



REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00201974746, 8 Oktober 2019

Pencipta

Nama : **Dr. Dwi Wahyu Artiningsih, SE, MM.**
Alamat : Komp. Kayu Tangi II Jalur 6 No. 94 RT. 20. Kel. Pangeran, Kec. Banjarmasin Utara., Banjarmasin , Kalimantan Selatan, 70124
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Dr. Dwi Wahyu Artiningsih, SE, MM.**
Alamat : Komp. Kayu Tangi II Jalur 6 No. 94 RT. 20. Kel. Pangeran, Kec. Banjarmasin Utara. , Banjarmasin , Kalimantan Selatan, 70124
Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Buku**
Judul Ciptaan : **STUDI KELAYAKAN BISNIS**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 1 Agustus 2019, di Surabaya

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000157635

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL



Dr. Freddy Harris, S.H., LL.M., ACCS.
NIP. 196611181994031001



STUDI KELAYAKAN



BISNIS

Dr. Dwi Wahyu Artiningsih, SE., MM.

STUDI KELAYAKAN BISNIS

Dr. Dwi Wahyu Artiningsih, SE., MM.



 **MK Press**

Gedung Bumi mandiri Lt. 5R. 505A
Jl. Basuki Rachmad 129 - 137, Surabaya 12620 - Indonesia
Phone : +62-31-5479870
Fax : +62-31-5479870



STUDI KELAYAKAN BISNIS

Dr. Dwi Wahyu Artiningsih, SE., MM.



Penerbit:
PT. Muara Karya (Anggota IKAPI)
Surabaya, 2019

Judul:

Studi Kelayakan Bisnis

Oleh : Dr. Dwi Wahyu Artiningsih, SE., MM.

Hak Cipta © pada Penulis

Editor : Dr. Kukuh Lukiyanto, ST., MM., MT.

Penerbit : PT. Muara Karya

ISBN : 978-602-53690-5-6

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronik maupun mekanis, termasuk memfotocopy, merekam atau dengan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari penulis.

Isi di luar tanggungjawab penerbit

PT. Muara Karya (IKAPI)

Gedung Papaya Lt. 2 Jl. Margorejo Indah
No. 60-68, Margorejo, Wonocolo,
Surabaya 60238 - Indonesia

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan YME, atas hikmat dan anugerahNya sehingga buku ini bisa terselesaikan. Kami juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan dorongan semangat sehingga proses penulisan buku ini selesai.

Buku Studi Kelayakan Bisnis ini ditulis untuk membantu mahasiswa dan masyarakat yang akan membuka usaha/bisnis. Untuk mengetahui sebuah bisnis layak dijalankan atau tidak perlu dilakukan studi kelayakan bisnis.

Buku Studi Kelayakan Bisnis ini membahas tentang tujuan, tahap-tahap, dan aspek yang perlu dilakukan dalam membangun bisnis. Buku ini diharapkan dapat menginspirasi para pembaca tentang pentingnya studi kelayakan bisnis, guna meningkatkan kualitas bisnis dan suksesnya target transaksi yang dicapai.

Akhirnya, kami berharap buku ini bisa membawa manfaat bagi semua pembaca. Tidak ada kesempurnaan dalam setiap ide atau gagasan, oleh sebab itu tanggapan, masukan maupun koreksi sangat diharapkan demi kesempurnaan buku ini di masa depan.

Banjarmasin, Agustus 2019

Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vi
Daftar Gambar	viii
Bab I Pendahuluan	1
Tujuan Studi Kelayakan Bisnis	13
Tahap-tahap dalam Studi Kelayakan Bisnis	15
Aspek Menilai Studi Kelayakan	17
Bab II Aspek Pasar dan Pemasaran	21
<i>Segmentation</i>	24
<i>Targetting</i>	26
<i>Positioning</i>	26
<i>Marketing Mix</i>	27
Bab III Aspek Hukum	35
Jenis- jenis Badan Usaha	36
Langkah Mendirikan Badan Usaha	40
Metode Pengumpulan Data	44
Bab IV Aspek Teknis/Operasi	47
Tujuan	48
Metode Penilaian Lokasi	50
Pemilihan Mesin dan Teknologi	52
Penentuan <i>Layout</i> Pabrik	53
Bab V Aspek Manajemen dan Organisasi	57
Aspek Manajemen	57
Pengertian Organisasi	65

Bab VI Aspek Ekonomi dan Sosial	71
Aspek Ekonomi	71
Aspek Sosial	76
Bab VII Aspek Keuangan	84
Dana dan Sumber Dana	85
Depresiasi, Amortisasi, dan Pajak	91
Laporan Laba Rugi	93
Arus Kas	93
Bab VIII Aspek AMDAL	102
Pengertian AMDAL	105
Karakteristik AMDAL	107
Komponen AMDAL	110
Daftar Pustaka	113
Glosarium	115
Indeks	120
Tentang Penulis	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tahap-tahap Studi kelayakan Bisnis	17
Gambar 1.2 Aspek-aspek Penilaian Studi Kelayakan	19
Gambar 4.1 Layout fungsional	54
Gambar 4.2 Layout garis	54
Gambar 4.3 Layout kelompok	55
Gambar 5.1 Organisasi garis	68
Gambar 5.2 Organisasi lini dan staf	68
Gambar 5.3 Organisasi fungsional	69
Gambar 5.4 Organisasi lini, staf dan fungsional	69
Gambar 7.1 Kurva BEP	99

BAB I PENDAHULUAN

Bisnis ialah suatu kegiatan investasi untuk mendapatkan manfaat pada masa yang akan datang/dalam jangka waktu tertentu, yang dapat direncanakan, dikelola dan dievaluasi. Secara umum, bisnis ialah kegiatan yang mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan/laba, dengan melibatkan aktivitas: produksi, penjualan, maupun pembelian. Bisnis juga mempunyai arti pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling memberi manfaat atau menguntungkan (Skinner,1992). Menurut Boone dan Kurtz (2002), bisnis ialah semua aktivitas yang bertujuan untuk mencari laba dan perusahaan yang menghasilkan barang serta jasa yang dibutuhkan oleh sebuah sistem ekonomi. Sebagian bisnis menghasilkan barang seperti: mobil, chip komputer, sereal untuk makan pagi. Yang memproduksi jasa contohnya: salon, asuransi, hotel, penginapan, konser musik. Definisi bisnis yang lain ialah suatu sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat.

Semakin banyak keinginan dan kebutuhan manusia, maka semakin banyak pula ragam bisnis. Berikut ini macam-macam bisnis dan contohnya:

1. Bisnis berdasarkan jenis kegiatannya

Bisnis bisa digolongkan menjadi beberapa macam yaitu:

a. Bisnis Ekstraktif

Adalah kegiatan bisnis yang bergerak pada bidang pertambangan, dengan menggali bahan-bahan yang terkandung di dalam perut bumi. Misalnya: batu bara, emas, besi, intan, aluminium, tembaga, semen, bisnis minyak dan gas bumi.

b. Bisnis Agraris

Adalah kegiatan bisnis yang bergerak pada bidang perkebunan, pertanian, peternakan, perikanan dan kehutanan.

c. Bisnis Industri

Kegiatan bisnis yang bergerak di bidang industri *manufacturing*, misalkan: industri pesawat terbang, rokok, garmen, tekstil, kapas, mebel, kertas, dan lain-lain.

d. Bisnis Jasa

Adalah kegiatan bisnis yang bergerak pada bidang jasa, yang menghasilkan produk-produk tidak berwujud, contohnya: kesehatan, pendidikan, jasa asuransi, pariwisata, perbankan, kecantikan, dan lain-lain.

2. Jenis bisnis berdasarkan kegunaan

a. Kegunaan bentuk (*form utility*)

Adalah bisnis yang merubah suatu benda menjadi benda lain, dengan bentuk yang berbeda, sehingga lebih bisa bermanfaat bagi manusia. Misalnya: bisnis mebel, genteng, roti, garmen.

b. Kegunaan tempat (*place utility*)

Adalah bisnis yang memindahkan produk dari satu tempat ke tempat lain yang lebih bermanfaat. Yang bergerak di bidang transportasi, baik itu angkutan manusia, angkutan barang, darat, laut, dan udara.

c. Kegunaan waktu (*time utility*)

Adalah bisnis yang menjalankan usaha penyimpanan. Tujuannya agar barang yang kurang bermanfaat di masa sekarang disimpan terlebih dahulu, kemudian disaat lain akan dikeluarkan bila barang itu sudah lebih bermanfaat. Misalnya: Bulog, pergudangan di pelabuhan-pelabuhan.

d. Kegunaan pemilikan (*possession utility*)

adalah bisnis yang menjalankan usaha untuk menciptakan/memenuhi kegunaan pemilikan terhadap suatu barang/jasa. Contohnya: pertokoan, perdagangan.

Dalam operasi suatu bisnis, terdapat 5 fungsi bisnis, yaitu: manajemen, pemasaran, keuangan, akuntansi, dan sistem informasi. Apabila ingin sukses berbisnis, maka kelima fungsi ini harus dijalankan dengan baik.

1. Manajemen adalah cara bagaimana karyawan dan sumber lain (seperti mesin) digunakan oleh perusahaan.
2. Pemasaran adalah cara bagaimana produk (jasa) dikembangkan, ditentukan harganya, disebar, dan dipromosikan kepada pelanggan.
3. Keuangan adalah cara bagaimana perusahaan mendapatkan dan menggunakan dana untuk menjalankan bisnisnya.

4. Akuntansi adalah ringkasan dan analisis kondisi keuangan perusahaan dan dipakai untuk membuat berbagai macam keputusan sistem informasi. Termasuk masyarakat, teknologi informasi, dan prosedur untuk memberi informasi yang cocok untuk karyawan perusahaan, sehingga bisa membuat keputusan bisnis.
5. Sistem informasi, perusahaan menggunakan sistem informasi untuk selalu memperbarui dan menganalisis sistem informasi tentang operasinya. Hasil informasi digunakan oleh manajer perusahaan untuk membuat keputusan bisnis.

Investasi adalah pengeluaran dana saat ini untuk memperoleh manfaat di masa yang akan datang. Dari sudut pandang investor, bisnis itu sangat penting, alasannya adalah untuk memperoleh manfaat di masa yang akan datang layak nya investasi.

Suatu usaha atau bisnis umumnya memerlukan penanaman modal atau dana yang cukup besar sehingga perlu adanya suatu kepastian agar usaha atau bisnis tersebut tidak mendatangkan kerugian. Pengeluaran modal mempunyai konsekuensi jangka panjang, dan pada umumnya komitmen pengeluaran modal tidak mudah diubah, apalagi dibatalkan. Oleh sebab itu, diperlukan studi kelayakan bisnis untuk meneliti atau mengkaji apakah suatu bisnis layak dijalankan atau tidak.

Bisnis dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, baik bagi perusahaan, pemerintah, maupun masyarakat. Berikut manfaat dari bisnis:

1. Memperoleh keuntungan
2. Membuka peluang pekerjaan
3. Manfaat ekonomi
 - menambah jumlah barang dan jasa
 - meningkatkan mutu produk
 - meningkatkan devisa
 - menghemat devisa
4. Tersedianya sarana dan prasarana
5. Membuka isolasi wilayah
6. Meningkatkan persatuan dan membantu pemerataan pembangunan

Selain manfaat, dalam bisnis ada risiko. Tidak menutup kemungkinan adanya kegagalan dalam suatu bisnis, faktor yang menyebabkan antara lain:

- a. Data dan informasi tidak lengkap
- b. Tidak teliti
- c. Salah perhitungan
- d. Pelaksanaan pekerjaan salah
- e. Kondisi lingkungan
- f. Unsur sengaja

Studi kelayakan bisnis ini bukan hanya harus dilakukan saat ingin memulai usaha, studi kelayakan bisnis merupakan suatu siklus yang tidak berhenti yang harus dilakukan oleh perusahaan. Jadi, pada intinya perusahaan harus terus

melakukan studi kelayakan bisnis sampai perusahaan itu tutup atau tidak beroperasi lagi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas studi kelayakan bisnis, ialah:

1. Besarnya modal yang ditanam
2. Tingkat ketidakpastian usaha
3. Kompleksitas dari elemen-elemen yang terkait dengan bidang usaha

Pada umumnya sebuah bisnis dengan investasi yang signifikan memerlukan studi kelayakan bisnis. Karena terkait dengan hal-hal sebagai berikut:

- Kekuatan (*Strength*): sebuah bisnis perlu mengetahui apa yang menjadi karakteristik dan kekuatan dari bisnis yang akan dijelankannya. Dari karakteristik inilah sebuah bisnis dapat memberikan nilai tambah bagi lingkungan sekitarnya, dan menjadi pembeda terhadap bisnis lain yang serupa.
- Kelemahan (*Weaknesses*): sebuah bisnis perlu mengetahui kelemahan mereka sehingga dapat diantisipasi dan ditanggulangi dengan baik. Dengan mengenali kelemahan, sebuah bisnis dapat terus memperbaiki diri, sehingga mungkin mendapatkan *progress* dan *upgrade* di masa yang akan datang.
- Kesempatan (*Opportunity*): kesempatan adalah bagaimana bisnis tersebut memiliki kesempatan untuk berkembang di masa yang akan datang secara internal. Secara eksternal, bagaimana sebuah bisnis dapat memberikan keuntungan bagi bisnis lainnya serta bagi masyarakat sekitarnya.

