga upaya yang konkrit
5. Masalah yang terjadi merupakan peluang untuk berbenah
6. Memilih bisnis dari hobi dan juga minat
7. Memulai dengan modal kecil atau apa adanya
8. Menyukai hal-hal baru
9. Bangkit dari kegagalan
10. Tidak tergantung kepada gelar akademik yang didapatkan di meja kuliah.

Dalam proses perencanaan bisnis ini tentu saja bisa membuahkan hasil melalui pengamatan dan juga pengalaman. Dengan perencanaan yang cermat, tentu bisa memberikan gagasan yang sangat tepat dan baik. Sumber peluang bisnis potensial bisa digali dengan cara:

1. Menciptakan produk baru
   Salah satu kunci dalam berwirausaha adalah pengembangan produk baru seperti pengembangan dan pemillihan ide, pengembangan konsep dan juga pengujian. Strategi pemasaran, analisa bisnis dan juga pengembangan produk dan uji pasar.
2. Mengamati setiap peluang yang ada
   Dalam membangun bisnis harus mengamati setiap peluang yang hadir. Dan terdapat berbagai macam situasi yang bisa digunakan dalam menciptakan peluang yaitu:
   a. Produk barus harus dipasarkan dengan waktu yang lebih cepat dan singkat
   b. Kerugian teknis harus berada di titik yang rendah
   c. Harus lebih agresif dibandingkan dengan pesaing
   d. Teknologi terbaru dan canggih bisa mendukung peluang
   e. Strategi dalam posisi pasar harus dikuasai
   f. Perusahaan harus memiliki sdm dan kemampuan yang selaras.
3. Analisa dan proses yang detail
   Analisa menjadi salah satu proses yang sangat penting di dalam membangun dan juga menciptakan peluang yang baik guna menjalankan bisnis secara efektif dan efisien. Dan ada beberapa analisa yang bisa dilakukan oleh para wirausahawan tersebut:
   a. Analisa produk dan layanan yang sudah tersedia
   b. Analisa pasar yang memiliki peluang memberikan keuntungan
   c. Akses kebutuhan dan keinginan konsumen yang potensial
   d. Analisa kemampuan organisasi dalam melayani permintaan konsumen
   e. Memaksimalkan sumber daya organisasi guna memenuhi keinginan konsumen
   f. Melakukan analisa penetapan harga yang sesuai dengan penerimaan konsumen tersebut

4. Mempertimbangkan resiko

   Ketika mempertimbangkan dan menghitung resiko, tentu ada beberapa hal yang harus menjadi pertimbangan, yaitu:

   a. Menciptakan nilai positif untuk pelanggan atau konsumen
   b. Pilih pasar yang bisa mendukung unit usaha
   c. Target yang harus berkesinambungan dan bisa meningkatkan posisi usaha
   d. Menerapkan inovasi dan kualitas serta pengurangan biaya.

Menciptakan ide bisnis dan usaha tentu saja harus mengembangkan bisnis dan juga perencanaan bisnis tersebut agar jauh lebih konkret. Ada beberapa faktor yang bisa menjadi pertimbangan dalam persiapan rencana bisnis agar bisa berjalan dengan baik yaitu:

1. Stakeholder

   Stakehoder ini merupakan individu-individu yang mempunyai minat yang sangat kuat di dalam bisnis. Seperti *owner,* karyawan, kreditor, distributor dan juga konsumen.

2. Lingkungan

   Lingkungan ekonomi tentu juga memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap kinerja bisnis di dalam sebuah negara. Kondisi bisnis tersebut bisa memberikan pengaruh kepada sisi penerimaan dan juga pengeluaran di dalam bisnis tersebut. Di lingkungan ekonomi terdapat berbagai macam faktor yang harus menjadi pertimbangan dalam pertumbuhan ekonomi sebagai kenaikan nilai dari sebuah perusahaan.

3. Inflasi

   Kenaikan nilai harga barang dan atau jasa selama masa-masa atau waktu tertentu disebut sebagai inflasi. Tingkat inflasi sendiri bisa diperkirakan dengan mengukur persentase dari perubahan di dalam indeks harga konsumen atau CPI yang menyajikan sebuah indikasi harga dari berbagai produk tersebut.

4. Suku bunga

   Suku bunga pasar tentu saja bisa memberikan pengaruh suku bunga perusahaan yang disebabkan pinjaman yang diminta oleh bak komersial atau kreditor dengan landasan suku bunga pasar tersebut. Suku bunga ini memberikan pengaruh kepada biaya properti dan juga proyek yang dianggap bisa memenuhi beberapa persyaratan tersebut.

5. Industri

   Kondisi ekonomi mikro memiliki pengaruh besar kepada dunia bisnis. Di lingkungan industri sendiri ada berbagai macam faktor yang harus dipertimbangan di dalam sistem nilai perusahaan seperti:

   a. Permintaan Industri

      Permintaa industri merupakan permintaan di semua produk Industri yang akan dipengaruhi oleh berbagai macam faktor yang berbeda-beda. Dan hal ini tergantung dari produk di industri tersebut

   b. Tingkat Persaingan

      Tingkat persaingan atau kompetisi sendiri bisa tersaji dengan cara persaingan yang berbeda. Tentu saja hal ini tergantung dari dunia industri yang digeluti.

   c. Peraturan Industri

      Peraturan industri merupakan persyaratan yang cukup ketat guna membatasi dan juga mengatur dunia bisnis agar tidak semrawut dan kacau dikarenakan perusahaan-perusahaan yang saling bersaing akan menjatuhkan lawan dengan cara-cara yang kurang baik.

3. LATIHAN SOAL BAB 1

Dari penjabaran di atas mengenai sisi kewirausahaan, ada beberapa latihan soal dan pertanyaan yang bisa menjadi latihan dalam bab 1 ini. Dan berikut pertanyaan tersebut:

1. Sebutkan definisi dari kewirausahaan
2. Sebutkan minimal 3 peran penting kewirausahaan
3. Sebutkan alasan kenapa inovasi dan kreatifitas sangat pentng
4. Sebutkan 4 faktor dalam menggali peluang bisnis yang potensial
5. Sebutkan faktor yang bisa menjadi pertimbangan dalam persiapan rencana bisnis

BAB 2
CAKUPAN STUDI KELAYAKAN BISNIS

A. DEFINISI STUDI KELAYAKAN BISNIS

Studi kelayakan bisnis memiliki pengertian sebagai sebuah studi yang memiliki ruang lingkup di dalam aspek hukum, sosial ekonomi dan juga budaya, aspek pasar dan pemasaran serta teknis dan teknologi. Selain itu aspek manajemen dan keuangan juga menjadi salah satu ruang lingkup dari studi kelayakan bisnis tersebut. Aspek di dalam studi kelayakan bisnis tersebut tentu saja bisa difungsikan sebagai jalan untuk memutuskan mengenai sebuah proyek atau bisnis yang bisa dilakukan, ditunda atau tidak bisa dilakukan sama sekali.

Studi kelayakan bisnis merupakan sebuah penelitian yang dilakukan untuk menilai layak atau tidakkah sebuah proses besar terhadap proyek investasi yang dilakukan tersebut. Studi kelayakan bisnis ini menjadi studi atau kajian mengenai sebuah usulan, ide, gagasan usaha yang memiliki tujuan. Pada proses studi kelayakan tersebt tentu akan melibatkan berbagai ahli di dalam bidang-bidang yang mendukung setiap aspek dari penelitian tersebut. Seperti ahli di bidang ekonomi, hukum, psikologi, akuntan hingga insinyur teknologi yang bisa mendukung perkembangan bisnis tersebut.

Studi kelayakan bisnis sendiri merupakan penelitian yang memiliki basis di dalam bidang hukum, sosial ekonomi dan juga budaya, pemasaran serta pasar hingga aspek teknologi, manajemen dan keuangan. Dan semua aspek ini akan difungsikan sebagai pendukung dalam melakukan pemutusan apakah sebuah bisnis atau proyek bisa dijalankan, ditunda atau bahkan tidak dijalankan sama sekali.

Studi kelayaan bisnis sendiri akan terbagi menjadi 2 hal yang berhubungan erat dengan orientasi dari sebuah perusahaan. Yang pertama adalah orientasi laba dimana studi kelayakan ini akan fokus kepada keuntungan di sisi ekonomi. Sementara untuk orientasi nirlaba atau sosial, studi tersebut akan dilakukan tanpa memikirkan nilai ekonomi dan juga keuntungan tersebut.

Pertimbangan yang paling utama dalam membangun dan juga memulai bisnis adalah dengan memikirkan keuntungan atau laba dari sebuah perusahaan. Pertimbangan mengenai apakah bisnis yang dibangun atau dikembangkan bisa memberikan keuntungan atau tidak. Jika bisa memberikan keuntungan, apakah bisa mempunyai potensi tumbuh dan berkembang atau hanya jalan di tempat. Dan hal ini tentu saja diperlukan berbagai aspek guna mendukung penelitian tersebut.

B. MANFAAT DARI STUDI KELAYAKAN BISNIS

Studi kelayakan bisnis ternyata tidak hanya berguna dan mendukung para pebisnis saja. Ada berbagai pihak lain yang memerlukan studi kelayakan bisnis dalam membantu pencapaian minat dan ekspektasi dari berbagai macam pihak yang memiliki kepentingan. Ada berbagai macam manfaat dari penyusunan studi kelayakan bisnis yang terdiri dari:

1. Menghindari resiko kerugian
   Studi kelayakan bisnis tentu saja bisa memberikan bantuan dalam membangun bisnis dalam menghindari resiko kerugian. Jika owner sebuah bisnis tidak menggunakan sistem studi kelayakan bisnis, tentu saja hal ini bisa memberikan kesulitan di dalam mencari dan merencanakan bisnis yang dijalankan. Hal ini akan memberikan kesulitan kepada owner apakah bisnis tersebut memberikan keuntungan atau kerugian dalam usaha bisnis yang dijalankan. Dengan menggunakan studi kelayakan bisnis, tentu sebuah pemilik usaha bisa melakukan perencanaan agar usaha yang dijalankan bisa terhindar dari resiko kerugian serta kehilangan dalam jumlah besar.
2. Membantu perencanaan bisnis dan usaha
   Studi kelayakan bisnis memberikan bantuan kepada para pemilik usaha atau owner dalam merencanakan kegiatan dan juga target bisnis dari perusahaan yang mereka miliki. Dengan studi penelitian tersebut sebelum bisnis dan usaha dibangun, tentu akan memberikan kemudahan kepada para

pelaku usaha guna menentukan program dan juga perencanaan di dalam menjalankan perusahaan. Studi ini bisa memberikan keuntungan tersendiri.

3. Membantu memulai perjalanan bisnis
   Studi kelayakan bisnis menjadi salah satu cara yang bisa dilakukan dalam membantu realisasi program serta target dari bisnis yang hendak dijalankan. Pemilik bisnis bisa melakukan evaluasi serta perencanaan mengenai kebijakan yang bisa memberikan keuntungan dan juga kebijakan yang bisa menyebabkan kerugian jika dilakukan.
4. Kemudahan dalam pengawasan
   Studi kelayakan bisnis bisa menjadi salah satu cara untuk membantu bagi para pemilik bisnis atau owner dalam pengawasan atas unit usaha yang dimiliki. Laporan dari berbagai macam aspek yang ada di dalam studi kelayakan bisnis ini, akan menyajikan kemudahan dalam proses pengawasan kepada perusahaan yang dijalankan. Studi kelayakan bisnis memberikan kemudahan dalam penyajian data ketika audit yang dilakukan secara internal dan juga eksternal.
5. Fasilitas pengendalian usaha
   Dengan penelitian terhadap studi kelayakan bisnis, bisa dipakai guna melakukan penyederhanaan di dalam proses pengendalian perusahaan tersebut. Jika terdapat gangguan, maka owner sebuah perusahaan atau bisnis bisa dengan cepat menentukan aspek yang bisa menjadi pusat permasalahan. Dan pemilik bisnis juga bisa melakukan keputusan yang tepat ketika masalah di dalam perusahaan muncul. Dengan studi kelayakan tersebut, bisa ditemukan solusi mengenai permasalahan dan jalan keluar tersebut.