- Ancaman (*Threats*): merupakan ancaman yang dapat datang dari pesaing dan pemain bisnis serupa, yang membuat bisnis harus senantiasa waspada. Saat ini, ancaman tidak hanya datang dari pesaing di bisnis serupa. Namun juga adaptasi terhadap perubahan serta perkembangan teknologi yang berkembang dengan pesat.

Menurut William F.S. dalam buku Kasmir dan Jakfar (2009), investasi ialah mengorbankan dollar sekarang untuk dollar di masa yang akan datang. Dari pengertian ini mengandung pengertian penting didalam investasi, yaitu adanya risiko dan tenggang waktu (Kasmir dan Jakfar, 2009). Pengorbanan uang ini berarti menanamkan sejumlah dana dalam usaha sekarang. Dengan harapan akan pengembalian investasi dengan disertai tingkat keuntungan pada masa yang akan datang, atau dalam tempo waktu tertentu.

Investasi dapat dilakukan dalam berbagai bidang usaha, oleh karena itu investasi pun dibagi dalam beberapa jenis. Pada praktiknya, jenis investasi ini dibagi 2 macam, antara lain: (Kasmir dan Jakfar, 2009)

- Investasi nyata (*real investment*)
Investasi ini merupakan investasi yang dibuat dalam harta tetap seperti: tanah, bangunan, peralatan atau mesin-mesin.
- Investasi finansial (*financial investment*)
Investasi ini merupakan investasi dalam bentuk suatu kontrak kerja, pembelian saham atau obligasi maupun surat berharga lainnya seperti: sertifikat deposito.

Jadi investasi ini dapat dikatakan pula sebagai penanaman suatu modal dalam suatu kegiatan usaha yang memiliki jangka waktu yang cukup panjang dalam berbagai bidang.

Dalam praktiknya, investasi ini dilakukan dalam suatu usaha atau bisnis, timbulnya usaha ini disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu: (Kasmir dan Jakfar, 2009)

a. Adanya permintaan pasar

Adanya suatu kebutuhan dan keinginan dalam masyarakat yang harus disediakan. Hal ini disebabkan karena jenis produk yang tersedia dipasaran belum mencukupi atau memang belum memenuhi sama sekali.

b. Untuk meningkatkan kualitas suatu produk

Bagi perusahaan tertentu usaha atau proyek dilakukan dalam rangka peningkatan mutu suatu produk. Hal ini dilakukan karena tingginya tingkat persaingan yang ada.

c. Kegiatan pemerintah

Tujuannya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atas suatu produk/jasa, merupakan kehendak pemerintah, sehingga perlu disediakan berbagai produk melalui proyek-proyek tertentu.

Dari banyaknya faktor ini dapat disimpulkan bahwa pengertian dari studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan (Kasmir dan Jakfar, 2009). Dalam mempelajari secara mendalam ini, artinya adalah

meneliti secara sungguh-sungguh melalui berbagai aspek yang diperlukan dalam penentuan kelayakan suatu usaha yang akan diteliti. Salah satu aspek tidak terpenuhi, dapat menyebabkan suatu bisnis atau usaha dikatakan tidak layak. Pengertian lain dari studi kelayakan bisnis menurut (Umar, 2003), adalah penelitian terhadap suatu rencana bisnis, dengan menganalisis layak/tidaknya bisnis dibangun, namun juga saat dioperasionalkan secara rutin, untuk tujuan pencapaian keuntungan yang maksimal dalam waktu yang tidak ditentukan.

Kelayakan bisnis merupakan penelaahan atau analisis tentang apakah suatu kegiatan investasi memberikan manfaat atau hasil bila dilaksanakan (Nurmalina, 2009). Banyak peluang dan kesempatan yang ada dalam kegiatan bisnis, telah menuntut perlu adanya penilaian sejauh mana kegiatan dan kesempatan tersebut, dapat memberikan manfaat bila bisnis dilakukan.

Proyek merupakan suatu tugas yang perlu didefinisikan dan terarah ke suatu sasaran yang dituturkan secara konkrit, serta yang harus diselesaikan dalam kurun waktu tertentu. Dengan menggunakan tenaga manusia yang terbatas dan menggunakan alat-alat terbatas, sehingga diperlukan suatu jenis pimpinan dan bentuk kerjasama yang tidak seperti biasa. Rangkaian dasar dalam perencanaan dan pelaksanaan proyek adalah siklus proyek yang terdiri dari tahap-tahap identifikasi, persiapan, dan analisis penilaian pelaksanaan, serta evaluasi (Noor, 2009).

Menurut (Husnan dkk,2000), pengertian studi kelayakan bisnis ialah penelitian tentang apakah suatu bisnis dapat dilaksanakan dengan berhasil, dilakukan analisis kelayakan untuk melihat apakah suatu bisnis mampu memberikan manfaat atas investasi yang akan ditanamkan.

Studi kelayakan bisnis sesuai Umar (1999), ialah suatu penelitian tentang layak/tidaknya suatu investasi dilaksanakan. Hasil kelayakan bisnis merupakan perkiraan, bila telah dioperasionalkan akan menghasilkan keuntungan yang layak. Sesuai dengan pihak yang menjalankan tujuan bisnis, perkiraan keberhasilan mungkin dapat ditafsirkan berbeda-beda.

Pentingnya dilakukan analisis kelayakan bisnis, sebagai evaluasi dari bisnis yang dijalankan. Pihak yang membutuhkan studi kelayakan, antara lain:

1. Investor

Investor merupakan pihak yang menanamkan modal atau dana dengan lebih memperhatikan tingkat keuntungan, atau prospek usaha tersebut. Investor disini adalah pemilik atau pemegang saham. Dimana studi kelayakan bisnis ini sangat penting untuk meningkatkan keyakinan para pemegang saham, untuk menginvestasikan dananya. Bila implementasi dari studi kelayakan bisnis ternyata tidak tepat dan mengalami kerugian, maka yang merasakan dampaknya ialah pemilik usaha.

2. Kreditor atau lembaga perbankan

Dalam kegiatan bisnis, kreditor merupakan pihak yang membutuhkan studi kelayakan dengan memperhatikan segi keamanan dana yang dipinjamkan. Pihak bank perlu jaminan kepastian pengembalian pinjaman perusahaan, dengan melihat dari aliran kas perusahaan tersebut. Pihak bank atau keuangan lainnya, sudah tentu tidak ingin kredit atau pinjaman yang diberikan mengalami hambatan karena proyek atau usaha yang akan direalisasikan, ternyata tidak layak untuk dijalankan.

3. Pemerintah

Pemerintah mempunyai kepentingan dengan manfaat bagi perekonomian nasional dan pendapatan atas pajak pada bisnis tersebut. Studi kelayakan bisnis harus memperhatikan kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan oleh pemerintah daerah, karena secara langsung atau tidak langsung, dapat mempengaruhi kebijakan perusahaan.

4. Manajemen Perusahaan

Hasil dari studi kelayakan bisnis dapat dijadikan suatu ukuran kinerja yang mempengaruhi manajemen perusahaan. Kinerja tersebut dapat dilihat dari hasil yang telah dicapai. Sehingga dapat melihat sejauh mana prestasi kinerja pihak manajemen, dalam menjalankan proyek atau usaha yang berada dibawah tanggung jawabnya.

5. Masyarakat luas

Bisnis atau proyek yang dibangun, berarti menciptakan lapangan kerja baik bagi masyarakat sekitar maupun masyarakat lain, dimana suatu proyek tersebut dibangun.

6. Bagi tujuan Pembangunan Ekonomi

Kebijaksanaan pembangunan ekonomi dirancang serta dirumuskan oleh pemerintah. Sedangkan pelaksanaan dilakukan oleh masyarakat melalui bermacam-macam pelaksanaan usaha proyek. Berarti pelaksanaan pembangunan juga berpedoman pada studi kelayakan bisnis dari masing-masing rencana usaha atau proyek. Penyusunan studi kelayakan bisnis perlu dianalisis dengan seksama, sehingga manfaat yang akan didapat dan biaya yang ditimbulkan proyek dapat diketahui dengan jelas. Banyaknya perusahaan yang menghadapi masalah ekonomi akan dapat mempengaruhi perekonomian nasional.

Untuk menjalankan studi kelayakan bisnis investasi, hal yang menjadi dasar apabila seseorang mampu melihat apakah kesempatan usaha tersebut bisa dimanfaatkan secara ekonomis. Serta apakah kita mampu mendapatkan suatu tingkat keuntungan yang cukup layak dari usaha tersebut. Suatu studi kelayakan meliputi tiga aspek, sesuai Husnan (2000), yaitu:

1. Manfaat ekonomi bisnis tersebut bagi bisnis itu sendiri atau manfaat finansial. Mengandung arti, apakah bisnis tersebut cukup menguntungkan jika dibandingkan dengan risiko bisnis.
2. Manfaat ekonomi bisnis tersebut bagi negara tempat bisnis tersebut dilaksanakan. Juga memberi manfaat bisnis bagi ekonomi makro suatu negara.

3. Manfaat sosial bisnis tersebut bagi masyarakat disekitar bisnis.

Pada umumnya, proyek investasi memerlukan dana yang tidak sedikit, dan mempengaruhi perusahaan dalam jangka panjang. Dengan kata lain, tujuan dilakukannya studi kelayakan bisnis ialah menghindari penanaman modal yang tidak sedikit, untuk kegiatan yang tidak menguntungkan.

Tujuan dari Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis mempunyai tujuan utama agar perusahaan yang akan berdiri berjalan sesuai harapan dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Selain itu untuk mengukur seberapa besar potensi usaha tersebut dalam situasi mendukung, maupun situasi tidak mendukung. Jangan sampai terjadi kesalahan dalam perhitungan, oleh sebab itu studi kelayakan harus benar. Terdapat 5 tujuan studi kelayakan bisnis, yaitu:

1. Menghindari risiko kerugian

Tujuan dari studi kelayakan ialah menghindari risiko kerugian di masa yang akan datang, yang belum pasti. Kondisi tersebut ada yang dapat diperkirakan dan ada juga yang tidak dapat diperkirakan. Dalam hal ini fungsi studi kelayakan adalah meminimalkan risiko yang tentunya tidak diinginkan, baik risiko tersebut dapat dikendalikan maupun tidak.

2. Memudahkan perencanaan

Memperkirakan apa yang akan terjadi di masa yang akan datang dapat mempermudah dalam melakukan perencanaan. Perencanaan tersebut meliputi:

- a. Berapa jumlah dana yang diperlukan
- b. Kapan usaha tersebut akan dijalankan
- c. Di mana lokasi usaha tersebut akan didirikan atau dibangun
- d. Siapa yang akan melaksanakannya
- e. Bagaimana cara menjalankannya
- f. Berapa besar keuntungan yang akan diperoleh
- g. Bagaimana cara mengawasinya jika terjadi penyimpangan

Pada tahap perencanaan, umumnya usaha sudah mempunyai jadwal pelaksanaan, mulai dari usaha tersebut dijalankan sampai waktu tertentu.

3. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan

Berbagai rencana yang telah disusun sangat memudahkan pelaksanaan usaha. Setiap pelaku usaha harus mempunyai pedoman yang harus dikerjakan. Proses pelaksanaannya dapat dilakukan secara sistematis, sehingga tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Rencana tersebut dapat dijadikan acuan dalam mengerjakan setiap tahapan yang telah ada, didalam susunan rencana tersebut.

4. Memudahkan pengawasan

Pelaksanaan usaha yang sesuai dengan rencana akan memudahkan pemilik usaha atau perusahaan dalam melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Perlunya

pengawasan tersebut dilakukan agar tidak terjadi penyimpangan dari rencana yang telah disusun. Pelaksana usaha juga dapat bersungguh-sungguh melakukan pekerjaannya karena merasa ada yang mengawasi, sehingga tidak terhambat oleh hal-hal yang tidak perlu

5. Memudahkan pengendalian

Perlunya pengawasan dalam pelaksanaan pekerjaan, akan mendeteksi adanya penyimpangan, sehingga dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Pengendalian mempunyai tujuan untuk mengendalikan pelaksanaan pekerjaan yang tidak sesuai, sehingga tujuan dapat tercapai.

Tahap-tahap dalam Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan mempunyai tahapan untuk mempermudah pelaksanaan dan untuk keakuratan penilaian. Sesuai (Husein Umar, 2003), tahap-tahap studi kelayakan, antara lain:

1. Penemuan Ide

Ciptakan produk atau jasa yang dapat berpotensi terjual dan dapat menguntungkan. Penelitian terhadap permintaan dan kebutuhan pasar, serta jenis produk atau jasa yang akan dibuat harus dilakukan. Penelitian tersebut harus mengacu pada pemenuhan kebutuhan pasar yang masih belum terpenuhi. Setiap produk yang dikerjakan harus berpotensi laku dijual dan menguntungkan. Artinya, produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan pasar/konsumen, dengan menerapkan ide-ide sebagai berikut:

- a. Proyek cocok dengan intuisi.
- b. Mampu melibatkan diri dengan hal-hal teknis.
- c. Keyakinan akan kemampuan proyek untuk menghasilkan laba.

2. Tahap Penelitian

Dalam tahap penelitian ini, dilakukan lebih dalam dengan menggunakan metode-metode ilmiah. Dimulai dari pengumpulan data, pengolahan data menggunakan teori-teori yang relevan, serta melakukan analisis dan interpretasi hasil pengolahan data dengan menggunakan alat-alat analisis yang sesuai. Metode-metode :

- 1) *Observation/Survey* (Peninjauan langsung)
- 2) *Interview* (Wawancara)
- 3) *Quisitioner* (Daftar Pertanyaan)
- 4) *Documentation* (Arsip-arsip tentang Pegawai)
- 5) *Library Rresearch* (Penelitian & Perpustakaan)

3. Tahap Evaluasi Proyek

Terdapat tiga evaluasi proyek. Pertama, melakukan evaluasi terhadap usulan proyek yang akan dijalankan. Kedua, melakukan evaluasi proyek yang sedang berjalan. Dan yang ketiga, melakukan evaluasi pada proyek yang baru selesai dibangun.

- a. Evaluasi terhadap proyek yang akan didirikan: status tanah/lokasi.
- b. Evaluasi proyek yang selesai dibangun: fisik gedung.
- c. Evaluasi proyek yang telah dioperasikan: fungsi manajemen.

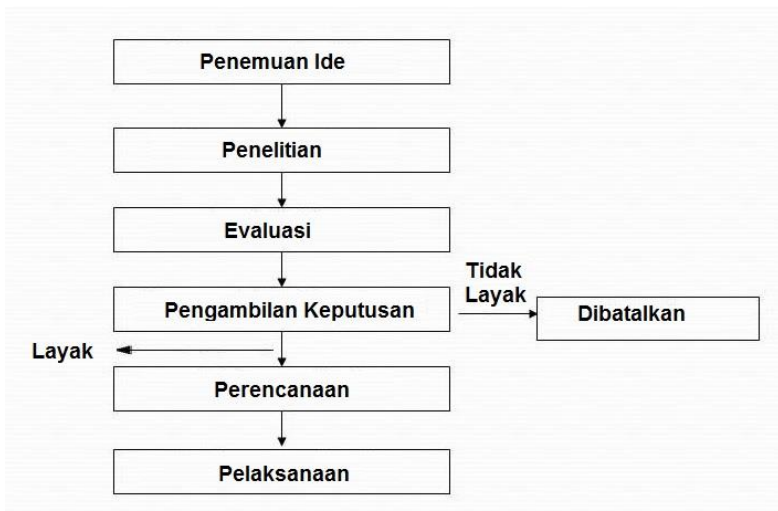
4. Tahap Pengambilan Keputusan

Apabila terdapat lebih dari satu usulan proyek yang dianggap layak dan terdapat keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki manajemen untuk menjalankan proyek-proyek tersebut. Pemilihan proyek yang dianggap paling penting harus dilakukan.

5. Tahap Rencana Pelaksanaan Proyek Bisnis

Setelah terdapat proyek yang sudah terpilih untuk dijalankan, maka perlu dibuat suatu rencana kerja pelaksanaan pembangunan proyek itu sendiri. Dimulai dari menentukan jenis pekerjaan, waktu yang dibutuhkan, jumlah dan kualifikasi tenaga pelaksana, ketersediaan dana, dan sumber daya yang diperlukan, dan lain-lain.

Gambar 1.1 Tahap-tahap Studi Kelayakan Bisnis



6. Tahap Pelaksanaan Proyek Bisnis

Apabila persiapan telah diselesaikan, maka seluruh pelaksana proyek, dari pimpinan sampai para bawahan harus bekerja sama, untuk mencapai tujuan.

Aspek Menilai Studi Kelayakan

Adanya tahap-tahap yang telah ditentukan dalam pembuatan dan penilaian studi kelayakan, sesuai Jakfar dan Kasmir (2012). Setiap tahapan mempunyai berbagai aspek yang harus diukur, diteliti, serta dinilai, berdasarkan ketentuannya. Setiap aspek saling terkait, jadi jika ada salah satu aspek yang tidak terpenuhi, maka harus dilakukan penambahan atau perbaikan yang diperlukan.

Pada gambar dibawah ini, terdapat gambaran secara ringkas mengenai prioritas aspek-aspek studi kelayakan yang perlu dilakukan secara umum:

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pemasaran adalah analisa mengenai permintaan dan penawaran, serta strategi pemasaran yang akan digunakan.

2. Aspek Hukum

Termasuk dalam aspek hukum yaitu bentuk badan yang akan digunakan dalam usaha, jaminan-jaminan yang tersedia dan bagaimana status hukum dari sumber dana, serta berbagai izin, dan surat-surat berharga.

3. Aspek Teknis/Operasional

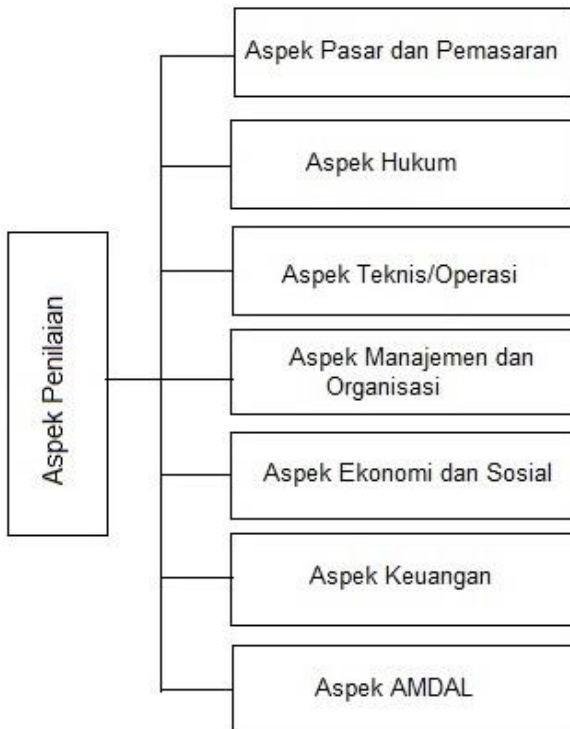
Aspek operasional yaitu segala keterkaitan terhadap operasional proyek yang akan berlangsung, seperti: lokasi

proyek, ketersediaan bahan baku, dan bagaimana proyek tersebut dijalankan.

4. Aspek Manajemen dan Organisasi

Manajemen yang baik serta SDM yang handal merupakan kunci dari suatu proyek yang berhasil secara berkesinambungan. Sehingga penting untuk menempatkan *the right man on the right place*.

Gambar 1.2 Aspek-aspek Penilaian Studi Kelayakan



Sumber: Kasmir & Jakfar, 2003

5. Aspek Ekonomi dan Sosial

Dampak ekonomi meliputi:

- Jumlah tenaga kerja yang tertampung, baik yang bekerja di pabrik maupun masyarakat yang di luar pabrik
- Peningkatan pendapatan masyarakat

Dampak sosial yang muncul akibat adanya usaha berupa tersedianya sarana dan prasarana, antara lain:

- Pembangunan jalan
- Penerangan
- Sarana telepon
- Sarana air minum

6. Aspek Keuangan

Aspek keuangan adalah rencana investasi proyek atau *budgeting* yang memperhitungkan penggunaan dana secara spesifik, sehingga dapat dialokasikan secara maksimal.

7. Aspek Analisis Dampak Lingkungan (AMDAL)

- Dampak terhadap air
- Dampak terhadap tanah
- Dampak terhadap udara
- Dampak terhadap kesehatan manusia

BAB II

ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

Pengertian pasar ialah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Dengan perkembangan jaman, pembeli dan penjual tidak harus bertemu disuatu tempat dalam melakukan transaksi, namun bisa melalui sarana elektronik seperti internet.

Pengertian pasar yang lain ialah kumpulan pembeli nyata dan pembeli potensial. Pasar nyata merupakan konsumen yang memiliki keinginan, pendapatan dan akses pada produk. Jika masih keinginan, dan suatu saat telah memiliki pendapatan dan akses, mereka akan membeli, merupakan pasar potensial.

Pasar juga berarti terjadinya permintaan dan penawaran. Jumlah permintaan dan penawaran serta jenis barang dapat dijadikan dasar untuk mengetahui struktur pasar, yang dikelompokkan atas:

- Pasar persaingan sempurna: terdapat sejumlah penjual dan pembeli, tindakan penjual tidak mempengaruhi harga. Produk yang dihasilkan homogen/sama. Promosi tidak begitu diperlukan.
- Pasar persaingan monopolistik: terdapat banyak penjual, produk yang dihasilkan berbeda. Agar penjualan tinggi diperlukan promosi.

- Pasar oligopoli: terdapat sedikit penjual, barang yang dihasilkan standar dan berbeda corak. Modal yang diperlukan besar, diperlukan promosi untuk meningkatkan penjualan. Persaingan terjadi pada kualitas produk, bukan pada harga.
- Pasar monopoli: terdapat satu penjual, barang yang dihasilkan spesifik, dan adanya penguasaan bahan mentah. Perusahaan harus dapat menentukan tingkat harga dan jumlah produk yang harus dijual.

Menurut Kotler, pemasaran ialah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu serta kelompok memperoleh apa yang diinginkan dan butuhkan, dengan cara mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Pemasaran adalah upaya menciptakan dan mempertukarkan produk kepada konsumen di pasar. Kelompok pasar antara lain:

- Pasar konsumen: ialah pasar barang dan jasa yang disewa atau dibeli oleh perorangan, guna keperluan pribadi
- Pasar *industrial*: ialah pasar barang dan jasa yang disewa atau dibeli oleh organisasi atau perorangan. Yang digunakan pada produksi barang dan jasa lain, baik untuk disewa atau dijual.
- Pasar *reseller*: ialah pasar yang terdiri dari perorangan dan/atau organisasi (pedagang menengah=*dealer*, distributor, grosir, agen, dan *retailer*).

- Pasar pemerintah: ialah pasar yang terdiri dari unit-unit pemerintah yang membeli dan menyewa barang atau jasa untuk keperluan pemerintah.

Analisis aspek pasar menganalisa banyaknya produk yang diminta konsumen, jenis produk yang akan diproduksi, dan banyaknya produk yang ditawarkan oleh pesaing. Analisis aspek pemasaran menganalisa strategi, agar produk yang dihasilkan dapat sampai ke konsumen dengan lebih efisien dibandingkan pesaing. Aspek pasar di negara sedang berkembang (termasuk Indonesia), mempunyai karakteristik, antara lain:

- a. Permintaan nasional untuk produk atau jasa tidak terlalu besar
- b. Perbedaan yang jelas segmen pasar yang ada (dasar geografis, status sosial, dll)
- c. Produk yang dibuat adalah produk pengganti produk impor
- d. Campur tangan pemerintah yang terlalu besar dalam mempengaruhi mekanisme pasar untuk produk tertentu.