Studi kelayakan bisnis tentu saja sangat berguna untuk bisnis. Selain itu bisa memberikan bantuan kepada beberapa pihak untuk membantu dalam mencapai target yang dicanangkan. Berikut beberapa pihak yang diuntungkan dengan adanya studi kelayakan bisnis tersebut:

1. Investor

Studi kelayakan bisnis sangat membantu para investor yang melakukan investasi di dalam sebuah bisnis dan juga perusahaan. Laporan mengenai studi kelayakan bisnis ini sangat bermanfaat bagi para investor dalam menentukan jumlah modal yang bisa diinvestasikan di dalam sebuah bisnis. Hasil dari penelitian ini sangat membantu para investor agar terhindar dari investasi yang buruk. Dan bisa membantu para investor dalam terhindar dari usaha yang berpeluang memberikan kerugian

2. Kreditor

   Bagi perusahaan yang memerlukan modal yang besar, tentu saja para pengusaha bisa melakukan peminjaman kepada bank. Dan bank yang bertindak sebagai kreditor akan melakukan penelitian dan juga laporan mengenai studi kelayakan bisnis sebagai pedoman dan acuan guna memutuskan untuk memberikan pinjaman kepada sebuah perusahaan atau tidak. Hasil dari studi kelayakan bisnis ini bisa memberikan nilai kredibilitas kreditor tersebut.

3. Manajemen Perusahaan

   Sebuah manajemen perusahaan juga membutuhkan laporan penelitian mengenai studi kelayakan bisnis sebagai salah satu indikator manajemen yang bisa diterapkan dari masa ke masa. Studi kelayakan bisnis memiliki fungsi bagi manajemen guna menentukan jumlah dana yang dibutuhkan serta sebagai acuan dalam penerapan serta pengelolaan proyek.

4. Pemerintah

   Di dalam bisnis, pemerintah memiliki peran dalam menetapkan legalitas. Studi kelayakan bisnis bisa dipergunakan oleh pemerintah sebagai acuan serta dasar guna membuat keputusan mengenai pemberian tentang bisnis dan juga proyek.

5. Publik

   Bisnis yang dijalankan tentu saja memerlukan sebuah izin. Bukan hanya pemerintah saja, namun masyarakat juga memiliki hak untuk memberikan izin kepada pemilik usaha.

Dengan studi kelayakan bisnis, tentu bisa memudahkan dalam perolehan izin tersebut.

C. ASPEK DI DALAM STUDI KELAYAKAN BISNIS

Dalam studi kelayakan bisnis, ada berbagai macam aspek yang bisa dilakukan analisa serta diteliti. Aspek di dalam studi kelayakan tersebut memiliki sifat yang fleksibel. Sehingga bisa ditambahkan ke dalam studi penelitian tersebut yang sesuai dengan kebutuhan dari perusahaan dan juga organisasi baik yang profit dan juga non profit. Ada berbagai macam aspek dasar yang bisa diteliti di dalam studi kelayakan bisnis tersebut yang terdiri dari:

1. Aspek hukum.

   Aspek hukum pada proses studi kelayakan bisnis ini memiliki sangkut paut terhadap semua hal yang berkaitan erat dengan legalitas dari perencanaan bisnis yang akan dilakukan tersebut. Ketentuan mengenai hukum ini terdiri dari:

   a. Izin lokasi usaha
   b. Akte pendirian perusahaan yang dibuat oleh notaris
   c. Nomor Pokok Wajib Pajak atau NPWP
   d. Surat tanda daftar perusahaan
   e. Surat izin usaha dari Pemda
   f. Surat tanda rekanan dari Pemda
   g. Surat Izin Usaha Perdagangan atau SIUP

2. Aspek Ekonomi

   Aspek ekonomi dan budaya di dalam studi kelayakan bisnis ini tentu saja memiliki sangkut paut kepada dampak di dalam sebuah badan usaha bagi masyarakat sekitar. Dan beberapa aspek yang memiliki hubungan erat sebagai berikut:

   a. Sisi budaya

      Di sisi budaya, penelitian studi kelayakan bisnis memberikan jawaban mengenai dampak dari keberadaan bisnis kepada adat istiadat di dalam wilayah setempat

b. Sisi ekonomi
   Penelitian dalam sebuah studi kelayakan bisnis ini tentu bisa memberikan jawaban mengenai sebuah bisnis yang bisa memberikan kenaikan atau penurunan dari pendapatan rata-rata per kapita

3. Aspek pemasaran dan pasar
   Aspek pemasaran dan juga pasar memiliki peran di dalam penentuan dan pertanyaan mengenai peluang pasar terhadap produk yang akan menjadi usaha. Dan aspek ini bisa dilihat dengan jalur sebagai berikut:
   a. Potensi pasar akan dinilai dengan berdasarkan bentuk pasar dan juga konsumen yang dipilih
   b. Jumlah konsumen potensial. Jumlah ini tentu bisa diketahui melalui proses pengukuran dan meramal mengenai permintaan dan juga penawaran yang berdasarkan atas produk yang ada di pasar saat ini.
   c. Daya beli masyarakat menjadi pertimbangan dengan perhitungan mengenai perkembangan dan juga populasi penduduk
   d. Segmentasi dan juga target serta posisi produk di pasar tersebut
   e. Situasi persaingan di lingkungan industri
   f. Sikap, perilaku dan juga kepuasan konsumen kepada produk yang sama
   g. Manajemen pemasaran yang terdiri dari analisa persaingan dan juga bauran pemasaran.
4. Aspek teknologi dan teknis
   Aspek teknologi dan juga teknis di dalam studi kelayakan bisnis ini tentu saja memiliki hubungan erat dengan hal-hal teknis dan juga teknologi yang digunakan pada perusahaan tersebut. Dan aspek tersebut terdiri dari:
   a. Pemilihan strategi pemasaran dan produksi
   b. Pemilihan perencanaan produk
   c. Rencana kualitas produk
   d. Pemilihan teknologi produksi
   e. Perencanaan mengenai kapasitas produksi

f. Perencanaan letak dari usaha seperti pabrik, hotel, usaha yang berdasarkan jenis bisnis dan jasa
g. Perencanaan tata letak layout dari perusahaan
h. Perencanaan mengenai jumlah produksi
i. Manajemen
j. Quality control

5. Aspek manajemen

   Aspek manajemen memiliki hubungan erat kepada pembangunan dan juga pengembangan operasional perusahaan. Aspek manajemen mempunyai cakupan yang sangat luas seperti manajemen SDM hingga finansial sebuah perusahaan. Hal ini tentu saja berkaitan erat dengan sisi operasional perusahaan

6. Aspek keuangan

   Aspek keuangan memiliki hubungan dengan nilai modal serta sumber dana yang dipakai dalam membangun sebuah usaha dan juga bagaimana cara modal tersebut kembali. Di dalam aspek keuangan ini, terbagi menjadi:

   a. Keperluan dana dan sumber dana
   b. Cash flow
   c. Biaya modal seperti utang atau modal sendiri
   d. Kepekaan dana
   e. Pemilihan investasi dana

Selain aspek-aspek tersebut diatas, ada beberapa bidang ilmu yang mempunyai peran serta keterkaitan dan juga keterikatan terhadap penyusunan studi kelayakan bisnis. Dan beberapa bidang ilmu yang bisa mendukung studi kelayakan bisnis tersebut adalah:

1. Hukum Bisnis

   Hukum bisnis memiliki peran yang cukup penting dan juga krusial dalam melakukan analisa kelayakan bisnis dari sisi hukum. Hukum bisnis ini memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan ketentuan hukum di dalam menjalankan sebuah bisnis. Salah satunya yaitu perjanjian kontraktual yang memiliki kaitan erat dengan dunia bisnis.

2. Sosiologi dan lingkungan

Bidang ilmu sosiologi dan juga lingkungan memiliki peran yang sangat penting di dalam melakukan analisa aspek sosial kelayakan. Ilmu sosiologi tersebut akan menganalisa setiap perilaku individu-individu yang hidup di lingkungan masyarakat. Sedangkan untuk ilmu lingkungan sendiri akan memberikan peran yang cukup penting di dalam analisa kelayakan bisnis di dalam lingkungan fisik. Yaitu berupa dampak dari bisnis kepada lingkungan yang ada di sekitar masyarakat.

3. Manajemen Pemasaran
   Ilmu di sektor manajemen pemasaran cukup dibutuhkan dalam melakukan analisa di sisi aspek pemasaran. Manajemen pemasaran akan mengatasi perhitungan mengenai potensi pasar, penetapan harga dan juga pemilihan saluran distribusi dan juga sarana promosi. Selain itu spesifikasi produk dan juga analisa persaingan
4. Manajemen dan riset operasional
   Pengetahuan mengenai manajemen operasional dan juga risetnya akan memberikan peran yang cukup penting di dalam analisa sisi kelayakan aspek teknis. Manajemen dan riset operasional tersebut akan mencakup jalur kritis dari penyelesaian proyek, penentuan tata letak dan juga pemilihan lokasi. Selain itu manajemen inventaris serta penentuan pola dari prediksi tersebut.
5. Manajemen SDM
   Ilmu pengetahuan di sektor sumber daya manusia dibutuhkan sebagai jalan dalam menganalisa kondisi dari SDM tersebut. Manajemen sumber daya manusia ini akan membahas perencanaan tenaga kerja, rekrutmen dan juga seleksi pengembangan. Selain itu manajemen SDM juga yang mengatur pemutusah hubungan kerja karyawan.
6. Manajemen keuangan dan akuntansi
   Ilmu pengetahuan mengenai manajemen keuangan dan akuntasi dibutuhkan sebagai jalan untuk menganalisa dari sisi keuangan. Manajemen keuangan pula yang akan memabhas mengenai cara mendapatkan modal atau sumber

dana yang murah dan juga efisien. Sedangkan ilmu akuntansi memiliki kaitan erat dengan laporan keuangan sebuah perusahaan.

7. Metodologi penelitian, komputer dan statistik
   Metodologi penelitian, statistik dan juga komputer memiliki peranan yang sangat penting. Bidang ilmu ini bisa memandu proses penelitian yang terdapat di dalam sema aspek studi kelayakan bisnis. Dunia statistik memiliki peran di dalam proses analisa data. Sementara pengetahuan di sektor komputer memiliki peranan yang penting guna menganalisa data dan juga persiapan laporan tersebut.

D. PENYUSUNAN STUDI KELAYAKAN BISNIS

Studi kelayakan bisnis termasuk ke dalam metode ilmiah yang juga memiliki persyaratan sebagai ilmu yang sistematis. Di dalam penyusunan studi kelayakan bisnis tersebut tentu saja ada beberapa langkah yang harus dilakukan agar proses penyusunan studi ini bisa berjalan dengan maksimal. Berikut langkah dari studi kelayakan bisnis yang bisa dilakukan:

1. Menentukan ide sebuah bisnis
   Tahap awal adalah dengan menentukan ide dari bisnis yang akan dijalankan. Ide bisnis ini muncul disebabkan adanya peluang yang mempunyai prospek yang luar biasa. Penentuan ide ini tidak sembarangan. Tentu harus mencakup beberapa aspek seperti:
   a. Pengamatan atau observasi
   b. Informasi dari masyarakat
   c. Media
   d. Pengalaman
2. Studi pendahuluan
   Langkah berikutnya adalah dengan melakukan studi pendahuluan agar bisa memperoleh sebuah gambaran umum mengenai peluang bisnis dari ide-ide serta gagasan bisnis yang hendak dilakukan. Hal ini termasuk di dalamnya prospek dan juga kendala yang bisa saja muncul dari ide

bisnis tersebut. Berdasaran studi pendahuluan sebuah bisnis, tentu saja memberikan peranan yang penting. Dari studi pendahuluan ini, akan didapatkan informasi jika ide bisnis mempunyai prospek yang baik dan juga owner dari bisnis ini mempunyai kepercayaan diri yang tinggi, tentu bisa melanjutkan proses ke tahap berikutnya.