Analisis aspek pasar dan pemasaran dalam studi kelayakan bisnis, bertujuan untuk:

- a. Menganalisis permintaan atas produk yang akan dihasilkan.
- b. Menganalisis penawaran atas produk sejenis
- c. Menganalisis ketersediaan rekanan atas pemasok faktor produksi yang dibutuhkan
- d. Menganalisis ketepatan strategi pemasaran yang akan digunakan

Tujuan perusahaan untuk memproduksi atau memasarkan produknya, dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan penjualan dan laba: dengan meningkatnya omset, maka meningkat pula laba, sesuai target yang ditetapkan.
2. Untuk menguasai pasar: meningkatkan *market share* pada wilayah tertentu, dengan mencari peluang baru atau merebut dari pesaing.
3. Untuk mengurangi saingan: dengan cara menciptakan produk dengan mutu yang sama, dengan harga lebih rendah.
4. Untuk menaikkan *prestise* produk tertentu dipasaran: dengan cara promosi, meningkatkan mutu dan selera sesuai keinginan konsumen.
5. Untuk memenuhi pihak-pihak tertentu: dengan jumlah terbatas, contohnya: permintaan pemerintah/lembaga tertentu.

Dalam aspek pasar dan pemasaran ini akan ditinjau apakah perusahaan memiliki peluang pasar yang diinginkan atau tidak. Tentunya ada beberapa tahapan dan cara yang dilakukan peneliti dalam menganalisis aspek pasar dan pemasaran ini. Seperti dalam hal *segmentation*, *targetting*, *positioning* dan juga dalam hal *marketing mix*. Berikut ini adalah penjelasan lebih rincinya:

A. *Segmentation* (segmentasi pasar)

Segmentasi pasar mengandung arti membagi pasar dalam beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang

mungkin memerlukan *marketing mix* atau produk yang berbeda pula (Kasmir dan Jakfar, 2009). Hal ini perlu dilakukan dikarenakan pasar yang sangat luas menyediakan pembeli yang memiliki keinginan yang berbeda-beda. Perbedaan inilah yang dapat menjadi peluang untuk menjadi pasar tersendiri.

Dalam melakukan pengelompokan segmentasi pasar ini, ada beberapa variabel yang harus diperhatikan. Hal ini bertujuan agar segmentasi tepat sasaran. Kesalahan dalam pemilihan variabel dapat menyebabkan gagalnya sasaran yang ingin dituju. Adapun variabel utama untuk melakukan segmentasi pasar, ialah: (Kasmir dan Jakfar, 2009)

- 1) Segmentasi berdasarkan geografis, terdiri dari:
 - a) Bangsa
 - b) Provinsi
 - c) Kabupaten
 - d) Kecamatan
- 2) Segmentasi berdasarkan demografis, terdiri dari:
 - a) Umur
 - b) Jenis kelamin
 - c) Ukuran keluarga
 - d) Daur hidup keluarga
 - e) Pendapatan
 - f) Pekerjaan
 - g) Pendidikan
- 3) Segmentasi berdasarkan psikografis, terdiri dari:
 - a) Kelas sosial
 - b) Gaya hidup

- c) Karakteristik pengabdian
- 4) Segmentasi berdasarkan perilaku, terdiri dari:
 - a) Pengetahuan
 - b) Sikap
 - c) Kegunaan
 - d) Tanggap terhadap suatu produk

B. Targetting (Pasar sasaran)

Apabila segmentasi pasar telah dilakukan, hal selanjutnya adalah menetapkan pasar sasaran untuk mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu atau lebih dari segmen pasar untuk dilayani. Kegiatan penetapan pasar sasaran, meliputi: (Kasmir dan Jakfar, 2009)

- 1) Evaluasi segmen pasar
 - a) Ukuran dan pertumbuhan segmen, contohnya: data tentang penjualan terakhir dan proyeksi laju pertumbuhan.
 - b) Struktural segmen yang menarik. Kurang menarik apabila terdapat pesaing yang kuat dan agresif.
 - c) Sasaran dan sumber daya perusahaan, hal ini memperhatikan energi yang tersedia pada perusahaan.
- 2) Memilih segmen, pemilihan satu atau lebih segmen yang memungkinkan dan memiliki nilai tinggi bagi perusahaan.

C. Positioning (Posisi pasar)

Penentuan dalam posisi pasar ialah cara untuk menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau pasarnya.

Kegiatan ini dapat dilakukan setelah segmentasi telah terpilih. Tujuan penetapan posisi pasar adalah untuk membangun dan mengomunikasikan keunggulan dari produk yang akan kita tawarkan kedalam benak konsumen. Strategi penentuan posisi pasar terdiri dari: (Kasmir dan Jakfar, 2009)

- 1) Atas dasar atribut (besaran harga murah atau mahal).
- 2) Kesempatan penggunaan (kegunaan produk).
- 3) Menurut kelas penggunaan (orang dewasa/anak-anak).
- 4) Langsung menghadapi pesaing (produk unggulan nomor satu).
- 5) Kelas produk (jenis produk).

D. *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran)

Setelah strategi bersaing, unsur segmentasi, target dan posisi pasar ditetapkan, maka selanjutnya hal yang perlu dilakukan adalah strategi bauran pemasaran. Strategi ini meliputi 4P, yaitu; *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*. Adapun berikut ini penjelasannya: (Kasmir dan Jakfar, 2009)

1) *Product* (strategi produk)

Adapun hal yang harus diperhatikan dalam strategi produk adalah sebagai berikut:

- a) Penentuan logo dan moto.
 - b) Menetapkan merk.
 - c) Menciptakan kemasan.
 - d) Keputusan label.
- ##### 2) *Price* (strategi harga)

Harga merupakan salah satu aspek penting yang harus diperhatikan. Dalam menetapkan harga, langkah-langkah yang harus dilakukan, antara lain:

a) Menentukan tujuan penetapan harga.

Hal ini berkenaan dengan tujuan yang hendak dicapai, diantaranya adalah: untuk bertahan hidup, memaksimalkan laba, untuk memperbesar *market share*, mutu produk, dan pesaing.

b) Memperkirakan permintaan, biaya dan laba.

c) Memilih strategi harga.

Besarnya harga yang ditetapkan disesuaikan dengan tujuan penetapan harga. Adapun beberapa strateginya yaitu: *skimming pricing* (harga produk dipasang setinggi-tingginya dengan tujuan bahwa produk memiliki kualitas yang tinggi), *penetration pricing* (menetapkan harga serendah-rendahnya yang bertujuan untuk menguasai pasar), *status quo pricing* (harga yang ditetapkan disesuaikan dengan harga pesaing)

d) Menyesuaikan harga dasar dengan taktik penerapan harga.

3) *Promotion* (strategi promosi)

Strategi promosi ini adalah langkah ketiga dari bauran pemasaran. Dalam strategi ini setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan produk yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak. Pelanggan dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan, dengan adanya

promosi. Ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan, yaitu: (Kasmir dan Jakfar, 2009)

a) Periklanan (*advertising*)

Adapun beberapa cara dalam periklanan yang dapat dilakukan yaitu: pemasangan billboard atau spanduk pada jalan yang strategis, iklan melalui koran, majalah, televisi, radio, dan media lainnya.

b) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya adalah: diskon atau pemberian harga khusus untuk produk tertentu, pemberian undian kepada pelanggan yang telah membeli dalam jumlah tertentu, dan pemberian cendera mata atau kenang-kenangan kepada konsumen yang setia (*loyal*).

c) Publisitas (*publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan yang menarik minat konsumen, seperti: kegiatan dalam pameran, bakti sosial, serta kegiatan lainnya.

d) Penjualan pribadi

Penjualan pribadi dapat dilakukan oleh *salesman* atau *salesgirl*, cara lain dapat dilakukan melalui *customer service* atau *service assistance*.

Dalam pemasaran, strategi saluran pemasaran terbagi menjadi dua yaitu: (Kotler dan Keller, 2016)

- *Push strategy*

Pada strategi ini menggunakan *sales* dari perusahaan ataupun perantara untuk membawa, mempromosikan, dan menjual produk kepada pelanggan akhir.

- *Pull strategy*

Pada strategi ini perusahaan menggunakan iklan, promosi, atau sarana lain untuk membujuk pelanggan untuk membeli.

4) *Placement*

Pada bauran pemasaran ini adalah penentuan saluran distribusi yaitu bagaimana pendistribusian barang dilakukan. Suatu saluran distribusi ini adalah suatu jaringan dari organisasi, dan fungsi-fungsi yang menghubungkan produsen kepada konsumen akhirnya (Kasmir dan Jakfar, 2009).

Selain itu tolak ukur lainnya adalah seberapa besar potensi pasar yang ada dan seberapa besar *market share* yang telah dikuasai oleh pesaing. Dalam menganalisis semua hal ini tentunya peneliti dapat melakukan pengambilan data baik dengan terjun langsung ke lapangan, maupun dengan pengumpulan data dari berbagai sumber.

Penentuan potensi pasar dan *market share* dapat dilakukan dengan melakukan survei tingkat ketertarikan pelanggan yang ada. Hal ini dapat dilakukan dengan memilih beberapa responden dalam cakupan wilayah yang telah ditentukan. Teknik penentuan jumlah responden ini dapat dilakukan dengan metode Slovin. Metode ini dapat digunakan

apabila jumlah populasi responden diketahui. Berikut ini adalah rumus dengan menggunakan metode Slovin: (Umar, 2011)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, misalnya: 10%

Setelah didapatkannya jumlah responden, maka hal berikutnya adalah kuesioner yang akan diisi oleh responden. Kuesioner ini merupakan teknik mengumpulkan data yang dilakukan, dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden yang dituju untuk dijawab. Adapun beberapa prinsip yang harus diperhatikan dalam penulisan kuesioner yaitu: (Sugiyono, 2009)

1) Isi dan tujuan pertanyaan

Konten dari pertanyaan harus sesuai dengan tujuan. Apabila tujuannya adalah pengukuran, maka dalam pembuatan pertanyaan haruslah teliti, dan jumlah *itemnya* mencukupi untuk mengukur variabel yang diteliti.

2) Bahasa yang digunakan

Bahasa yang digunakan haruslah sesuai dengan tingkatan bahasa responden yang dituju. Apabila responden yang

dituju adalah orang Indonesia, maka kuesioner pun disusun dengan bahasa Indonesia yang baik dan benar.

3) Pertanyaan tidak menggiring

Pertanyaan sebaiknya tidak menggiring ke salah satu jawaban, baik itu jawaban yang baik atau yang buruk.

4) Panjang pertanyaan

Pertanyaan sebaiknya tidak terlalu panjang, sehingga tidak akan membuat responden jenuh dalam pengisiannya. Apabila variabel banyak sehingga diperlukan instrumen yang banyak, maka instrumen tersebut dibuat variatif secara penampilan, model yang digunakan, dan cara pengisiannya.

5) Urutan pertanyaan

Pertanyaan dalam kuesioner disusun dari yang umum menuju ke hal yang spesifik. Hal ini perlu untuk dipertimbangkan, dikarenakan akan berpengaruh pada semangat responden untuk menjawab.

6) Prinsip pengukuran

Kuisisioner yang diberikan pada responden adalah merupakan instrumen penelitian untuk mengukur suatu variabel. Maka kuesioner tersebut harus dapat digunakan untuk mendapatkan data yang *valid* dan *reliable*.

7) Penampilan fisik kuesioner

Penampilan fisik dari kuesioner yang disajikan akan mempengaruhi respon atau keseriusan responden dalam mengisi kuesioner tersebut. Maka hal ini harus diperhatikan dan disesuaikan dengan biaya pembuatan kuesioner.

Hal lain yang perlu dilakukan dalam penentuan pasar adalah peramalan di masa yang akan datang. Peramalan adalah pengetahuan, juga seni untuk memperkirakan apa yang akan terjadi di waktu yang akan datang, berdasarkan data masa lampau. Dalam membuat peramalan permintaan, maka harus menggunakan beberapa metode tertentu. Metode *time series* adalah salah satu metodenya, yaitu dengan menggunakan waktu sebagai dasar peramalannya. Adapun metode yang termasuk dalam metode *time series* adalah sebagai berikut: (Baroto, 2002)

- 1) *Free hand*,
- 2) *Moving average*,
- 3) *Weight moving average*,
- 4) *Exponential smoothing*,
- 5) Regresi linear,
- 6) Interpolasi *Gregory Newton*,
- 7) *Winter*,
- 8) dan lain lain.