3. Desain studi kelayakan
   Setelah melakukan studi pendahuluan, maka tinjauan umum mengenai peluang bisnis akan didapatkan. Dan langkah berikutnya dengan merancang studi kelayakan desain dimana di dalamnya akan berisikan penentuan aspek yang hendak diteliti, responden atau informan, teknik pengumpulan data dan juga persiapan kuesioner. Kemudian alat analisa data serta persiapan anggaran guna studi kelayaan ini di desain ala jurnal penelitian dan laporan akhir.
4. Pengumpulan data
   Pengumpulan data menjadi salah satu langkah yang harus dilakukan agar bisa meraih data-data yang dibutuhkan. Caranya adalah dengan memakai teknik observasi, wawancara dan juga kuesioner. Sementara sumber data sendiri bisa didapatkan baik data primer dan juga sekunder. Pengumpulan data ini menjadi tugas yang cukup menyita waktu di dalam membangun atau merencanakan studi kelayakan bisnis. Praktis para pebisnis harus merancang dengan baik dan juga maksimal.
5. Analisa dan interpretasi data
   Analisa data menjadi langkah berikutnya. Dan cara ini bisa dilakukan dengan memakai metode analisis kualitatif dan juga kuantitatif. Analisis kualitatif bisa dilakukan jika data-data yang didapatkan merupakan data kualitatif. Begitu juga dengan analisis kuantitatif. Analisa ini bisa dilakukan jika data yang didapatkan merupakan data kuantitatif.
6. Kesimpulan dan rekomendasi
   Kesimpulan didapatkan dengan dasar akan analisa data yang berhasil dikumpulan sebagai langkah penentuan

mengenai ide bisnis yang memiliki nilai atau tidak. Dan tentu saja harus berdasarkan aspek-aspek yang masuk ke dalam penelitian tersebut. Sementara rekomendasi memiliki peran sebagai panduan mengenai tindak lanjut dari ide bisnis yang hendak dilaksanakan dan juga memberikan catatan mengenai kapan ide bisnis tersebut bisa dilakukan.

7. Kompilasi laporan dari studi kelayakan bisnis

   Desain dari laporan akhir dari studi kelayakan bisnis ini harus disesuaikan dengan berbagai macam pihak yang akan memakai studi tersebut dalam memulai bisnis mereka. Selain itu ukuran anggaran guna menyiapkan studi kelayakan bisnis juga layak untuk dipertimbangkan lebih lanjut. Kegiatan penyusunan studi kelayakan bisnis tentu saja tidak hanya dilakukan di saat ada ide guna merintis bisnis yang baru. Namun studi ini bisa juga dibutuhkan oleh para pelaku bisnis yang akan melakukan beberapa hal seperti:

   a. Merintis usaha yang baru

      Bagi para pelaku bisnis yang hendak membuka dan merintis usaha yang baru, studi kelayakan bisnis dibutuhkan agar mengetahui unit bisnis dan juga usaha yang dijalankan apakah memiliki kelayakan atau tidak.

   b. Pengembangan usaha

      Selain merintis usaha baru, studi kelayakan bisnis juga bisa dilakukan sebagai cara pengembangan usaha yang sudah ada. Kala pelaku bisnis ingin mengembangkan unit usaha mereka, maka ide pengembangan tersebut layak atau tidak untuk dikembangkan lebih besar.

   c. Memilih bisnis atau investasi

      Adakalanya investor dan juga pelaku bisnis akan menghadapi sebuah masalah dalam menentukan pilihan dari jenis bisnis atau investasi bisnis. Hal ini biasanya disebabkan keterbatasan biaya dan juga investasi. Dengan adanya studi kelayakan bisnis, tentu bisa

memudahkan para ibnvestor memilih alternatif mengenai investasi yang ada.

E. LATIHAN BAB 2

Dari penjelasan dan juga uraian mengenai Bab2 tentang cakupan studi kelayakan bisnis, berikut soal dan latihan mengenai uraian bab 2 ini:

1. Sebutkan dan uraikan mengenai aspek di dalam studi kelayakan bisnis
2. Sebutkan dan urutkan langkah penyusunan dari studi kelayakan bisnis
3. Apa saja manfaat dari studi kelayakan bisnis
4. Sebutkan definisi dari studi kelayakan bisnis
5. Sebutkan dan uraikan mengenai kompilasi laporan studi kelayakan bisnis

BAB 3
BENTUK PERUSAHAAN DI INDONESIA

A. BENTUK PERUSAHAAN DI INDONESIA

Organisasi profit yang berlandaskan kepada laba adalah sebuah kesatuan usaha atau single entity yang utuh. Dan organisasi ini memang akan berorientasi khusus kepada laba atau keuntungan yang besar. Organisasi profit ini memang bertujuan dan target utama mereka adalah dengan meraih laba sebesar-besarnya. Sementara organisasi non profit memiliki definisi yang berkebalikan dengan organisasi profit. Organisasi ini didirikan sebagai perwujudan perubahan terhadap individu dan juga komunitas di lingkungan masyarakat.

Organisasi non profit tersebut menjadikan sumber daya manusia atau SDM sebagai aset yang sangat penting dan juga berharga. Hal ini disebabkan semua aktifitas dari organisasi tersebut berasal dari, oleh dan juga untuk manusia. Meski memiliki perbedaan di dalam target dan juga konsep, namun kedua model organisasi ini tetap memerlukan yang namanya studi kelayakan bisnis di dalam mewujudkan dan memulai perjalanan organisasi tersebut.

Sementara bagi pengusaha yang baru saja merintis, tentu saja usaha dengan bentuk kecil bisa dilakukan terlebih dahulu. Setelah didapatkan keuntungan dari unit usaha tersebut, maka pengusaha bisa melakukan strategi agar bisa memaksimalkan laba yang didapatkan oleh organisasi perusahaan tersebut. Dan studi kelayakan bisnis bisa menjadi salah satu cara agar perusahaan yang kecil bisa menjadi besar dan meraih keuntungan yang besar pula.

Ada alasan kenapa perusahaan start up atau rintisan awal bisa tumbuh dan berkembang dengan menggunakan metode studi kelayakan bisnis. Pasalnya studi ini bisa membantu para wirausahawan atau owner dari pemilik bisnis menganalisa sejak awal dari bisnis yang hendak dimiliki. Praktis perusahaan atau organisasi tersebut tidak mengalami kesulitan di dalam mengembangkan perusahaan kala mereka tumbuh dan berkembang menjadi lebih baik.

Dan ada beberapa bentuk perusahaan yang bisa menggunakan studi kelayakan bisnis seperti:

1. Perusahaan perorangan

   Perusahaan perorangan menjadi salah satu bentuk dari perusahaan yang merupakan jenis usaha yang dijalankan oleh 1 orang pemilik saja. Dan perusahaan perorangan ini menjadi sebuah jenis usaha sederhana dan tidak terlalu kompleks dalam struktur organisasi tersebut. Perusahaan perorangan ini merupakan organisasi perusahaan yang jumlahnya cukup banyak di dalam setiap roda perekonomian. Sayangnya perusahaan dengan bentuk ini tidak terlalu besar di dalam sumbangan kepada sektor produksi nasonal. Hal ini disebabkan bentuk usaha tersebut hanya dilakukan dengan skala kecil. Dan juga tidak memiliki modal yang besar begitu pula dengan hasil produksi dan penjualan tersebut. Perusahaan perorangan ini sebagai sebuah usaha yang dimiliki oleh 1 owner atau pemilik saja dimana setiap keputusan dan juga tindakan di dalam perusahaan tersebut menjadi pertanggung jawaban pemilik. Dan terdapat kelebihan serta kekurangan dalam perusahaan perorangan tersebut.

   Kelebihannya adalah sebagai berikut:

   a. Tidak terkena pajak perusahaan seperti bentuk-bentuk PT atau firma / partnership
   b. Pada pengelolaan perusahaan, owner termasuk ke dalam manajemen sehingga proses pengendalian internal akan cukup mudah dan tidak terlalu rumit. Sehingga proses pengawasan bisa dilakukan secara langsung.
   c. Biaya rendah di dalam pengelolaan. Pasalnya karyawan yang bekerja di dalam perusahaan tersebut juga termasuk sebagai pemilik usaha
   d. Tidak adanya proses administrasi hukum yang kompleks. Dan hanya sampai kepada akta notaris serta surat keterangan domisili dari pihak kelurahan saja.

Tidak perlu juga proses SUP, TDP dan juga surat keputusan dari Menkeh dan HAM

e. Proses pendirian perusahaan yang cukup cepat
f. Jika mengalami kerugian, maka kompensasi kerugian bisa dimasukkan ke dalam perhitungan pajak dari penghasilan sang pemilik usaha.

Sementara untuk kekurangan dari bentuk perusahaan ini adalah:

a. Perusahaan perorangan tentu mempunyai tanggung jawab yang sama terhadap setiap tindakan yang dilakukan oleh perorangan. Oleh sebab itu jika terjadi tuntutan hukum, maka sang pemilik perusahaan yang menjadi penanggung dari tuntutan hukum tersebut.
b. Pemili menjadi 1 kesatuan perorangan yang mewajibkan pemilik harus mempunyai NPWP. Dan jika penghasilan dari perorangan atau perusahaan tersebut, maka penghasilan pajak menjadi tanggung jawab pemilik.

2. Firma

Firma menjadi salah satu bentuk perusahaan yang ada di Indonesia. Firma yang berasa dari bahasa Belanda yaitu venootschap onder firma, memiliki arti sebagai perserikatan dagang diantara beberapa perusahaan. Firma merupakan bentuk persekutuan guna menjalankan usaha yang dijalankan oleh 2 orang atau lebih dengan menggunakan nama perusahaan bersama. Pemilik dari perusahaan firma ini bisa terdiri dari beberapa orang yang kemudian akan menyerahkan kekayaan pribadi yang berdasarkan ata pendirian perusahaan.

Organisasi perusahaan ini merupakan organisasi perusahaan yang dimilii oleh beberapa orang dan memiliki kemungkinan mendapatkan modal lebih besar. Sementara di sektor tanggung jawab, maka tanggung jawab perusahaan akan diemban secara bersama-sama. Dan setiap anggota perusahaan tersebut memiliki tugas guna menjalankan serta mengembangkan perusahaan yang mereka bangun.

Bentuk yuridis dari firma ini sendiri adalah sebuah badan usaha yang dijalankan oleh beberapa orang dengan 1 nama perusahaan yang keuntungan dan juga laba akan dibagi kepada semua anggota pemilik perusahaan tersebut. Tanggung jawab perusahaa sendiri tidak hanya sebatas resiko dan kerugian semata. Setiap anggota juga bisa bertindak atas nama firma. Ada ketentuan tersendiri di dalam Undang-Undang untuk bentuk firma tersebut, antara lain:

a. Setiap anggota berhak menjadi pemimpin di dalam perusahaan tersebut.
b. Anggota firma tidak memiliki hak guna memasukkan orang lain menjadi anggota pemilik perusahaan tanpa adanya persetujuan dari anggota lainnya.
c. Keanggotaan di dalam firma tersebut tidak bisa dipindahkan kepada orang lain jika anggota tersebut masih hidup
d. Tidak adanya pemisahan kekayaan pribadi dari setiap anggota dengan kekayaan perusahaan. Hal ini disebabkan jika kekayaan perusahaan tidak cukup dalam menutupi hutang, maka kekayaan dari para anggota yang menjadi jaminan
e. Jika ada salah satu anggota yang tidak memasukkan modal dan hanya memberikan pikiran dan tenaga, maka pembagian laba akan dibagi berdasarkan dengan modal terkecil.

Ada beberapa aspek dan hal yang membedakan antara firma dan juga perusahaan lain. Dan beberapa hal tersebut adalah:

a. Anggota harus aktif di dalam pengelolaan perusahaan
b. Tanggung jawab dari para anggota yang tidak terbatas terhadap resiko yang akan terjadi
c. Persekutuan akan berakhir jika terdapat salah satu anggota yang mundur atau meninggal dunia.

Firma memiliki kelebihan dan juga kekurangan di dalamnya. Untuk kelebihannya yaitu:

a. Kemampuan di sektor manajemen jauh lebih besar, hal ini disebabkan pembagian kerja diantara para anggota
b. Pendirian yang jauh lebih mudah.
c. Keperluan untuk modal akan lebih mudah.

Sementara untuk kekurangan firma sendiri adalah:

a. Tanggung jawab kepada pemilik tidak terbatas
b. Kerugian bersama yang artinya jika salah satu anggota mengalami kerugian, maka semua harus ditanggung oleh anggota lainnya
c. Kelangsungan hidup perusahaan yang tidak tentu.

3. Commanditaire Vennootschap atau CV

Commanditaire Vennootschap atau disebut sebagai Persekutuan Komanditer atau disingkat CV ini merupakan sebuah persekutuan yang berdiri dari seseorang atau beberapa pemilik yang memberikan kepercayaan gna mengelola uang atau barang kepada pihak lain baik perorangan atau beberapa orang dalam menjalankan perusahaan yang bertindak sebagai pemimpin. CV sendiri biasanya harus menggunakan akta ketika membuat CV perusahaan tersebut. Namun persekutuan ini senada dengan firma yang bukan sebuah badan hukum sehingga tidak mempunyai kekayaan sendiri.

Ada beberapa kelebihan dan juga kekurangan bentuk perusahaan CV tersebut. Berikut kelebihan dari CV:

a. Pendirian yang cukup mudah
b. Kebutuhan modal yang jauh lebih besar dan juga mudah dimana dengan menyerahkan kepada sekutu komanditer
c. Memiliki kemampuan dalam memperoleh jaminan pinjaman kredit di bank yang jauh lebih mudah
d. Menginvestasi dana yang jauh lebih mudah
e. Kemampuan manajemen yang jauh lebih baik

Sementara kekurangan dari CV tersebut adalah:

a. Keberlangsungan hidup persekutuan komanditer tidak memiliki kepastian yang disebabkan hanya mengandalkan kepada sekutu komanditer saja

b. Akan terjadi kemungkinan besar perselisihan bagi persekutuan campuran.
c. Tanggung jawab diantara sekutu tidak sama
d. Memiliki kemungkinan akan terjadi kecurangan dari sekutu-sekutu aktif
e. Ketika hendak menarik modal, akan cukup sulit terutama bagi sekutu komplementer.

4. Perseroan Terbatas (PT)

Perseroan Terbatas atau PT yang dahulu bernama Naamloze Vennootschaap atau NV ini merupakan sebuah persekutuan yang dibangun sebagai cara menjalankan usaha yang mempunyai modal dari saham dimana pemilik perusahaan tersebut mempunyai sebagian besar saham yang dimiliki tersebut. Modal dari PT in sendiri rata-rata adalah saham yang diperjual belikan, maka perubahan kepemilikan perusahaan bisa dilakukan tanpa adanya pembubaran perusahaan ini.

Organisasi perusahaan tersebut merupakan organisasi perusahaan yang dimiliki oleh beberapa individu yang memiliki kemungkinan untuk mendapatkan modal yang jauh lebih besar dan lebih banyak. Perusahaan dengan PT ini mempunyai tanggung jawab bersama di dalam menjalankan perusahaan tersebut. Setiap anggota perusahaan ini memiliki tugas dalam menjalankan dan juga mengembangkan perusahaan yang akan didirikan. Perseroan Terbatas adalah badan usaha dengan besar modal perseroan yang tercantum di dalam anggaran dasar.

Kekayaan perusahaan akan terpisah dari kekayaan pribadi dari pemilik perusahaan tersebut. Dan setiap individu bisa mempunyai lebih dari 1 saham yang menjadi bukti mengenai pemilik dari perusahaan tersebut. Pemilik saham ini memiliki tanggung jawab yang terbatas sesuai dengan besaran saham yang dimiliki pada perusahaan tersebut. Pendirian Perseroan Terbatas atau PT sendiri harus memenuhi beberapa syarat formal dan material yang terdiri dari:

a. Modal Statuter
   Modal yang ditanam harus sesuai dengan nilai modal yang terdapat di dalam akta pendirian
b. Modal yang ditetapkan
   Sementara modal yang ditetapkan yang sudah dimiliki oleh individu yang berupa saham, maka besarnya minimal 20% dari modal statuter
c. Modal yang disetor
   Nilainya sekitar 10% dari modal statuter yang harus disetor secara tunai atau berbentuk barang yang senilai dari modal tersebut.
d. Modal portfolio
   Modal portfolio ini adalah modal yang berupa saham yang berada di dalam perusahaan tersebut.

Kepemimpinan dari Perseroan Terbatas atau PT yang dipimpin dan dipunyai oleh lebih dari 1 orang, maka di dalam PT akan ada pembagian hak suara di dalam perusahaan tersebut. Untuk individu yang mempunyai saham di bawah 100 lembar, maka ia mempunyai hak suara sebanyak 1 suara. Sementara untuk 300 lembar maka mempunyai 3 suara. Maksimal hak suara yang terbanyak yaitu 6 suara. Ada beberapa kelebihan dari PT yaitu:

a. Keberlangsungan usaha akan terjamin yang disebabkan pengelolaan perusahaan dipilih berdasarkan kemampuan dari individu
b. Dalam pimpinan perusahaan bisa didapatkan efisiensi yang disebabkan penempatan orang yang tepat di setiap posisi
c. Modal yang didapatkan jauh lebih mudah karena saham yang dijual
d. Pemilik perusahaan mempunyai tanggung jawab yang terbatas
e. Pemisahan diantara pemilik dan pengelola usaha terlihat lebih jelas yang bisa dilihat antara tugas pokok dan fungsi dari masing-masing

f. Kepemilikan perusahaan bisa berganti dengan mudah tanpa danya pembubaran perusahaan.

Sementara kekurangan dari PT adalah:

a. Permasalahan perizinan perusahaan dan juga organisasi yang cukup rumit dan tidak mudah
b. Biaya yang dikeluarkan jauh lebih besar. PT memerlukan akta notaris, izin khusus bagi usaha-usaha tertentu. Jika perusahaan tersebut cukup besar, maka biaya pengorganisasian akan cukup besar.

5. Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

Badan Usaha Milik Negara atau BUMN merupakan jenis badan usaha yang semua kepemilikan atau sebagian saja yang dimiliki oleh negara. BUMN bisa pula menjadi perusahaan nirlaba yang memiliki tujuan sebagai penyedia barang dan atau jasa untuk masyarakat. Semenjak tahun 2001, BUMN dikoordinasi dalam pengelolaan oleh Kementrian BUMN yang dipimpin seorang Menteri Negara BUMN tersebut. Dan BUMN sendiri dibagi menjadi:

a. Perseroan Terbatas Negara

Perseroan Terbatas Negara dahulu memiliki nama sebagai Perusahaan Negara atau PN. Untuk modal sendiri berasal dari negara dan juga swasta. Perusahaan dengan tipe ini bertujuan guna mendapatkan keuntungan atau laba semaksimal mungkin dengan memakai faktor produksi yang efisien dan juga penyediaan barang dan atau jasa dengan kualitas serta mutu yang tinggi. Dan tentu saja bisa berdaya saing yang kuat.

b. Perusahaan Negara Umum

Perusahaan Negara Umum atau PERUM adalah sebuah perusahaan yang semua modal berasal dari negara yang tidak terbagi atas saham. Perusahaan ini dibangun bukan semata mencari laba. Namun juga diperuntukkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Caranya dengan menyediakan barang dan jasa dengan kualitas tinggi. Perusahaan ini akan dipimpin direksi

yang memiliki tanggung jawab terhadap hubungan hukum dengan pihak lain yang diatur berdasarkan hukum perdata.

6. Koperasi

   Koperasi merupakan jenis badan usaha yang isinya adalah para anggota yang berupa individu atau badan hukum. Koperasi memiliki landasan kegiaan yang mengedepankan prinsip ekonomi rakyat dengan asas kekeluargaan. Koperasi berdasarkan UUD 1945 Pasal 33 ayat 1 menyatakan bahwasanya usaha kekeluargaan yang memiliki tujuan guna mensejahterakan para anggotanya. Sementara berdasarkan Undang-Undang No. 25 Tahun 1992, Pasal 4 dijelaskan bahwasanya fungsi dan juga peran dari koperasi adalah:

   a. Membangun dan juga mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi para anggota koperasi dan juga masyarakat guna meningkatkan kesejahteraan di sektor ekonomi dan sosial
   b. Berperan aktif dalam menaikkan kualitas kehidupan manusia dan juga masyarakat
   c. Memperkokoh perekonomian masyarakat sebagai dasar kekuatan dan juga ketahanan perekonomian nasional. Dan koperasi menjadi landasan dan soko guru dalam dunia perekonomian tersebut.
   d. Mewujudkan perekonomian nasional yang berkembang. Dan menjadi usaha bersama dengan asas kekeluargaan dan juga demokrasi di bidang ekonomi.
   e. Mengembangkan kreatifitas dan juga membangun jiwa organisasi untuk para pelajar

   Koperasi memiliki landasan mental yang terdiri dari rasa setia kawan dan juga kesadaran pribadi. Sifat gotong royong dan juga kepercayaan diri pribadi dalam menaikkan taraf hidup serta kemakmuran para anggotanya, menjadi salah satu rasa setia kawan dan juga kesadaran pribadi tersebut. Prinsip dari koperasi sendiri yaitu:

   a. Keanggotaan yang memiliki sifat sukarela

b. Manajemen koperasi mengedepankan prinsip demokrasi
c. Hasil usaha akan dibagikan secara adil dengan disesuaikan berdasarkan jasa masing-masing
d. Balas jasa diberikan secara terbatas terhadap modal tersebut
e. Mandiri

Koperasi mempunyai beberapa ciri yang terdiri dari:

a. Lebih mengedepankan sifat persamaan di dalam keanggotaan
b. Bebas keluar masuk menjadi anggota di dalam koperasi
c. Menjalankan usaha demi kesejahteraan para anggotanya
d. Dibentuk dengan cara tertulis dan memakai akte pendirian
e. Tanggung jawab ada di tangan pengurus
f. Anggota koperasi mempunyai tanggung jawab kepada hutang koperasi.

Koperasi mempunyai kelebihan yang terdiri dari:

a. Pengelolaan yang memiliki tujuan demi meraih laba dan juga kepentingan anggota koperasi tersebut
b. Koperasi bisa berperan sebagai konsumen dan juga produsen
c. Koperasi memiliki dasar sukarela
d. Mengutamakan kepentingan para anggota koperasi

Ada kelebihan maka ada pula kekurangan di dalam koperasi. Dan kekurangannya adalah:

a. Mempunyai keterbatasan di sektor modal
b. Daya saing koperasi yang lebih lemah jika dibandingkan dengan bentuk usaha lain
c. Masih lemahnya kesadaran berkoperasi.

7. Yayasan

Yayasan merupakan salah satu bentuk dari perusahaan yang bertujuan untuk aksi sosial. Yayasan dibangun dengan memperhatikan syarat formal yang sesuai dengan Undang-Undang. Landasan hukum dalam pembangunan yayasan ini

adalah Undang-Undang No. 28 Tahun 2004 mengenai Perubahan Undang-Undang No. 16 Tahun 2001 mengenai Yayasan.

Prosedur pendirian Yayasan sendiri merupakan pendirian yayasan yang dilakukan dengan akta notaris dan juga memiliki status badan hukum usai akta pendirian mendapatkan pengesahan dari Menteri Kehakiman dan juga HAM. Permohonan pendirian yayasan ini sendiri diajukan kepada Kepala Kantor Wilayah Departemen Kehakiman dan HAM tersebut.

B. LEMBAGA KEUANGAN BANK – NON BANK

Lembaga keuangan menjadi salah satu hal yang tidak boleh terlewatkan. Pasalnya kebutuhan modal bagi perusahaan-perusahaan tersebut tentu saja berhubungan dengan lembaga keuangan seperti bank dan juga non bank. Di Indonesia sendiri terdapat 2 lembaga keuangan yang terdiri dari bank dan non bank. Untuk lembaga keuangan bank, terdiri dari:

1. Bank Sentral

   Bank Indonesia merupakan bank sentral di Indonesia. Dan bank sentral ini mempunyai tanggung jawab kepada setiap kebijakan moneter yang berlaku di setiap negara. Bank sentral berbeda dengan bank-bank lainnya. Bank sentral tidak mempunyai kepentingan profit di dalam pelaksanaan tugas tersebut. Pasalnya bank sentral ini mempunyai tugas sebagai penjaga kebijakan moneter di pemerintahan Indonesia. Tugas dari bank sentral yang utama adalah dengan menjaga nilai kurs agar tetap stabil terhadap mata uang asing dan juga menjaga kestabilan bisnis perbankan serta perekonomian negara yang menyeluruh.