Pada dasarnya, permintaan untuk masa yang akan datang dipengaruhi oleh waktu. Jadi untuk membuat peramalan akan dibutuhkan data historis berupa permintaan di masa lalu (Baroto, 2002). Tidak ada metode terbaik untuk suatu peramalan, metode yang dapat memberikan hasil ramalan secara tepat belum tentu dapat dengan tepat meramalkan data yang lain. Dalam peramalan *time series* ini, metode peramalan yang terpilih atau terbaik adalah metode yang memenuhi kriteria ketepatan peramalan kriteria ini, berupa: *Mean Absolute*

Deviation (MAD), *Mean Square of Error* (MSE), atau *Mean Absolute Percentage of Error* (MAPE). Dalam melakukan peramalan, tentunya ada beberapa prosedur yang harus dilakukan yaitu: (Baroto, 2002)

1. Menentukan pola data permintaan, yaitu dengan cara memplotkan data secara grafis, dan menyimpulkan pola data apakah berpola *trend*, musiman, siklikal atau *random*.
2. Mencoba beberapa metode *time series* yang sesuai dengan pola permintaan tersebut. Metode yang dicoba semakin banyak, maka akan semakin baik.
3. Mengevaluasi tingkat kesalahan masing-masing metode yang telah dicoba diukur, dengan tingkat kesalahan (apakah MAD, MSE atau MAPE). Tingkat kesalahan ini ditentukan dulu oleh peneliti, dan tidak ada ketentuan mengenai berapa tingkat kesalahan maksimal dalam peramalan.
4. Memilih metode peramalan terbaik diantara metode yang dicoba. Metode yang terbaik ialah metode yang dapat memberikan tingkat kesalahan terkecil, dibandingkan dengan metode yang lain.
5. Melakukan peramalan dengan metode yang terbaik.

BAB III ASPEK HUKUM

Pada aspek hukum, hal yang akan dibahas adalah mengenai masalah kelengkapan dokumen perusahaan, mulai dari bentuk badan usaha, sampai pada izin-izin yang dimiliki. Kelengkapan dan keabsahan dokumen sangatlah penting, karena hal inilah yang menjadi landasan hukum perusahaan. Perusahaan yang didirikan pun tentunya tidak boleh melanggar hukum yang ada, dan merugikan sekitarnya.

Dalam praktiknya, terdapat bermacam-macam izin. Banyaknya izin dan jenis-jenis izin tersebut tergantung pada jenis usaha apa yang akan dijalankan. Adapun beberapa izin yang dimaksud, adalah: (Kasmir dan Jakfar, 2009)

- 1) Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
- 2) Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
- 3) Izin-izin Usaha, contohnya: Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
- 4) Sertifikat Tanah atau surat-surat berharga yang dimiliki

Aspek hukum mempelajari tentang:

1. Bentuk badan usaha yang akan digunakan
2. Jaminan-jaminan yang disediakan, bila akan menggunakan sumber dana yang berupa pinjaman
3. Berbagai akta, sertifikat, izin yang diperlukan, dan lain-lain

Analisis aspek hukum pada studi kelayakan bisnis, secara spesifik bertujuan:

- a. Menganalisis legalitas usaha yang akan dijalankan
- b. Menganalisis ketepatan bentuk hukum dengan ide bisnis yang akan dilaksanakan.
- c. Menganalisis kemampuan bisnis yang akan diusulkan dalam memenuhi persyaratan perizinan.
- d. Menganalisis jaminan-jaminan yang bisa disediakan, jika bisnis akan dibiayai dengan pinjaman

Jenis-jenis Badan Usaha

Pemilihan badan usaha didasarkan oleh beberapa pertimbangan:

1. Besarnya modal yang diperlukan untuk menjalankan bisnis.
2. Tingkat kemampuan dan tanggung jawab hukum dan keuangan.
3. Bidang industri yang dijalankan
4. Persyaratan perundang-undangan yang berlaku

Beberapa Bentuk Badan Usaha:

1. Perusahaan Perseorangan

Perusahaan perseorangan merupakan perusahaan yang dimiliki oleh perseorangan (hanya seorang). Untuk mendirikan perusahaan perseorangan sangatlah sederhana dan tidak memerlukan persyaratan khusus, sebagaimana bentuk badan hukum lainnya. Disamping itu, pendirian perusahaan perseorangan tidak memerlukan modal besar. Kebutuhan modal hanyalah dari pemilik sendiri dan untuk mencari modal dari luar relatif lebih sulit. Tujuan utama

didirikannya perusahaan perseorangan adalah semata-mata hanya untuk mencari keuntungan.

Kelebihan:

1. Memiliki kebebasan dalam bergerak
2. Pajak rendah
3. Penguasaan sepenuhnya terhadap keuntungan yang diperoleh
4. Rahasia perusahaan terjamin
5. Motivasi usaha yang tinggi
6. Proses pengambilan keputusan cepat
7. Penanganan aspek hukum yang minimal

Kekurangan:

1. Mengandung tanggung jawab hukum dan keuangan yang tidak terbatas
2. Keterbatasan kemampuan keuangan
3. Keterbatasan kemampuan manajerial
4. Kontinuitas kerja karyawan terbatas

2. Firma (Fa)

Firma ialah perusahaan yang didirikan oleh dua orang atau lebih, yang menjalankan perusahaan atas nama perusahaan. Untuk mendirikan firma terdiri dari dua cara, yaitu: melalui akta resmi dan akta dibawah tangan. Jika melalui akta resmi, maka proses selanjutnya harus sampai diberita negara. Namun jika memiliki akta dibawah tangan proses ini tidak perlu, cukup melalui kesepakatan pihak-pihak yang terlibat. Modal firma didapat dari pihak yang terlibat dalam firma, dan perolehan dana dari pihak luar

cukup memungkinkan dan relatif lebih mudah bila dibandingkan dengan perusahaan perseorangan. Tujuan firma adalah untuk mencari keuntungan.

Kelebihan:

1. Penguasaan terhadap keuntungan tinggi, tetapi harus dibagi dengan anggota kongsi
2. Motivasi usaha yang tinggi
3. Penanganan aspek hukum yang minimal

Kekurangan:

1. Sering terjadi konflik antar anggota kongsi
2. Mengandung tanggung jawab keuangan yang tidak terbatas
3. Keterbatasan kemampuan keuangan
4. Keterbatasan kemampuan manajerial
5. Kontinuitas kerja karyawan terbatas

3. Perserikatan Komanditer (CV)

Perserikatan komanditer, atau lebih sering disingkat dengan CV, merupakan persekutuan yang didirikan atas dasar kepercayaan. Pada CV terdapat beberapa sekutu yang bertanggung jawab secara penuh atas sekutu lainnya. Dan ada satu atau lebih sekutu yang berfungsi sebagai pemberi modal. Perusahaan berbadan hukum CV dijalankan oleh seorang sekutu aktif dan bertanggung jawab atas semua risiko atau kewajiban kepada pihak ketiga. Tujuan pendirian CV ialah memberikan peluang bagi perseorangan guna menanamkan modalnya dengan tanggungjawab terbatas.

Kelebihan:

1. Penguasaan terhadap keuntungan tinggi, tetapi harus dibagi dengan anggota kongsi
2. Motivasi usaha yang tinggi
3. Penanganan aspek hukum yang minimal

Kekurangan:

1. Mengandung tanggung jawab keuangan sekutu aktif tidak terbatas
2. Status hukum CV belum badan hukum, sehingga sulit untuk mendapatkan proyek besar
3. Tidak dapat dengan mudah mengumpulkan modal dari para sekutu
4. Nama CV sering sama antara satu dengan yang lain

4. Perseroan Terbatas (PT)

Perseorangan Terbatas (PT) merupakan badan hukum yang didirikan berdasarkan perjanjian yang melakukan kegiatan usaha dengan modal tertentu, yang terbagi dalam bentuk saham. Modal dasar perseorangan terdiri atas seluruh nilai nominal saham. Besarnya modal dasar perseorangan paling sedikit lima puluh juta (Rp. 50.000.000,-), paling sedikit 25% dari modal dasar yang harus ditempatkan, dan juga disetor penuh. Penyetoran modal saham dapat dilakukan dalam bentuk uang dan atau dalam bentuk lainnya. Dalam hal pencarian modal tambahan perseorangan terbatas sangatlah mudah dilakukan, karena sudah memiliki badan hukum yang kuat, serta modal dan usaha yang cenderung besar.

Kelebihan:

1. Memiliki masa hidup tidak terbatas
2. Pemisahan keuangan dan hutang-hutang
3. Kemampuan keuangan sangat besar
4. Kemampuan manajerial
5. Kontinuitas kerja karyawan yang panjang

Kekurangan:

1. Pajak besar
2. Penanganan aspek hukum yang rumit
3. Biaya pembentukan relatif tinggi
4. Kerahasiaan perusahaan kurang terjamin

5. Koperasi

Tujuan koperasi adalah untuk membangun dan mengembangkan potensi kemampuan ekonomi anggota pada khususnya, dan masyarakat pada umumnya. Koperasi memiliki arti kerja sama, hal ini berarti setiap anggota harus aktif dan kerja sama dalam mengembangkan koperasi tersebut. Menurut pasal 6 UUD ada dua bentuk koperasi yaitu: koperasi primer dan koperasi sekunder. Koperasi primer adalah koperasi yang didirikan oleh minimal 20 orang, sedangkan koperasi sekunder adalah koperasi yang didirikan oleh minimal tiga koperasi primer.

Langkah-langkah dalam mendirikan suatu badan usaha

Langkah-langkah dalam mendirikan suatu badan usaha, antara lain:

1. Langkah mendirikan perusahaan perseorangan
 - a. Persiapan:

- menyiapkan KTP pihak yang akan mendirikan
- menentukan calon nama perusahaan
- menentukan tempat kedudukan perusahaan
- menentukan maksud dan tujuan yang spesifik, dari perusahaan perseorangan tersebut.

b. Pendaftaran ke notaris

2. Langkah Mendirikan CV

a. Persiapan:

- membuat kesepakatan antar pihak yang membentuk CV
- menyiapkan KTP
- menetapkan calon nama perusahaan
- menentukan tempat kedudukan
- menentukan pihak yang bertindak selaku persero aktif dan persero pasif
- menentukan maksud dan tujuan

b. Pendaftaran ke notaris

c. Mendaftar ke pengadilan negeri, untuk

- Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP)
- Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

3. Langkah-langkah mendirikan PT

1. Pembuatan akta notaris
2. Anggaran Dasar
3. Pengesahan menteri kehakiman
4. Pendaftaran wajib
5. Pengumuman dalam Tambahan Berita Negara (TBN)

Dalam suatu pengurusan izin usaha dan izin lokasi, diperlukan syarat-syaratnya, antara lain:

- 1) Pengurusan NPWP
- 2) Pengurusan izin prinsip
- 3) Pengurusan izin lokasi
- 4) Izin Mendirikan Bangunan (IMB)
- 5) Izin HO (*Hinder Ordonansi*)
- 6) Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
- 7) Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
- 8) Izin Usaha Industri (IUI)
- 9) Izin Usaha Perluasan (IUP)
- 10) Izin Reklame
- 11) Izin Usaha Jasa Konstruksi (IUJK)

4. Langkah-langkah mendirikan koperasi

a. Dasar Pembentukan

Orang yang mendirikan atau menjadi anggota koperasi harus mempunyai kegiatan atau kepentingan ekonomi yang sama. Selain itu, usaha yang digeluti harus layak secara ekonomi yang dikelola secara efisien dan mampu menghasilkan keuntungan usaha dengan memperhatikan faktor-faktor: tenaga kerja, modal, dan teknologi. Kepengurusan dan manajemen serta modal sendiri harus tersedia dengan tidak menutup kemungkinan untuk memperoleh bantuan/pinjaman dari pihak luar.

b. Persiapan Pembentukan

Pemrakarsa menghubungi Kantor Koperasi Kabupaten agar mendapat penerangan dan penyuluhan seluas-luasnya,

terutama mengenai: landasan, prinsip dasar koperasi, keanggotaan dan kepengurusannya. Jika dirasakan cukup serta tanpa paksaan, maka mereka dapat mengadakan rapat pembentukan.

c. Rapat Pembentukan

Rapat pembentukan minimal dihadiri 20 peminat (bakal anggota) yang di pimpin oleh seorang/lebih dari antara mereka sendiri. Bisa juga mengundang pejabat Koperasi setempat untuk memberikan petunjuk dan penjelasan. Hal utama yang dibahas pada rapat pembentukan ini ialah pembentukan Anggaran Dasar usaha yang hendak dijalankan, modal awal serta pemilihan pengurus dan Badan Pengawas Koperasi.