2. Bank Umum

   Bank umum adalah bank yang memiliki tugas dalam pelayanan kepada semua jasa perbankan dan juga pelayanan kepada masyarakat. Baik perorangan dan juga lembaga lain. Bank umum dikenal pula dengan bank

komersial yang diklasifikasikan ke dalam 2 jenis yaitu bank umum devisa dan juga non devisa. Untuk bank umum dengan status devisa, bank tersebut mempunyai produk yang lebih luas. Salah satunya dengan pelaksanaan jasa yang berhubungan dengan mata uang asing

3. BPR

   Bank Perkreditan Rakyat atau BPR adalah bank yang memiliki tugas khusus untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat di daerah pedesaan dan juga kecamatan. BPR ini sendiri berasal dari Bank Desa, Bank Pasar dan juga lumbung desa serta bank pegawai. Jenis dari produk yang ditawarkan oleh BPR sendiri relatif lebih kecil jika dibandingkan dengan bank umum

Selain lembaga keuangan bank, terdapat pula lembaga keuangan non bank yang bisa menjadi salah satu modal bagi perusahaan. Dan lembaga non bank ini terdiri dari:

1. Pasar modal

   Pasar modal merupakan tempat untuk melakukan transaksi yang menghubungkan antaar pencari dana atau emiten dan juga penanam modal. Dan di pasar modal ini akan banyak transaksi seperti jual beli saham dan juga obligasi yang berupa modal jangka panjang

2. Pasar uang dan valas

   Pasar uang atau valas sendiri tidak berbeda jauh dengan pasar modal. Pasar ini sendiri menjadi salah satu tempat untuk mendapatkan dana dan juga investasi dana. Hanya saja modal yang ditawarkan oleh pasar ini berjangka waktu yang pendek. Di pasar uang ini transaksi akan lebih banyak dilakukan melalui media elektronik, sehingga para nasabah tidak perlu datang secara langsung.

3. Koperasi simpan pinjam

   Koperasi bisa menjadi salah satu lembaga keuangan non bank yang bisa membuka usaha bagi setiap anggota koperasi tersebut. Dan uang di dalam koperasi ini akan dipinjamkan kepada anggota yang membutuhkan.

4. Pegadaian

Salah satu lembaga modal keuangan lainnya adalah pegadaian. Lembaga keuangan yang satu ini menyediakan fasilitas mengenai pinjaman modal dengan fasilitas jaminan. Dan besar modal tergantung dari nilai jaminan tersebut.

5. Leasing
   Perusahaan leasing atau sewa guna ini akan menekankan kepada pembiayaan barang modal yang diinginkan oleh para nasabah.
6. Asuransi
   Perusahaan asuransi adalah perusahaan yang bergerak di sektor bidang pertanggungan. Setiap nasabah yang mendapatkan polis asuransi, harus dibayarkan sesuai dengan perjanjian yang sudah ditentukan.
7. Anjak Piutang
   Anjak piutang merupakan pengambil alihan pembayaran kredit sebuah perusahaan dengan melakukan pembelian kredit bermasalah di dalam perusahaan tersebut.
8. Modal Ventura
   Perusahaan modal ventura adalah lembaga pembiayaan yang memiliki resiko yang cukup tinggi. Perusahaan akan menyajikan pembiayaan tanpa adanya jaminan dalam proses kredit tersebut.
9. Dana Pensiun
   Salah satu perusahaan yang fungsinya untuk mengelola dana pensiun sebuah perusahaan pemberi kerja atau perusahaan itu sendiri.

C. LATIHAN BAB 3

1. Sebutkan bentuk-bentuk dari perusahaan
2. Sebutkan kelebihan dan kekurangan dari Koperasi
3. Sebutkan dan jabarkan apa itu CV
4. Apa yang disebut sebagai lembaga keuangan bank
5. Sebutkan lembaga-lembaga keuangan non bank

BAB 4
LANDASAN HUKUM BAGI STUDI KELAYAKAN BISNIS

A. PEMAHAMAN ASPEK HUKUM

Pemahaman mengenai ketentuan hukun dan juga perizinan investasi di setiap daerah menjadi hal yang cukup penting. Hal ini karena ketentuan ini untuk menganalisa kelayakan aspek hukum tersebut. Ketentuan hukum dan juga perizinan mengenai permasalahan investasi ini sudah ditetapkan oleh pemerinah guna menjaga ketertiban di sektor ekonomi dan juga di lingkungan masyarakat. Di lingkungan masyarakat dimana bisnis tersebut dibangun, tentu saja memiliki harapan bisa mendatangkan manfaat yang sangat besar dan tidak memiliki dampak negatif terhadap sebuah investasi bisnis.

Proses analisa aspek hukum sendiri dilaksanakan dengan tujan sebagai menjawab pertanyaan mengenai bisnis yang dilakukan sudah memenuhi ketentuan atau tidak. Sementara secara spesifik sendiri analisa aspek hukum pada studi kelayakan bisnis tersebut memiliki tujuan yaitu:

1. Menganalisa legalitas usaha
2. Menganalisa bentuk badan hukum dan juga ide bisnis yang akan dilakukan
3. Menganalisa kemampuan bisnis di dalam pemenuhan persyaratan perizinan
4. Menganalisa jaminan yang disediakan jika bisnis berdasarkan modal dari pinjaman.

Sebelum perencanaan studi kelayakan aspek hukum, tentu saja studi ini dibutuhkan dalam menjalanan usaha. Bentuk badan usaha sendiri dipilih berdasarkan modal yang dibutuhkan oleh jumlah pemilik. Pemilihan badan usaha sendiri berdasarkan beberapa pertimbangan dan aspek yaitu:

1. Besarnya nilai modal yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis

2. Tingkat kemampuan dan juga tanggung jawab di bidang hukum dan juga keuangan
3. Bidang industri yang dilakukan
4. Persyaratan Undang-Undang yang berlaku di lingkungan tersebut.

Guna menentukan pemilihan badan usaha yang pas, tentu harus memahami terlebih dahulu mengenai definisi, peraturan Undang-Undang yang mengatur permasalahan tersebut dan juga kelebihan dan kekurangan di setiap badan usaha sebelum akhirnya memilih bentuk usaha apa yang sangat pas untuk dijalankan. Penilaian aspek tersebut sangat penting untuk dilakukan sebelum perusahaan dibangun atau dihentikan oleh pihak-pihak terkait.

B. LEGALITAS BISNIS

Aspek legalitas bisnis tentu saja bisa menjadi salah satu bentuk untuk mengamankan bisnis yang sedang dijalankan. Sehingga bisnis yang dibangun ini sah di mata hukum dan juga memiliki keamanan kala bisnis mengalami perkembangan. Sayangnya untuk bisnis online belum ada bentuk legalitas dari pemerintah. Baik dari izin usaha dan juga lainnya. Lalu untuk mengetahui seperti apa legalitas bisnis tersebut, berikut beberapa caranya:

1. Menentukan jenis dan nama usaha
   Sebelum memulai untuk mengurus perizinan, tentu sudah dipastikan terlebih dahulu mengenai jenis usaha yang ingin dimulai. Memilih bisnis yang sesuai dengan bakat, minat hingga keahlian serta modal, menjadi salah satu aspek yang harus diperhatikan. Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Pasal 1 ayat 1 bahwasanya brand atau merk bisa berupa bentuk gambar, logo hingga rangkaian kata dan juga huruf.
2. Klasifikasi bisnis
   Setelah menentukan langkah pertama, maka berikutnya adalah dengan mengklasifikasikan bisnis di dalam skala tertentu. Menurut jumlah modal, ada beberapa skala usaha yang terbagi ke dalam 4 kategori yaitu:

a. Usaha mikro
   Usaha ini memiliki kategori modal yang kecil dibawah 50 juta rupiah. Jenis bisnis ini tidak lebih dari nominal tersebut.
b. Usaha kecil
   Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Pasal 6 Ayat 2 bahwa bisnis ini masuk ke dalam klasifikasi modal diantara 50 juta hingga 500 juta. Dan penghasilan dari bisnis ini maksimal 2 miliar.
c. Usaha menengah
   Usaha tersebut memiliki modal minimal 500 juta. Dan bisnis menengah ini bisa mendapatkan kekayaan atau penghasilan sekitar 50 miliar setahun. Dan tentu saja usaha ini cukup sulit untuk dijalankan, ditambah lagi dengan resiko bisnis yang besar.
d. Usaha besar
   Usaha jenis ini mempunyai modal minimal 10 miliar serta modal yang berada di luar tanah dan juga tempat usaha.

3. Membentuk modal bisnis
   Jika sebuah usaha atau bisnis didirikan oleh lebih dari 2 orang, tentu saja harus dibuat mengenai peraturan terhadap pembagian keuntungan atau lava. Perusahaan dengan bentuk PT, CV dan juga firma akan melakukan investasi ke dalam AD / ART agar pembagian laba akan terlihat dengan jelas. Manfaat dengan diberikan sesuai dengan peran dan juga kapasitas masing-masing ini tentu saja akan terlihat aliran dana dan juga modal di dalam sebuah perusahaan. Pemilik modal sendiri terbagi ke dalam aktif dan pasif. Untuk kategori pemilik modal aktif ini akan terlibat langsung ke dalam operasional perusahaan. Dan pemilik modal aktif tersebut akan mendapatkan gaji sesuai dengan kompetensi dan perannya di perusahaan tersebut. Sementara untuk pemilik modal pasif, hanya akan mendapatkan laba tahunan atau disebut sebagai dividen.

Dan persentase pembagian tentu saja bervariasi, tergantung kemampuan dari perusahaan tersebut.

4. Perincian izin untuk bisnis

   Rencana dan juga peta bisnis merpakan 2 aspek yang harus diikutkan kedalam pengelolaan izin bisnis. Peta bisnis akan memberikan kemudahan dalam menemukan lokasi dari posisi perusahaan. Sedangkan untuk rencana bisnis memiliki peran penting dalam kemudahan membangun bisnis usaha.

C. DOKUMEN LEGAL DALAM BISNIS

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 107 Tahun 2015 Pasal 16 ayat 3 disebutkan bahwa guna mendapatkan izin usaha atau bisnis maka harus mempunyai NPWP, identitas diri dan juga data perusahaan. Sementara dokumen lain harus sesuai dengan ketentuan dari Undang-Undang. Berikut dokumen legal untuk izin bisnis dan usaha yang sesuai dengan ketentuan Peraturan Pemerintah:

1. NPWP

   Nomor Pokok Wajib Pajak atau NPWP adalah nomor wajib pajak yang harus dimiliki oleh individu dan juga perusahaan. Tentu saja NPWP mempnyai fungsi sebagai identitas dari pembayaran pajak jika pendapatan dari para wajib pajak tersebut berada di atas Penghasilan Tidak Kena Pajak atau PTKP. Sedangkan untuk pelunasan pajak sendiri diatur di dalam PMK No. 101/PMK.010/2016, PP RI No. 46 Tahun 2016 serta Undang-Undang No. 16 Tahun 2009. Sementara persyaratan yang harus dilengkapi dalam pengurusan pajak adalah:

   a. Fotokopi KTP, SIM atau paspor dari para pemilik bisnis
   b. Salinan Kartu Keluarga
   c. Akta pendirian yang diberikan oleh pengadilan
   d. Surat Keterangan Usaha yang didapatkan dari desa atau kelurahan
   e. Bukti pelunasan PBB.

2. Surat Izin Tempat Usaha

Surat Izin Tempat Usaha atau SITU adalah salah satu syarat wajib guna melegalkan usaha atau bisnis. Dan hal ini berlaku bagi semua jenis bisnis apapun. Baik yang dimiliki oleh personal atau perusahaan. Dokumen ini sendiri bisa diurus dan dibuat di kantor pemerintah daerah. Dan persyaratan untuk mendapatkan SITU ini adalah:

a. Formulir pengajuan dari Pemda
b. Materai 10000
c. Salinan KTP
d. Fotokopi sertifikat tanah, akta jual beli yang sudah dilegalisir oleh notaris dan atau surat kontrak tempat usaha
e. Surat pernyataan tidak keberatan dari para tetangga di lokasi unit usaha tersebut. Dan dilegalisir oleh RT, RW dan juga Lurah
f. Gambar denah dari tempat usaha

3. Surat Izin Usaha Perdagangan

Surat Izin Usaha Perdagangan atau biasa disebut SIUP menjadi salah satu dokumen yang harus dimiliki untuk melegalkan bisnis atau usaha yang akan dibuka. Landasan hukum untuk membuat SIUP sendiri berdasarkan Peraturan Pemerintah Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 14 Tahun 2016. Menurut peraturan tersebut bahwa SIUP akan terbit atau dikeluarkan maksimal 2 hari kerja sejak tanggal pengajuan tersebut. Syarat untuk mendapatkan SIUP adalah:

a. KTP Pemilik dari para pemegang dan penanggung jawab bisnis. Sedangkan untuk perusahaan dengan badan hukum, harus melampirkan KTP Direktur dan akta pendirian perusahaan
b. Salinan NPWP, SITU dan neraca perusahaan.