Setelah rapat selesai, pengurus wajib membuat berita acara rapat pembentukan untuk dijadikan lampiran dalam permohonan pengesahan badan hukum kepada Kantor Koperasi setempat beserta konsep anggaran dasar yang telah di setujui, serta neraca awal koperasi.

d. Pengajuan Permohonan

Para pendiri atau orang yang diberi kuasa mengajukan permintaan pengesahan badan hukum kepada Kepala Kantor Departemen Koperasi Pengusaha Kecil dan Menengah ditempat/wilayah domisili dari koperasi yang akan dibentuk.

e. Pendaftaran Koperasi sebagai Badan Hukum

Hal utama yang diteliti sebelum seorang Pejabat berwenang memberikan pengesahan badan hukum koperasi

ialah bahwa keanggotaan, permodalan, pengurusan, dan bidang usaha yang dijalankan harus layak secara ekonomi, serta anggaran dasarnya tidak boleh bertentangan dengan UU No. 25/1992 tentang Perkoperasian dan tidak bertentangan dengan ketertiban umum dan kesusilaan.

f. Pengesahan Akta Pendirian

Sejak penerimaan permohonan pengesahan badan hukum dari koperasi yang bersangkutan, selambat-lambatnya 3 bulan, pejabat terkait harus telah memberikan jawaban pengesahan Akta Pendirian. Jawabannya tidak selalu mengesahkan, tetapi bisa juga berkeberatan atas Anggaran Dasar/Akta Pendiannya, jika melanggar ketentuan. Jika Anggaran Dasar/Akta Pendiannya tidak bertentangan maka bubuhi tanggal, nomor pendaftaran serta tanda pengesahan oleh pejabat atas nama Menteri. Tanggal pendaftaran Akta Pendirian akan menjadi tanggal resmi berdirinya koperasi.

Dokumen yang perlu disiapkan untuk aspek hukum perusahaan, adalah:

1. Badan Hukum
2. Tanda Daftar Perusahaan
3. NPWP
4. Surat Izin Usaha
5. Izin Domisili
6. Izin Mendirikan Bangunan
7. Bukti diri
8. Izin-izin lainnya

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk aspek hukum dilakukan dengan cara:

- a) Wawancara, terhadap:
 - masyarakat sekitar
 - pihak kelurahan/desa
 - konsultan hukum
 - pihak kantor pelayanan perizinan, dan investasi (KPPI) daerah setempat
 - perbankan/lembaga keuangan lainnya.
- b) Studi dokumentasi

Nama Unit Usaha

Nama Badan Usaha: PT.

Pemilik: 1.

2.

3.

Alamat:

No. Telp:

Legalitas Usaha

Dalam melaksanakan usaha bisnis agar berjalan lancar, maka dari segi legalitas usaha, unit usaha perlu memiliki beberapa dokumen badan hukum. Beberapa dokumen hukum yang dimiliki berkaitan dengan aspek hukum adalah:

Badan Hukum: bentuk badan hukum usaha

Tanda Daftar Perusahaan (TDP): memiliki ijin usaha dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan

Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

Izin-izin Perusahaan: misal Ijin Domisili, IMB, dll

Bukti Diri: identitas pemilik

Keabsahan Dokumen lainnya:

- status hukum untuk tanah/gedung/kendaraan
- surat-surat/sertifikat yang berhubungan dengan aspek hukum

BAB IV ASPEK TEKNIS/OPERASI

Pada aspek teknis/operasi akan diteliti mengenai lokasi usaha. Penelitian mengenai lokasi ini meliputi berbagai pertimbangan: apakah harus dekat dengan bahan baku, tenaga kerja, akses jalan, kemudahan listrik, kebersihan sumber air, atau pertimbangan lainnya. Setelah diteliti pertimbangan tersebut, nantinya akan dipilih lokasi terbaik yang dapat mengoptimalkan kinerja dari perusahaan, serta memaksimalkan laba yang akan didapat. Adapun beberapa pertimbangan dalam penentuan lokasi usaha, yaitu: (Kasmir dan Jakfar, 2009)

- 1) Jenis usaha yang dijalankan
- 2) Apakah dekat dengan pasar atau konsumen
- 3) Apakah dekat dengan bahan baku
- 4) Apakah tersedia tenaga kerja
- 5) Tersedia sarana dan prasarana (transportasi, air, listrik)
- 6) Apakah dekat dengan pusat pemerintahan
- 7) Apakah dekat dengan lembaga keuangan
- 8) Apakah berada di kawasan industri
- 9) Kondisi adat istiadat/budaya/sikap masyarakat setempat
- 10) Hukum yang berlaku di wilayah setempat

Analisis teknis bertujuan untuk memastikan bahwa ide atau gagasan yang telah dipilih itu layak, dalam arti kata: ada ketersediaan lokasi, alat, bahan, teknologi (metode),

keterampilan SDM, dan dana yang diperlukan untuk mendukung kelancaran proses produksi. Sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas, dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan di pasar sasaran.

Tujuan:

- Perusahaan dapat menentukan lokasi yang tepat.
- Perusahaan dapat menentukan *layout* yang sesuai dengan proses produksi yang dipilih, sehingga tercapai efisiensi.
- Untuk proses produksi, perusahaan dapat menentukan teknologi yang tepat.
- Perusahaan dapat menentukan persediaan yang paling baik untuk dijalankan, sesuai dengan bidang usahanya.
- Mampu menentukan kualitas tenaga kerja yang diperlukan sekarang, dan di waktu yang akan datang.

Penentuan lokasi usaha

Lokasi: kantor pusat, pabrik, gudang dan kantor cabang.

Pertimbangannya:

- Jenis usaha yang dijalankan
- Dekat dengan pasar atau konsumen
- Dekat dengan bahan baku
- Tersedia tenaga kerja
- Tersedia sarana pra-sarana (transportasi, listrik dan air)
- Dekat dengan pusat pemerintahan
- Dekat dengan lembaga keuangan
- Berada di kawasan industri

- Kemudahan melakukan perluasan

Metode Penilaian Lokasi

1. Penilaian hasil (*value*), pertimbangan:

- Pasar
- Bahan baku
- Transportasi
- Tenaga kerja

2. Perbandingan biaya, pertimbangan:

- Bahan baku
- Bahan bakar dan listrik
- Biaya operasi

3. Analisis ekonomi, pertimbangan:

- Biaya sewa
- Biaya tenaga kerja
- Biaya pengangkutan
- Biaya bahan bakar dan listrik
- Pajak
- Perumahan
- Sikap masyarakat

Variabel-variabel utama dalam pemilihan lokasi bisnis:

1) Ketersediaan bahan mentah.

Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan:

- a) Jumlah bahan mentah yang dibutuhkan dalam satu periode, dan selama usia investasi.
- b) Harga bahan mentah.
- c) Kapasitas, kualitas, dan kontinuitas sumber bahan mentah yang ada di lokasi tersebut.

- d) Biaya pendahuluan yang diperlukan, sebelum bahan mentah di proses.
- 2) Letak pasar yang dituju.
- 3) Ketersediaan sumber energi, air, dan sarana komunikasi.
- 4) Ketersediaan tenaga kerja.
- 5) Ketersediaan fasilitas transportasi.

Variabel pendukung yang perlu diperhatikan dalam pemilihan lokasi:

- 1) Hukum, peraturan, dan adat istiadat
- 2) Iklim, keadaan tanah, dan struktur topografis lain
- 3) Sikap masyarakat
- 4) Rencana pengembangan perusahaan
- 5) Biaya pengerasan tanah

Metode Penentuan Lokasi Usaha

A. Metode analisa volume-biaya dengan satuan angka

- Metode ini menekankan pada faktor biaya dalam memilih suatu lokasi, yaitu dengan membandingkan total biaya produksi dari berbagai alternatif lokasi.
- Lokasi dengan biaya produksi terendah untuk suatu volume produksi tertentu, merupakan lokasi yang dipilih.

Metode ini menggunakan asumsi, sebagai berikut:

- 1) Biaya tetap dianggap konstan untuk jarak tingkat volume tertentu
- 2) Biaya variabel dianggap linier
- 3) Tingkat produksi yang dikehendaki diketahui
- 4) Hanya berlaku untuk satu jenis produk

Metode *Load Distance*

Adalah: metode yang mempertimbangkan beban pekerja (*load*) serta jarak (*distance*)

$$LD = \sum li \cdot Di$$

dimana:

LD: nilai beban jarak

li: beban yang dinyatakan sebagai bobot, jumlah perjalanan/*trip* atau jumlah barang yang harus ditransportasikan dari lokasi yang diusulkan, ke lokasi tertentu (i).

Di: jarak antara lokasi yang diusulkan dengan lokasi tertentu

Penentuan Luas Produksi

a. Luas produksi ekonomis ditentukan oleh:

- o Kecenderungan permintaan yang akan datang
- o Kemungkinan pengadaan bahan baku, bahan pembantu, tenaga kerja, dan lain-lain
- o Tersedianya teknologi dan peralatan di pasar
- o Daur hidup produk dan produk substitusi

b. Penentuan jumlah produksi optimal

- o Pendekatan *marginal cost*, dan *revenue*
- o Pendekatan *break event point*

Luas perusahaan tidak hanya diukur dengan pendekatan luas produksi, tetapi juga diukur dengan beberapa indikator berikut:

- a. Bahan dasar yang digunakan
- b. Barang yang dihasilkan
- c. Peralatan mesin-mesin yang digunakan
- d. Jumlah pegawai yang digunakan

Faktor-faktor yang membatasi luas perusahaan, dan harus dipertimbangkan dalam menentukan luas produksi, adalah:

- a. Batasan permintaan pasar
- b. Batasan kapasitas mesin
- c. Batasan jumlah dan kemampuan tenaga kerja
- d. Batasan kemampuan finansial dan manajemen
- e. Batasan ketersediaan bahan dasar
- f. Batasan ketersediaan faktor-faktor produksi yang lain.

Pemilihan Mesin Peralatan dan Teknologi

Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan mesin dan peralatan, ialah:

1. Kesesuaian dengan teknologi
2. Harga perolehan
3. Kemampuan
4. Tersedianya pemasok
5. Tersedianya suku cadang
6. Kualitas
7. Umur ekonomis

Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan teknologi, yaitu:

- a. Kemampuan tenaga kerja dalam menggunakan teknologi
- b. Kesesuaian teknologi dengan bahan baku yang digunakan
- c. Kemungkinan untuk mengembangkan teknologi di masa yang akan datang
- d. Keberhasilan pemakaian teknologi di tempat lain

Penentuan *Layout* Pabrik dan Bangunan

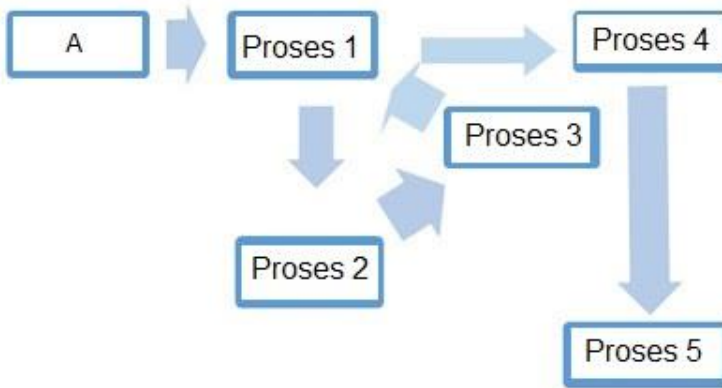
Layout yang baik memiliki berbagai kriteria, antara lain:

- Meminimalkan jarak angkut antar bagian
- Pemilihan material yang baik
- Efektif dalam penggunaan ruang
- Luwes atau indah
- Memberikan keselamatan atas barang-barang yang diangkut
- Memungkinkan adanya perluasan bisnis
- Meminimalkan biaya produksi
- Memberikan jaminan keamanan yang cukup bagi keselamatan tenaga kerja

Secara umum terdapat 3 macam tipe *layout*:

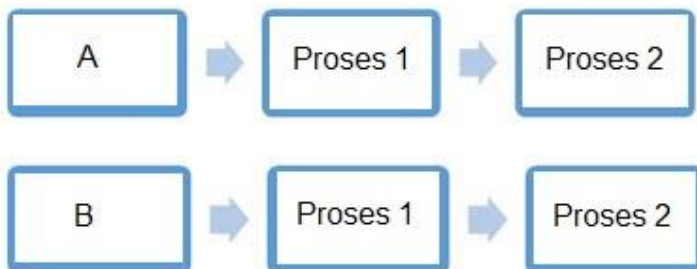
a. *Layout* proses atau fungsional (*functional layout*)

Mesin dan peralatan yang mempunyai fungsi sama ditempatkan dalam satu departemen. *Layout* ini cocok untuk proses *manufacturing* yang terputus-putus. *Layout* ini berhubungan dengan proses produksi dengan volume rendah, dan variasi tinggi. Kelemahan pada *layout* ini terletak pada peralatan yang mempunyai kegunaan umum. Diperlukan lebih banyak tenaga kerja terampil, persediaan barang setengah jadi meningkat, dan proses produksi menjadi tidak seimbang.

Gambar 4.1 Layout fungsional

b. *Layout* produk atau garis (*line layout*)

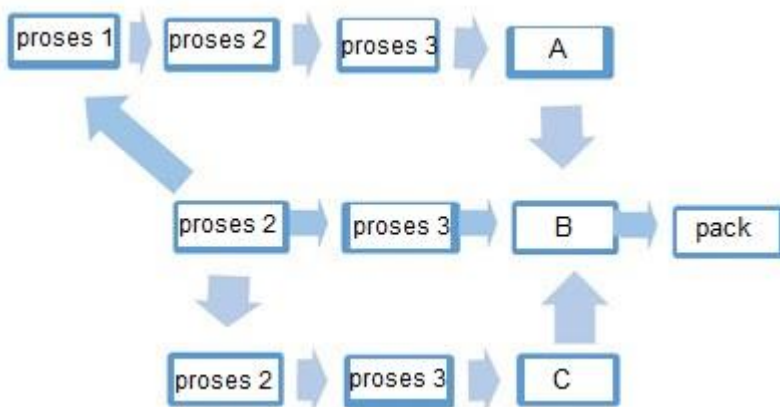
Umumnya digunakan pada pabrik yang menghasilkan produk secara massal, pengaturannya berdasarkan aliran produk. Tujuan *layout* ini ialah untuk memudahkan pengawasan, dan mengurangi pemindahan bahan. *Layout* ini cocok untuk proses *manufacturing* yang terus-menerus.

Gambar 4.2 Layout garis

c. *Layout* kelompok (*grup layout*)

Layout dikelompokkan berdasarkan pada bentuk, mesin/peralatan yang dipakai, dan langkah pemrosesan. Kelebihan pada *layout* ini mengurangi waktu *set up* mesin, area lantai produksi, dan ongkos *material handling*.

Gambar 4.3 *Layout* kelompok



Model Economic Order Quantity (EOQ)

Masalah persediaan perlu dianalisa, dan dipertimbangkan, terutama pada jenis usaha tertentu. Salah satu tekniknya adalah EOQ.

$$EOQ = \sqrt{\frac{2.R.S}{P.I}}$$

dimana:

R: Jumlah bahan baku

S: Biaya pemesanan

P: Harga beli/unit

I: Biaya penyimpanan

Model *Economic Order Quantity* (EOQ)

(Pengaruh Diskon terhadap EOQ)

$$ATC = (FC + VC) / Q$$

dimana:

ATC: *Average Total Cost* (Biaya Total Rata-Rata)

FC : *Total Fixed Cost* (Biaya Tetap Total)

VC : *Total Variable Cost* (Biaya Variabel Total)

Q : *Quantity Output* (jumlah produksi)

Untuk menentukan berapa jumlah yang harus dipesan, adalah dengan memilih nilai ATC (*Average Total Cost*) yang terkecil.

Total Fixed Cost adalah keseluruhan biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan, untuk membeli semua keperluan baik barang dan jasa yang akan digunakan dalam proses produksi demi menghasilkan/produksi suatu barang. Untuk memperoleh faktor produksi yang tidak dapat berubah jumlahnya, maka *total fixed cost* perlu dihitung.

BAB V

ASPEK MANAJEMEN DAN ORGANISASI

Analisis Aspek Manajemen dan Organisasi yaitu gambaran mengenai pengorganisasian pihak-pihak yang terlibat dalam usaha, *job description*, tanggung jawab, serta kontribusi masing-masing pihak dalam mencapai tujuan. Merupakan uraian bentuk kegiatan, dan cara pengelolaan dari gagasan usaha/proyek yang direncanakan secara efisien, meliputi:

- Penentuan bentuk dan sistem pengelolaan usaha secara teknis (jenis pekerjaan yang diperlukan), dan kegiatan usaha
- Bentuk organisasi yang sesuai, dan cocok untuk usaha
- Penentuan jumlah SDM, dan keahlian yang diperlukan

Aspek Organisasi

- Apakah usaha dapat dikelola dengan baik (*manageable*)?
- Apakah hak dan tanggung jawab masing-masing pihak sudah sesuai, dan selaras?

Aspek Manajemen

Telaah tentang kemampuan masing-masing pihak dalam menjalankan/mengikuti alur organisasi, sesuai dengan kontribusi masing-masing yang harus disumbangkan untuk mencapai tujuan. Fungsi-fungsi manajemen tersebut dapat diuraikan, sebagai berikut:

1. Perencanaan (*Planning*)

Merupakan proses menentukan arah yang akan ditempuh dan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Empat macam pendekatan utama dalam pembuatan suatu perencanaan:

a. Pendekatan atas bawah (*top-down*)

Pendekatan perencanaan dari atas ke bawah (*top down*) ialah pendekatan perencanaan dengan menerapkan penjabaran rencana induk pada rencana rinci. Rencana rinci yang terletak di "bawah" adalah penjabaran rencana induk yang terletak di "atas". Pendekatan perencanaan sektoral seringkali merupakan pendekatan perencanaan dari atas ke bawah. Sebab target yang ditentukan secara nasional dijabarkan dalam rencana kegiatan pada berbagai daerah di seluruh Indonesia, yang mengacu pada pencapaian target nasional. Di tahap awal pembangunan, pendekatan perencanaan ini lebih mendominasi, hal ini terjadi karena serba terbatasnya sumber daya pembangunan yang tersedia.

b. Pendekatan bawah atas (*bottom-up*)

Pendekatan perencanaan dari bawah ke atas (*bottom-up planning*) ialah perencanaan yang berdasarkan keinginan, kebutuhan, dan permasalahan yang dihadapi oleh bawahan bersama dengan atasan, dalam menetapkan kebijakan atau pengambilan keputusan. Atasan dalam hal ini berfungsi sebagai fasilitator. Sedangkan pengertian *bottom-up planning* atau perencanaan bawah pada

bidang pemerintahan, ialah perencanaan yang disusun berdasarkan kebutuhan mereka sendiri. Disini pemerintah hanya berfungsi sebagai fasilitator.

c. Pendekatan campuran

Pada pendekatan ini pimpinan memberikan petunjuk perencanaan organisasi secara garis besar, sedangkan detailnya diserahkan kepada kreatifitas unit perusahaan dengan tetap mematuhi peraturan yang ada.

d. Pendekatan kelompok

Pada pendekatan ini, perencanaan dibuat oleh tenaga ahli perusahaan. Umumnya dibentuk suatu biro khusus yang melakukannya.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Adalah proses mengelompokkan kegiatan-kegiatan atau pekerjaan-pekerjaan dalam unit-unit. Tujuannya adalah agar tugas, wewenang dan tanggung jawab serta hubungan kerja menjadi lebih jelas.

3. Pelaksanaan (*Actuating*)

Merupakan suatu proses untuk menjalankan kegiatan/pekerjaan dalam organisasi.

4. Pengawasan (*Controlling*)

Merupakan proses untuk mengukur dan menilai pelaksanaan tugas apakah telah sesuai dengan rencana.

Manajemen Pembangunan Proyek

Manajemen proyek ialah sistem untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi pembangunan suatu proyek dengan efisien.

Perencanaan Proyek

Dalam merencanakan suatu proyek, harus mampu menggambarkan mengapa, dan bagaimana suatu proyek tersebut dilaksanakan. Dalam perencanaan proyek biasanya digunakan bantuan teknik:

Bagan Gantt (*Gantt Chart*) atau diperluas dengan menggunakan Analisis Jaringan (*Network Analysis*), contohnya dengan *Critical Path Method* (CPM), dan *Program Evaluation and Review Technique* (PERT).

Rencana proyek yang baik terdiri atas unsur-unsur berikut:

1. Menetapkan tujuan.
2. Mendefinisikan proyek.
3. Mencantumkan langkah utama untuk dilakukan.
4. Jadwal waktu untuk penyelesaian.
5. Analisis biaya/manfaat.
6. Uraian mengenai sumber daya yang dibutuhkan untuk melaksanakan proyek

Bagan Gantt

Jadwal proyek adalah menentukan aktivitas-aktivitas proyek dalam urutan waktu, dimana mereka harus dimunculkan. Pada bagan ini dapat ditunjukkan hubungan antara aktivitas proyek dengan batasan waktu. Sumbu horizontal mewakili satuan waktu (jam, hari, minggu, bulan dan tahun), sedangkan pada sumbu vertikal mewakili aktivitas untuk diselesaikan. Penjadwalan proyek digunakan untuk beberapa tujuan berikut:

1. Menggambarkan hubungan dari setiap aktivitas dari keseluruhan proyek.
2. Mengidentifikasi hubungan yang harus didahulukan antara aktivitas-aktivitas yang ada.
3. Memperkirakan waktu, biaya yang realistis untuk setiap aktivitas.
4. Membantu penggunaan orang, uang, dan sumber daya peralatan yang lebih baik dengan mengidentifikasi jalur kritis, dan kemacetan dalam proyek.
5. Memperbaiki, dan memperbarui rencana atau jadwal semula

PERT (*Program Evaluation and Review Technique*)

PERT adalah teknik penjadwalan suatu proyek dengan cara membagi proyek atau kegiatan induk menjadi kegiatan-kegiatan yang lebih kecil. Dan menyusun menjadi jalur kerja yang logis sehingga jangka waktu, dan biaya pengerjaan program dapat dioptimalkan.

Perhitungan waktu yang diharapkan untuk menyelesaikan suatu aktivitas (TE), dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$TE = ((1 \times OE) + (4 \times EM) + (1 \times PE)) / 6$$

dimana:

TE: Estimasi waktu harapan yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu aktivitas.

OE: Estimasi waktu optimis (minimal) yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu aktivitas

EM: Estimasi waktu yang paling mungkin, yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu aktivitas

PE: Estimasi waktu pesimis (maksimal) yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu aktivitas

Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia merupakan suatu konsep yang berhubungan dengan kebijaksanaan, prosedur, dan praktik bagaimana mengelola atau mengukur orang dalam perusahaan, untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Analisis Jabatan

Analisis jabatan adalah merupakan suatu proses untuk mempelajari, dan mengumpulkan berbagai informasi yang berhubungan dengan suatu jabatan. Uraian jabatan memuat keterangan yang lengkap, singkat, jelas dan konsisten mengenai suatu jabatan. Uraian jabatan memuat hal-hal sebagai berikut:

1. Identitas jabatan
2. Fungsi jabatan
3. Uraian tugas
4. Wewenang
5. Tanggung jawab
6. Hubungan kerja
7. Bahan, alat, dan mesin yang digunakan
8. Kondisi kerja

Perancangan jabatan pada umumnya, didasarkan pada pendekatan sebagai berikut:

1. Pendekatan mekanistik
2. Pendekatan faktor manusia
3. Pendekatan motivasi

Perencanaan Sumber Daya Manusia

Perencanaan sumber daya manusia merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan cara sistematis untuk memperkirakan atau meramalkan kebutuhan sumber daya manusia dalam suatu bisnis/perusahaan. Perusahaan perlu perkiraan tentang kebutuhan tenaga kerja berdasarkan pertimbangan antara lain, rencana produksi atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan jenis/bidang investasi yang dijalankan. Cara untuk menentukan kebutuhan tenaga kerja, ialah dengan menghitung beban kerja. Beban kerja adalah perbandingan antara beban kerja aktual dengan waktu kerja efektif.