4. Surat Keterangan Domisili Usaha

SKDU atau Surat Keterangan Domisili Usaha memiliki peran guna menjelaskan bisnis yang didirikan agar bisa mendapatkan izin dari pejabat yang memiliki wewenang. SKDU diperlukan ketika hendak membuat BPOM, sertifikasi

Halal dari MUI, SNI dan juga PIRT. Syarat untuk mendapatkan SKDU ini adalah:

a. Salinan KTP Pemilik Usaha
b. Salinan Kartu Keluarga yang sudah dilegalisir oleh pihak Kelurahan atau desa
c. Surat pengantar dari RT/RW ketika membuat SKDU
d. Salinan akta pendirian perusahaan
e. Bukti kepemilikan tanah dan juga surat kontrak usaha
f. Surat pernyataan dari tetangga yang berada di sekitar tempat usaha tersebut.

5. Tanda Daftar Perusahaan

TDP atau Tanda Daftar Perusahaan menjadi salah satu dokumen yang wajib untuk dimiliki ketika hendak membuka usaha. Landasan hukum dari TDP ini adalah Undang-Undang No. 3 Tahun 1982 Pasal 5 yang menyatakan bahwasanya setiap perusahaan harus terdaftar secara resmi di pemerintah. Dan biaya pembuatan TDP sendiri diatur di dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 08/M-DAG/PER/2/2017 mengenai Penyelenggaraan Pendaftaran Perusahaan. Syarat untuk membuat TDP tersebut adalah:

a. Salinan KTP dan juga KK dari pemilik perusahaan
b. Akta pendirian perusahaan
c. Salinan SITU, SIUP dan juga SKDU.

6. Surat Izin Gangguan

Surat Izin Gangguan atau biasa disebut HO (Hinder Ordonnantie) sangat dibutuhkan untuk pengamanan perusahaan dari ancaman, kerugian dan juga bahaya serta pencemaran. Izin dari HO ini akan diterbitkan oleh pemerintah daerah. Namun semenjak tahun 2009, pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 27 Tahun 2009 mengenai Pedoman Penetapan Izin Gangguan yang menyatakan bahwa pengusaha pemula sudah tidak diwajibkan untuk membuat surat izin gangguan. Syarat dari pembuatan HO ini adalah:

a. Salinan KK dan KTP
b. Surat persetujuan dari warga dan tetangga

c. Salinan KRK atau Keterangan Rencana Kota, IMB, bukti kepemilikan sewa tanah dan PBB
d. Gambar denah usaha
e. Lampiran SITU, SKDU dan juga kajian potensi gangguan dari instansi berwenang.

7. Surat Izin dari BPOM

   Bagi para pemilik usaha seperti obat, jamu, kosmetik dan juga makanan, tentu harus memiliki surat izin dari BPOM atau Badan Pengawas Obat dan Makanan. Hal ini tertuang dalam Peraturan Pemerintah No. 28 Tahun 2004, Undang-Undang No.7 Tahun 1996. Sekarang ini untuk mendapatkan surat izin dari BPOM ini cukup udah dengan mendaftarkan produk ke laman resmi milik BPOM.

8. Surat Izin Perluasan

   Bagi para pemilik usaha yang ingin memperluas kapasitas produksi dan juga usaha, tentu surat izin perluasan harus diurus agar perluasan usaha menjadi lebih mudah. Landasan hukum dari surat izin ini yaitu di Undang-Undang No. 12 Tahun 2008 dan juga Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia yang berisi mengenai tata cara izin untuk memperluas industri dan juga tanda daftar industri tersebut. Pembuatan surat ini bisa dilakukan di kantor pelayanan perizinan di Kabupaten atau Kota.

D. LATIHAN SOAL BAB 4

1. Sebutkan aturan-aturan legalitas bisnis
2. Sebutkan syarat untuk membuat SIUP
3. Apa saja syarat-syarat dari pembuatan NPWP
4. Sebutkan 4 klasifikasi Usaha
5. Apa saja syarat dari pembuatan SKDU

BAB 5
PEMASARAN DALAM STUDI KELAYAKAN BISNIS

A. ASPEK PEMASARAN DALAM STUDI KELAYAKAN BISNIS

Pemasaran memiliki definisi sebagai sebuah usaha dan juga kegiatan serta institusi di dalam proses komunikasi, interaksi dan juga pertukaran penawaran yang berharga diantara klien, costmer, mitra, pelanggan hingga masyarakat umum. Pemasaran ini dimulai dengan memenuhi kebutuhan dari manusia yang akan berkembang menjadi keinginan manusia. Fungsi dari keuangan, operasional, bisnis dan akuntansi memiliki fungsi yang sangat berguna di dalam sebuah usaha atau bisnis yang dijalankan.

Pemasaran memiliki peran yang sangat penting. Sosok yang berada di posisi manajer pemasaran harus memiliki kemampuan untuk melakukan analisa di dalam pasar. Keputusan fitur yang harus diciptakan di dalam produk, lalu harga yang akan dijual kepada pelanggan hingga dimana saja mereka harus menjual agar mudah dilirik oleh pelanggan, menjadi salah satu peran dari manajer pemasaran tersebut.

Sebuah pemasaran yang jenius adalah sebuah usaha tanpa adanya akhir dan terus mengalami peningkatan berkelanjutan di dalam proses pemasaran barang dan atau jasa tersebut. Berdasarkan Kotler dan juga Keller (2009) bahwa pemasaran ini sebagai salah satu cara melakukan identifikasi dan juga memenuhi kebutuhan manusia dan juga sosial dengan cara yang sangat menguntungkan. AMA atau American Marketing Association mengatakan tentang definisi dari pemasaran formal sebagai fungsi dari rangkaian proses dalam menciptakan, komunikasi dan juga menghargai para pelanggan serta mengelola hubungan yang baik kepada pelanggan tersebut.

Sementara pasar memiliki definisi sebagai kombinasi yang nyata diantara penjual dan pembeli yang sangat potensial dari sebuah produk. Pasar memiliki definisi lain sebagai sebuah kelompok pembeli yang potensial dan nyata untuk membeli produk atau layanan

tertentu. Pasar bisa juga disebut sebuah mekanisme yang tercipta dari pertemuan antara pembeli dan penjual serta tempat pertemuan dari kedua belah pihak tersebut. Ada beberapa faktor yang bisa memberikan pengaruh permintaan kepada produk dan layanan tersebut. Faktor-faktor ini antara lain:

1. Harga barang tersebut
2. Harga barang yang memiliki keterkaitan
3. Penghasilan
4. Rasa
5. Populasi
6. Faktor khusus seperti akses.

Definisi lain dari penawaran yaitu jumlah barang dan atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen di berbagai titik dengan harga dan juga penawaran waktu tertentu. Faktor yang memberikan pengaruh mengenai persediaan barang dan jasa yaitu:

1. Harga barang tersebut
2. Harga barang yang berkaitan lainnya
3. Teknologi
4. Harga input
5. Tujuan dari perusahaan
6. Faktor khusus lainnya

Berbagai struktur pasar yang tersedia menjadi salah satu cara untuk membiasakan diri kepada struktur pasar dengan melihat jumlah perusahaan di industri yang menawarkan barang dan jasa tersebut. Berbagai jenis struktur dari pasar ini diklasifikasikan menjadi beberapa aspek yang terdiri dari:

1. Pasar persaingan yang sempurna
2. Pasar persaingan monopolistik
3. Pasar oligopoli
4. Pasar monopoli

Konsep pasar sendiri memiliki definisi yaitu proses sosial dan manajerial dari individu dan juga kelompok yang mendapatkan apa yang dibutuhkan dan juga diinginkan ala menciptakan dan juga menukar produk serta nilai dari orang lain. Pemasaran memiliki peran sebagai sebuah usaha dan juga cara guna menjual dan juga menciptakan produk ke berbagai pihak yang mempunyai tujuan-

tujuan khusus. Pemasaran sendiri menciptakan dan juga menukar produk baik di sisi jasa dan juga barang untuk konsumen atau pelanggan di pasar. Konsumen yang memerlukan barang produk yaitu individu dan juga kelompok pasar tertentu.

B. STRATEGI PEMASARAN

Strategi pemasaran merupakan sebuah keputusan mengenai biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran dan juga alokasi pemasaran. Dan strategi ini bisa didefinisikan sebagai salah satu dasar tindakan yang akan mengarah kepada kegiatan dan juga upaya pemasaran. Baik dari perusahaan serta lingkungan yang kompetitif. Hal ini senantiasa bisa berubah agar bisa mencapai tujuan yang ditargetkan. Strategi ini menjadi sebuah alat yang mendasar yang bisa digunakan untk mencapai perusahaan dalam pengembangan yang kompetitif yang terus berlanjut melalui pasar dan program pemasaran tersebut. Posisi perusahaan di dalam persaingan dunia industri sebagai berikut:

1. Perusahaan harus bisa mengendalikan pesaing lain dan mempunyai pilihan yang variatif dalam menentukan strategi pemasaran
2. Perusahaan yang bertindak independen bisa membahayakan posisi secara jangka panjang. Dan bisa membuat pesaing melakukan hal yang merugikan perusahaan itu.
3. Perusahaan mempunyai kekuatan dalam strategi yang spesifik hingga membuat peluang dalam meningkatkan posisi mereka
4. Kinerja perusahaan yang memuaskan guna keberhasilan yang berkelanjuta kerap kehilangan posisi yang dominan dengan peluang memperbaiki posisi yang cenderung rendah
5. Perusahaan mempunyai peluang dalam melakukan perbaikan meski tidak terlihat pas. Maka inovasi bisa menjadi salah satu cara untuk keluar dari permasalahan tersebut.

6. Perusahaan yang mempunyai kinerja yang buruk, tidak mempunyai peluang guna melakukan perbaikan.

Strategi pemasaran yang memakai perangkat alat dari sisi ekonomi serta strategi kompetitif dalam melakukan analisa konteks industri yang berkaitan dengan operasional perusahaan, bisa mendukung kinerja dan program dari perusahaan tersebut. Strategi seperti Bauran Pemasaran, Five Force, Porter dan juga SWOT, analisa kelompok strategis serta analisa rantai nilai.

Hal ini tentu saja bergantung dengan sisi industri, konteks dari regulasi yang bisa dipelajari dengan terperinci. Guna menggambarkan pemakaian salah satu alat strategi pemasaran di dalam menganalisa pesaing, persahaan akan menetapkan data profil yang terperinci dari setiap pesaing yang ada di pasar. Fokus utama dari strategi ini adalah analisa SWOT yang kerap menjadi alat guna menentukan kekuatan dan kelemahan dari strategi pemasaran tersebut. Faktor yang bisa menjadi salah satu strategi pemasaran yaitu:

1. Bauran Pemasaran

   Dunia manajerial akan selalu berkembang dari waktu ke waktu. Dan alat pemasaran berupa Bauran Pemasaran akan mencakup ke dalam 7P yang terdiri dari:

   a. Produk

      Produk merupakan pengelolaan elemen yang didalamnya terdapat perencanaan dan juga pengembangan produk serta layanan yang tepat guna ke pasar. Caranya dengan mengubah produk atau layanan yang sudah ada di pasar kemudian menambahkan serta mengambil tindakan lain yang bisa memberikan pengaruh kepada produk serta layanan tersebut.

   b. Harga (Price)

      Harga merupakan sebuah sistem manajemen perusahaan yang menentukan harga yang pas kepada sebuah produk atau jasa. Dan penentuan harga ini harus berdasarkan strategi dengan variabel yang mencakup rabat, berbagi dan juga pengangkutan

   c. Tempat (Place)

Distribusi atau tempat adalah pemilihan dan pengelolaan saluran perdagangan yang dipakai guna mendistribusikan produk serta layanan guna menapai target pasar dan bisa mengembangkan sistem distribusi yang baik.

d. Promosi

Promosi menjadi salah satu elemen yang dipakai guna memberikan informasi dan juga mendorong pasar agar bisa mengangkat produk atau jasa yang dipromosian kepada perusahaan melalui berbagai media seperti iklan, penjualan, publikasi dan juga promosi

e. People

Orang atau people menjadi salah satu cakupan Bauran Pemasaran. Orang atau manusia merupakan aktor yang bisa memerankan sebuah peran yang bisa menyampaikan layanan yang bisa memberikan pengaruh persepsi dari pembeli. Elemen-elemen dari orang atau people ini merupakan karyawan dari perusahaan dan juga konsumen.

f. Proses

Proses merupakan sebuah prosedur yang aktual dengan mekanisme dan juga aliran aktifitas guna menyajikan layanan serta sebagai faktor kunci di dalam bauran pemasaran ini agar para pelanggan bisa menikmati layanan dengan maksimal dan optimal.

2. SWOT

Metode SWOT merupakan salah satu alat untuk melakukan analisa dasar di dalam proses perencanaan pada pemasaran. Metode ini akan menganalisa kekuatan dan juga kelemahan di internal yang ditambahkan dengan analisa-analisa dari ancaman serta peluang. SWOT sendiri merupakan cara yang sederhana guna merencanakan langkah yang terbaik guna melakukan strategi. Untuk implementasi dari metode ini sendiri berdasarkan kondisi dan juga situasi yang terjadi di eksternal dan juga internal.

Guna mendapatkan hasil yang maksimal, tentu saja ada beberapa indikator yang bisa dipakai guna menghitung analisa SWOT tersebut. Analisa ini bisa bekerja dengan maksimal dalam menganalisa yang akan mempengaruh 4 faktor penting di dalam SWOT tersebut. Tujuan utama dari SWOT ini yaitu memberikan kemampuan dan kekuatan yang maksimal dan meminimalkan kelemahan sendiri. Selain itu memberikan keuntungan dari peluang yang hadir dan juga mengetahui jika ada ancaman yang datang. Lalu apa saja 4 elemen di dalam SWOT? Berikut rinciannya:

a. Kekuatan (Strength)

   Kekuatan merupakan analisa terhadap sebuah kondisi yang ruang lingkup dari elemen ini adalah kekuatan milik perusahaan atau organisasi. Analisa yang dilakukan adalah bahwasanya setiap perusahaan atau organisasi harus dievaluasi baik kekuatan dan kelemahan terhadap pesaing mereka.

b. Kelemahan (Weakness)

   Kelemahan atau analisa kelemahan ini merupakan situasi yang mencakup terhadap kelemahan sebuah organisasi dan atau perusahaan. Dalam melakukan analisa kelemahan tersebut harus mengetahui dengan detail kelemahan dari sebuah perusahaan agar tidak menjadi hambatan besar.

c. Peluang (Opportunities)

   Menganalisa peluang, situasi dan juga kondisi tentu saja bisa menyajikan peluang yang sangat besar bagi masa depan perusahaan untuk tumbuh dan berkembang. Langkah ini bisa menyajikan peluang yang jauh lebih besar guna bersaing dan tumbuh menjadi perusahaan yang besar.

d. Ancaman (Threats)

   Analisa ancaman merupakan cara melakukan analisa tantangan dan atau ancaman yang harus dihadapi oleh perusahaan atau organisasi dalam menghadapi berbagai macam faktor. Termasuk diantaranya adalah

lingkungan yang tidak menguntungkan di dalam perusahaan yang bisa saja mengakibatkan penurunan yang tajam. Oleh sebab itu hal ini harus diatasi dengan cepat.

3. Segmentasi – Target – Positioning

   STP atau biasa disebut Segmentasi – Target – Positioning merupakan salah satu cara pendekatan yang strategis terhadap pemasaran modern. STP ini adalah salah satu metode di dunia pemasaran yang cukup kerap dipraktikkan dan juga diterapkan. Metode STP ini berada di urutan ke-2 sebagai metode yang kerap digunakan oleh manajer-manajer pemasaran di dunia. Dan pendekatan strategi ini yaitu:

   a. Segmentasi

      Strategi ini adalah pembagian pasar ke dalam klasifikasi pembeli yang memiliki perbedaan baik kebutuhan, karakteristik dan juga perilaku yang berbeda. Dan tentu saja membutuhkan produk atau campuran pemasaran yang berbeda pula. Segmen pasar memiliki arti sebagai proses identifikasi dan juga analisa pembeli di pasar produk tersebut. Di dalam penentuan kebijakan segmentasi ini, ada 2 hal yang bisa dilakukan yaitu:

      - Karakteristik dari konsumen yang menjadi variabel primer di dalam segmentasi yang memperhatikan hal:
        - Segmenteasi geografis, merupakan segmentasi yang berdasarkan faktor geografi dari konsumen, seperti tempat tinggal dan juga daerah asal mereka
        - Segmentasi demografi, merupakan pengklasifikasian yang berdasarkan jenis kelamin, usia dan juga pekerjaan yang dilakukan oleh konsumen
        - Segmentasi psikografis merupakan segmentasi yang diklasifikasikan menurut karakteristik dari

konsumen. Seperti kepribadian, persepsi, minat dan juga motivasi.

- Segmentasi manfaat kepada konsumen ini merupakan proses klasifikasi yang dibangun dari manfaat yang diharapkan dari pelanggan atau konsumen terhadap sebuah produk atau jasa.

b. Target

Salah satu metode dari STP adalah target yang akan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan agar lebih efisien dan juga efektif. Ada 3 kriteria di dalam proses evaluasi dan penentuan segmen yang terdiri dari:

- Segmen pasar yang dibidik memiliki kemungkinan bisa memberikan keuntungan bagi perusahaan sangat besar
- Strategi tersebut harus memiliki dasar terhadap keunggulan kompetitif terhadap perusahaan tersebut. Hal ini menjadi tolak ukur apakah perusahaan ini mempunyai kekuatan guna mendominasi segmen pasar tersebut
- Segmen pasar yang diincar harus berdasarkan situasi persaingan secara langsung dan juga tidak langsung yang bisa memberikan pengaruh kepada pasar.

c. Positioning

Penentuan posisi tidak menempatkan sebuah produk kepada kelompok-kelompok tertentu. Namun berusaha dan berupaya guna menanamkan citra yang baik terhadap produk mereka di benak konsumen dari segmentasi-segmentasi yang sudah dipilih

C. PERENCANAAN MARKETING

Rencana pemasaran menjadi salah satu bentuk strategi agar bisa membuat sebuah perusahaan bisa mencapai target dan tujuan. Rencana pemasaran merupakan cetak biru yang bisa memandu setiap

manajer pemasaran dalam memajukan perusahaan. Ada beberapa bagian umum yang masuk ke dalam isi dari perencanaan marketing atau *marketing plan* yang terdiri dari:

1. Format Rencana Pemasaran
   Sebuah format yang harus dibuat oleh setiap manajer yang tergantung kepada kondisi perusahaan tersebut.
2. Eksekusi Summary
   Rencana pemasaran yang isinya adalah menguraikan bisnis dan juga visi misi dari sebuah unit usaha atau perusahaan tersebut.
3. Strategi pemasaran
   Analisa situasi atau SWOT dan juga Bauran Pemasaran serta STP yang akan dilakukan guna meningkatkan laba dari perusahaan
4. Tujuan pemasaran
   Sebuah langkah dari tujuan pemasaran adalah guna mencapai target yang dicanangkan oleh perusahaan dalam pemasaran produk
5. Strategi inti
   Strategi pemasaran yang utama dan yang akan dilakukan oleh tim pemasaran guna mempromosikan produk dan jasa dari perusahaan tersebut.
6. Rencana Tindakan
   Sebuah susunan dari marketing plan yang sudah dibuat oleh tim pemasaran dalam melakukan promosi produk dan jasa tersebut
7. Anggaran pemasaran
   Perhitungan mengenai budget dan juga anggaran pemasaran yang sudah dicanangkan oleh tim pemasaran guna menaikkan penjualan dari produk mereka
8. SDM
   Faktor yang tidak kalah pentingnya adalah Sumber Daya Manusia yang kompeten guna melakukan strategi pemasaran tersebut.

Riset pemasaran menjadi salah satu langkah yang cukup penting di dalam dunia pemasaran. Riset pemasaran bisa digunakan

sebagai alat bantu dalam membangun perencanaan pemasaran tersebut. Program pemasaran ini tentu saja akan dipengaruhi oleh hasil riset seperti mata, telinga guna mengetahui cara pandang konsumen terhadap sebuah perusahaan. Ada 3 fungsi utama riset pemasaran bagi sebuah perusahaan:

1. Evaluasi

   Fungsi pertama dari riset pemasaran ini yaitu evaluasi. Riset pemasaran yang ditentukan tersebut akan digunakan sebagai cara melakukan evaluasi program-program pemasaran yang sudah ada. Dan fungsi ini tentu saja agar perusahaan bisa mengambil tindakan dan tinjauan kepada positioning dari para pesaing mereka.

2. Pemahaman

   Riset pemasaran bisa menjadi alat pemahaman dalam memahami tujuan dari konsumen yang menjadi salah satu wawasan dan juga masukan yang sangat penting bagi perusahaan tersebut. Dengan memahami konsumen, tentu saja perusahaan bisa mengetahui apa yang dibutuhkan dan juga apa keluhan dari konsumen. Riset pemasaran merupakan penelitian yang menggambarkan potret kebiasaan dan juga perilaku konsumen dan keluhan mereka mengenai produk yang ditawarkan di pasar.

3. Prediksi

   Fungsi ketiga dari riset pemasaran yaitu prediksi. Fungsi ini akan memprediksi terhadap pasar yang sedang terjadi. Dan tentu saja fungsi ini memiliki resiko yang cukup besar. Karena perubahan dunia pemasaran yang terus terjadi, membuat prediksi bisa memiliki arahan yang salah. Oleh sebab itu di dalam melakukan riset pemasaran, tentu harus diterapkan strategi yang maksimal.

D. LATIHAN BAB 5

1. Sebutkan dan jelaskan aspek dari SWOT
2. Jelaskan apa yang dimaksud dengan Bauran Pemasaran
3. Sebutkan unsur-unsur 7p dalam Bauran Pemasaran
4. Apa itu STP dan Uraikan masing-masing faktor
5. Sebutkan isi dari Perencanaan Marketing

BAB 6
ASPEK OPERASI DAN TEKNIS DALAM STUDI KELAYAKAN BISNIS

A. ASPEK TEKNIS DAN OPERASI

Evaluasi di dalam sebuah bisnis tentu saja bisa dilakukan yang disebabkan sangat teknis atau operasional yang bisa memberikan akibat yang cukup fatal jika tidak segera dilakukan proses evaluasi. Di dalam perusahaan terutama perusahaan jasa, tentu saja akan memiliki hal yang berbeda dengan perusahaan manufaktur atau produksi. Di era globalisasi yang serba digital ini, tentu saja penyesuaian aspek teknis menjadi jawaban yang tepat.

Penyesuaian aspek menjadi salah satu langkah yang harus dilakukan. Ada berbagai macam teori yang bisa menjadi jawaban untuk aspek teknis tersebut. Seperti penentuan lokasi, ruang lingkup di dalam produksi serta lay out dan juga teknologi. Dan aspek teknis operasional dari studi kelayakan bisnis ini tentu saja memiliki ketergantungan kepada jenis pekerjaan yang dilakukan di dalam sebuah perusahaan tersebut.

Aspek teknis dan operasional ini dikenal pula dengan aspek produksi. Dan penilaian terhadap aspek tersebut tentu saja memberikan peran penting untuk perusahaan. Dan ada beberapa hal yang harus dicari di dalam aspek teknis serta operasional yang terdiri dari:

1. Penentuan lokasi
   Perusahaan harus bisa menentukan lokasi yang tepat untuk mendukung unit usaha yang dibangun
2. Penentuan tata letak
   Setelah melakukan penentuan lokasi, penentuan tata letak tentu saja harus sesuai dengan proses produksi yang dipilih oleh perusahaan tersebut. Dengan penentuan tata letak, tentu bisa mendorong produksi dari sebuah perusahaan
3. Penentuan teknologi

Hal ini memungkinkan sebuah perusahaan bisa menentukan teknologi yang tepat guna di dalam menjalankan produk yang dimiliki oleh perusahaan tersebut

4. Penentuan metode inventaris
   Hal ini dilakukan agar sebuah perusahaan bisa menentukan mengenai penggunaan metode inventaris yang terbaik yang bisa digunakan serta dijalankan.
5. Penentuan kualitas
   Hal ini untuk memudahkan perusahaan guna menentukan kualitas tenaga kerja yang terjadi di masa sekarang atau masa depan.

B. PERENCANAAN PRODUK

Perencanaan produk di dunia pemasaran tentu saja tidak mudah. Hal ini harus menuntut tim pemasaran untuk kreatif dan juga inovatif yang dibarengi dengan melakukan evaluasi terhadap keinginan pasar yang tentu saja tidak mudah. Di era globalisasi ini tentu saja makin banyak produk baru yang muncul seperti robot dan AI yang tentu saja bisa memberikan kemudahan bagi para pebisnis. Bahkan di dunia digital marketing, beberapa *tools* AI sangatlah membantu dalam pemasaran. Hal ini bisa membantu para pebisnis dalam merencanakan produk mereka yang akan diproduksi. Dan tentu saja beberapa aspek ini tidak boleh terlewatkan yang terdiri dari:

1. Atribut produk
   Salah satu aspek yang cukup nyata adalah kemampuan teknis produk seperti otomotif, musik dan juga makanan yang berhubungan dengan selera. Aspek non-teknis sendiri merupakan aspek intangible persepsi konsumen kepada sebuah produk tersebut.
2. Posisi Produk
   Posisi produk merupakan persepsi konsumen mengenai posisi produk yang ditawarkan kepada mereka. Ada beberapa produk yang bisa memberikan keuntungan dan

juga ada produk yang dihindari oleh konsumen yang disebabkan selera mereka. Hal ini tentu saja bisa dianalisa dengan memakai analisa posisi produk tersebut. Proses ini akan melakukan identifikasi faktor penentu kepemilikan konsumen mengenai sebuah produk. Di dalam penentuan posisi produk, manajemen tentu saja harus memperhatikan produk-produk lain baik yang berkaitan erat dengan produk yang akan dianalisa atau tidak.

3. Siklus hidup produk

   Produk yang dihasilkan memiliki harapan hidup yang berbeda-beda. Dan hal ini disebut pula dengan siklus hidup produk. Ada 4 fase siklus yang terjadi di dalam siklus hidup produk tersebut. Dan ke-4 fase tersebut adalah:

   a. Pendahuluan

      Di tahap ini perusahaan masih cukup lambat. Keuntungan atau laba masih rendah dan juga terkadang mengalami kerugian. Kerap kali produk yang dipromosikan belum menjangkau konsumen dengan maksimal. Sehingga efektifitas dari tahap ini bisa diukur dari banyaknya konsumen yang mengetahui produk tersebut.

   b. Pertumbuhan

      Tahap ini adalah tahap berikutnya dari tahap pendahuluan. Tahap ini merupakan fase pengantar untuk menuju kepada kesuksesan. Level ini ditandai dengan fitur sebagai berikut:

      - Tingkat keuntungan yang cukup tinggi
      - Harga tetap atau harga akan mengalami kenaikan
      - Biaya promosi yang akan ditingkatkan untuk ikut di dalam persaingan
      - Penjualan yang meningkat tajam
      - Biaya produksi per unit akan berkurang

   c. Kematangan

      Tahap ini adalah masa-masa produksi mulai jenuh. Hal ini disebabkan konsumen sudah mulai bosan sehingga bisa meningkatkan penjualan dari produk tersebut. Dan

ini tercermin di dalam garis siklus yang belum pernah kejadian di fase-fase sebelumnya.

d. Penurunan

Di tahap ini konsumen tidak lagi mengalami ketertarikan terhadap produk tersebut. Sehingga penjualan akan mengalami penurunan. Terdapat beberapa alasan penjualan di dalam fase ini mengalami penurunan yaitu:

a. Faktor kemajuan teknologi
b. Faktor yang mengubah selera konsumen
c. Faktor di dalam kompetisi dalam dan luar negeri

4. Portfolio Produk

Portfolio produk merupakan situasi di dalam perusahaan yang mempunyai berbagai macam produk yang diproduksi dan kemudian dipasarkan kepada masyarakat umum. Di dalam analisa portfolio tersebut, semua produk yang dipasarkan ini akan dianalisa secara berbarengan sehingga bisa ditemukan produk yang berada di 1 posisi dan produk yang berada di posisi yang berbeda. Dan karakteristik untuk manufaktur dan jasa terdapat perbedaan yang signifikan. Untuk karakteristik manufaktur yaitu:

1. Produk bisa dilihat secara visual
2. Konsumen tidak mempunyai peran di dalam proses produksi
3. Konsumen bisa melakukan evaluasi produk sebelum digunakan
4. Tidak memerlukan kontak fisik kala melakukan pengiriman
5. Ketergantungan konsumen terhadap produk tersebut.

Sementara untuk karakteristik jasa dan layanan sendiri terdiri dari:

1. Tidak memiliki wujud atau visual
2. Tidak bisa dipisahkan
3. Variabilitas atau heterogenitas
4. Daya tahan yang tidak tahan lama

C. LATIHAN BAB 6

1. Sebutkan aspek teknis – operasi di studi kelayakan bisnis
2. Sebutkan aspek perencanaan produk
3. Sebutkan 4 siklus hidup produk
4. Apa saja karakteristik manufaktur
5. Apa saja karakteristik jasa dan layanan

DAFTAR PUSTAKA

Barnard, C. I. (2004). Organization and management: Selected papers. Routledge.

Best, R. J. (2009). Market-based management: Strategies for growing customer value and profitability.

Bienstock, J. M. C. (1998). Sales forecasting management. Sage Publications.

Boyd, H. W., Westfall, R., & Stasch, S. F. (1972). Marketing research: text and cases. RD Irwin

Bratton, J., & Gold, J. (2017). Human resource management: theory and practice. Palgrave.

Brinkerhoff, R. O., & Gill, S. J. (1994). The Learning Alliance: Systems Thinking in Human Resource Development. The Jossey-Bass Management Series. Jossey-Bass, Inc., 350 Sansome Street, San Francisco, CA 94104.

Brown, A. J., Brownlie, D., Crosier, K., Drayton, J. L., Kennedy, A., Kinsey, J., & Parkinson, S. T. (1995). Marketing: Theory and practice. M. J. Baker (Ed.). Basingstoke.: Macmillan.

Foxall, G. (2014). Strategic Marketing Management (RLE Marketing). Routledge.

Fuady, M. (2005). Pengantar hukum bisnis. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Gallagher, T. J., Andrew, J. D., Hine, S., & Bajtelsmit, V. (1997). Financial management: principles and practice. Prentice Hall.

Gibb, S. (2011). Human resource development. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.

Gibson, James L,. John M., Ivancevich dan James H., Donnelly, Jr., 1989 Organisasi dan Manajemen : Perilaku, Struktur, dan Proses, terjemahan oleh Joerban Wahid, Erlangga, Jakarta,.

Gomez-Mejia, L. R., Balkin, D. B., & Cardy, R. L. (2007). Managing human resources. Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.

Husnan, S. (1996). Manajemen Keuangan teori dan penerapan (keputusan jangka panjang) buku 1. BPFE, Yogyakarta.

Ingram, R. W., Albright, T. L., & Baldwin, B. A. (2001). Financial accounting: information for decisions. South-Western College.

Irianto Jusuf, Prinsip-prinsip Dasar Manajemen Pelatihan (Dari Analisis Kebutuhan Sampai Evaluasi Program Pelatihan), (Jakarta: Insani Cendekia, 2001),,112

James C. Van dan John M Wachowicz, Jr. 2012. Prinsip-prinsip. Manajemen Keuangan (Edisi 13). Jakarta : Salemba Empat

Joesoef, J. R. (2008). Pasar Uang dan Pasar Valuta Asing. Penerbit Salemba.

Kotler, Philip (2003), Marketing Management, 11th ed., Upper Saddle, NJ: Prentice-Hall, Inc.

Kotler, Philip. (1995) Marketing for Non-Profit Organizations, 5th ed. Englewood

Kusdi. 2011. Teori Organisasi Dan Administrasi. Jakarta: Salemba Humanika.

Kussudyarsana (2003), "Dampak dan Manfaat Hubungan antara Pelanggan dengan Customer Contact Employee", Tesis, Program Pascasarjana UGM: Yogyakarta

Lee, A. C., Lee, J. C., & Lee, C. F. (2009). Financial analysis, planning & forecasting: Theory and application.

Levi, M. D. (2004).International Finance: the markets and financial management of multinational business. Routledge.

Malayu S. P . Hasibuan. (2008) Manajemen Sumber Daya Manusia: Ed. Revisi. Book. Bumi Aksara.

Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, Cetakan Duabelas. Penerbit PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Manama, M. J. (2009). Introduction Systems Analysis and Design.

Margulies, N., & Raia, A. P. (1972). Organizational Development: Values, Process, and Technology.

Pfeiffer & Co. Newstrom, J.W dan Davis, K; 1989 Organizational behavior : human behavior at work, New Delhi :

Prasetyo, H &Fitri, L. 2009. Manajemen Operasi. Cetakan Pertama. MedPress, Yogyakarta.

Refika Aditama Mangkunegara,Anwar Prabu. 2010. Evaluasi Kinerja Sumber Daya manusia.Bandung : Refika Aditama

Riva'i, Veithzal. 2005. Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Robbin, P Stephen, Handyana Pujaatmaka (Penterjemah). 2001. Perilaku Organisasi, Konsep. Kontroversi, Aplikasi, Jakarta : PT. Prenhallindo

Robbins, Stephen P. 2002. Prinsip-prinsip Perilaku Organisasi, Edisi Kelima, Erlangga, Jakarta.

Ruky, Saiful M., Menilai Penyertaan dalam Perusahaan, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1999.

Rutterford, J., Upton, M., & Kodwani, D. (2006).Financial strategy. John Wiley and Sons Ltd.

S.M. & Kaluzny, A.D. ;1998 Health care management : a text in organization theory and behavior. 2nd ed. New York ;

Sarwono, Sarlito Wirawan. 2001. Psikologi Lingkungan. Cetakan Pertama. Jakarta. Penerbit PT. Gramedia Grasindo.

BIODATA PENULIS

Surya Bakti, S.E.,M.M

Anak ke 4 dari 6 bersaudara, menulis bagian dari hobi, saya di lahirkan di sebuah desa terpencil di Desa Sarang Helang 15 Nopember 1974. Pendidikan yang ditempuh dari SD Negeri Sarang Helang Kecamatan Sei Kepayang Kabupaten Asahan tahun 1987, dilanjutkan ke SMPN 1 Sei Kepayang pada tahun 1990 dan SMEA Negeri Kisaran pada tahun 1993. Menamatkan Diploma di Politeknik USU Medan, Menanamatkan S-1 di Universitas Asahan, S-2 Magister Manajemen di Universitas Islam Sumamtera Tahun 2011. Penulis merupakan tenaga pengajar di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Asahan Kisaran, sejak tahun 2011 sekarang. Penulis juga membuat artikel internasional. Motto penulis yaitu "Apapun Peran yang ditakdirkan oleh Allah kepada kita Hendaknya takdir itu membuat kita lebih baik"

Buku Ajar

STUDI KELAYAKAN BISNIS

Arranged by :

SURYA BAKTI, S.E.,M.M

Studi kelayakan bisnis memiliki pengertian sebagai sebuah studi yang memiliki ruang lingkup di dalam aspek hukum, sosial ekonomi dan juga budaya, aspek pasar dan pemasaran serta teknis dan teknologi. Selain itu aspek manajemen dan keuangan juga menjadi salah satu ruang lingkup dari studi kelayakan bisnis tersebut. Aspek di dalam studi kelayakan bisnis tersebut tentu saja bisa difungsikan sebagai jalan untuk memutuskan mengenai sebuah proyek atau bisnis yang bisa dilakukan, ditunda atau tidak bisa dilakukan sama sekali.

PT Inovasi Pratama Internasional
www.ipinternasional.com