Beban kerja (BK) dapat dihitung dengan rumus:

$$\mathbf{BK = (BA : WK) \times 100\%}$$

dimana:

BA: Beban kerja aktual adalah nilai beban kerja nyata per hari

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

Analisis Kebutuhan Sumber Daya Manusia

Peramalan kebutuhan sumber daya manusia berhubungan erat dengan peramalan kondisi perusahaan di waktu yang akan datang. Tenaga kerja yang diperlukan

tergantung pada prospek, dan kebijakan perusahaan dalam melakukan investasi dalam proses produksi.

Analisis Tenaga Kerja (*Work Force Analysis*)

Menghitung tenaga kerja yang dibutuhkan berdasarkan beban kerja produksi, sehingga diperoleh jumlah tenaga kerja yang sesuai untuk menyelesaikan beban produksi yang ditetapkan. Tetapi harus diingat bahwa dalam waktu satu bulan itu, ada karyawan yang tidak bekerja dengan berbagai alasan, akibatnya pekerjaan tidak bisa diselesaikan tepat waktu. Untuk menentukan jumlah tenaga kerja dengan lebih tepat, maka jumlah tenaga kerja diperoleh berdasarkan analisis beban kerja, dan penyelidikan waktu. Perlu ditambahkan juga dengan persentase tertentu, akibat tenaga kerja yang tidak hadir dalam bekerja (absen), dan persentase tingkat perputaran tenaga kerja karena ada yang keluar dari perusahaan.

Pengadaan Tenaga Kerja

Pengadaan tenaga kerja (*procurement*) merupakan upaya dalam memenuhi kebutuhan organisasi dengan memperoleh jumlah, dan jenis tenaga kerja yang tepat untuk mencapai tujuan yang ditentukan. Pengadaan tenaga kerja, meliputi:

1. penarikan
2. seleksi
3. penempatan

Kompensasi adalah penghargaan atau imbalan yang diterima para tenaga kerja atau karyawan, atas kontribusinya dalam mewujudkan tujuan perusahaan.

Dengan adanya program kompensasi yang baik, maka akan dapat:

1. Memperoleh tenaga kerja yang potensial dan profesional.
2. Mempertahankan karyawan yang baik.
3. Meningkatkan produktivitas.
4. Memudahkan sasaran strategis.

Pihak manajemen suatu perusahaan perlu melaksanakan fungsi pengembangan terhadap karyawan melalui pendidikan, dan pelatihan karier. Tujuan pengembangan karier adalah untuk membantu karyawan menganalisis kemampuan, dan minat mereka untuk menyesuaikan keinginan mereka untuk tumbuh, dan berkembang bersama dengan kebutuhan organisasi.

Pengertian Organisasi

- Organisasi secara statis, merupakan tempat kerja sama untuk melaksanakan tugas, sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.
- Organisasi secara dinamis, merupakan suatu proses kerja sama antara dua orang atau lebih, dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan

Menurut klasik, organisasi formal ialah sistem kegiatan yang terkoordinasi dari beberapa/sekelompok orang yang bekerja bersama, demi mencapai tujuan di bawah kekuasaan dan kepemimpinan.

Desain Struktur Organisasi Formal

Struktur organisasi formal disusun dengan maksud, membantu pencapaian tujuan organisasi dengan efektif, dan efisien. Variabel-variabel kunci yang menentukan desain struktur organisasi, adalah sebagai berikut:

1. Strategi Organisasi
2. Lingkungan
Pada desain organisasi, pengaruh faktor lingkungan dapat dibedakan dalam tiga tipe lingkungan, yaitu:
 - a. lingkungan stabil
 - b. lingkungan berubah
 - c. lingkungan bergejolak
3. Teknologi
4. Orang-orang yang terlibat dalam organisasi

Elemen-elemen Umum dalam Organisasi

Setiap organisasi memiliki lima bagian dasar, menurut Mintzberg, yaitu:

1. *The operating core*. Para pegawai yang melakukan pekerjaan dasar, dan hubungannya dengan produksi barang dan jasa.
2. *The strategic apex*. Manajer tingkat puncak yang memiliki tanggung jawab keseluruhan dalam organisasi.
3. *The middle line*. Para manajer merupakan penghubung antara *strategic apex* dengan *operating core*.
4. *The technostructure*. Para analis yang mempunyai tanggung jawab dalam organisasi, untuk melaksanakan bentuk standarisasi tertentu.

5. *The support staff*. Orang-orang yang berada pada unit staf, yang mampu memberikan jasa pendukung tidak langsung pada organisasi.

Bentuk-Bentuk Organisasi

Beberapa jenis bentuk organisasi yang umum, antara lain:

1. Bentuk organisasi dapat ditinjau dari jumlah pimpinan puncak yang dimiliki, antara lain:
 - Organisasi yang pimpinan puncaknya terdiri atas satu orang. Contoh: pada perusahaan perseorangan.
 - Organisasi yang pimpinan puncaknya lebih dari satu orang atau dewan. Contoh: pada perseroan terbatas, atau firma.
2. Bentuk organisasi berdasarkan hubungan-hubungan wewenangnya. Wewenang masing-masing baik lini, staf, maupun fungsional adalah sebagai berikut:
 - Wewenang lini adalah wewenang yang menimbulkan tanggung jawab atas tercapainya tujuan-tujuan perusahaan
 - Wewenang staf adalah wewenang yang membantu agar orang mempunyai wewenang lini bekerja secara efektif dalam mencapai tujuan-tujuan perusahaan.
 - Wewenang fungsional adalah wewenang yang diberikan kepada seseorang atau departemen untuk dapat mengambil keputusan mengenai hal-hal yang berada di departemen yang lain.

Bentuk-bentuk organisasi, antara lain:

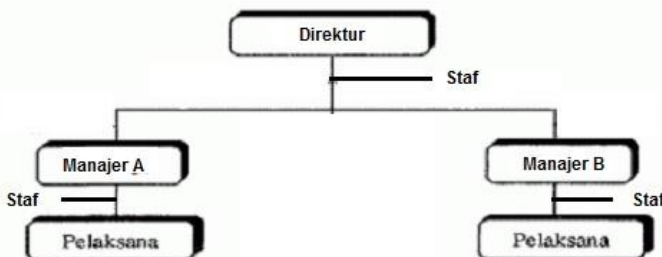
1. Organisasi garis/lini: menghubungkan secara langsung secara vertikal antara atasan dengan bawahan. Umumnya organisasi kecil.

Gambar 5.1 Organisasi garis



2. Organisasi lini dan staf: dalam tugasnya, pemimpin dibantu oleh staf yang memberi masukan, saran, data, dan informasi yang dibutuhkan. Umumnya organisasi besar

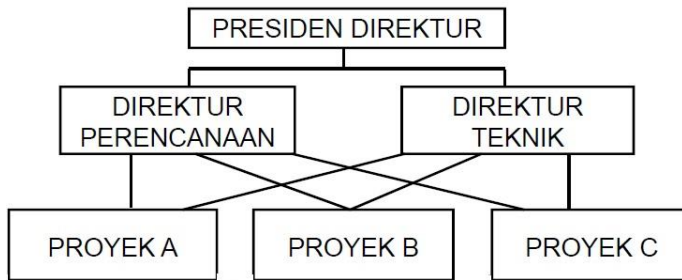
Gambar 5.2 Gambar Organisasi lini dan staf



3. Organisasi fungsional: berdasarkan sifat dan macam pekerjaan. Adanya pembagian kerja secara jelas. Wewenang berada pada kepala bagian yang mempunyai

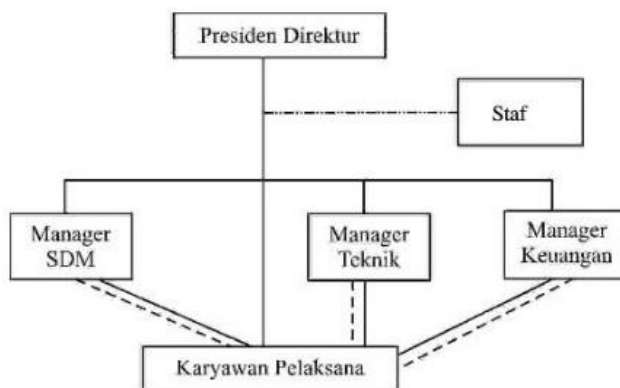
jabatan fungsional, yang dikerjakan para pelaksana dengan keahlian khusus. Termasuk organisasi kecil.

Gambar 5.3 Organisasi fungsional



4. Organisasi lini, staf, dan fungsional: organisasi besar, dimana karyawan terdiri atas 3 unsur: karyawan dengan tugas pokok, karyawan dengan tugas bantuan, dan karyawan dengan tugas fungsional.

Gambar 5.4 Organisasi lini, staf dan fungsional



Keterangan:

- = line authority
- - - - - = functional authority
- · - · - = staff authority

5. *Flat Organization* atau *T Form Organization*: memiliki tingkat birokrasi rendah, lebih fleksibel sebab pola kepemimpinannya berupa kemitraan. Komunikasi dilakukan dengan sistem teknologi informasi. Adanya kelompok profesional yang bertugas dalam pengembangan.

BAB VI

ASPEK EKONOMI DAN SOSIAL

Aspek ini merupakan aspek yang dibutuhkan pada saat ini dikarenakan tiap usaha akan sangat besar dampaknya terhadap lingkungan, baik terhadap darat, air dan udara. Pada akhirnya akan berdampak pada kehidupan manusia, binatang dan tumbuhan.

- Keberadaan proyek mampu memberikan nilai tambah pada lingkungan dan perekonomian
- Lingkungan, udara, air, tanah, suara, maka hendaknya mengolah limbah tersebut, membangun (biaya 1-10 tahun)
- Perekonomian:
 - penyerapan tenaga kerja
 - meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar
 - perekonomian daerah, meningkatkan pendapatan daerah (pajak)

Aspek Ekonomi

Data makro ekonomi yang menjadi informasi penting dalam rangka studi kelayakan bisnis, misalnya:

1. PDB (Produk Domestik Bruto)
2. Investasi
3. Inflasi
4. Kurs valuta asing
5. Kredit perbankan
6. Anggaran pemerintah

7. Pengeluaran pembangunan
8. Perdagangan luar negeri dan
9. Neraca pembayaran

Analisis manfaat proyek dari sisi rencana pembangunan nasional, ialah:

- a. Dapat memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat
Kegiatan usaha yang dapat di kerjakan oleh tenaga kerja lokal tidak perlu di gantikan oleh tenaga kerja asing.
- b. Menggunakan sumber daya lokal
Sumber daya lokal misalnya bahan baku. Komponen bahan baku produk lokal jika dimanfaatkan, (apabila kualitas cukup layak/sesuai standart) untuk proses produksi.
- c. Menghasilkan dan menghemat devisa
Penggunaan bahan baku yang diambil dari produk lokal berarti mengurangi penggunaan bahan impor.
- d. Menumbuhkan industri lain
Dengan adanya proses bisnis yang baru, diharapkan tumbuh industri lain baik yang sejenis atau industri pendukung lainnya. Industri merupakan dampak positif adanya kegiatan ekonomi di daerah tersebut.
- e. Turut menyediakan kebutuhan konsumen dalam negeri
Apabila produk yang dihasilkan atas usaha tersebut dapat mencukupi kebutuhan dalam negeri, maka tidak perlu mengadakan impor, yang sudah tentu akan menguras devisa.
- f. Menambah pendapatan nasional

Dengan bertumbuhnya bisnis di dalam negeri, misalnya: dengan diproduksi produk yang dikonsumsi secara baik di dalam negeri, maka impor atas produk dan komponen inputnya berkurang atau bahkan ditiadakan sama sekali.

Hambatan yang ada pada bidang ekonomi, antara lain:

- Iklim tropis
Dapat menyebabkan terjadinya lingkungan kerja yang panas dan lembab, sehingga menurunkan usaha atau gairah kerja manusia, banyak muncul penyakit, serta membuat pertanian kurang menguntungkan.
- Produktivitas rendah
Hal ini disebabkan oleh kualitas manusia dan sumber alam yang relatif kurang menguntungkan.
- Kapital sedikit
Hal ini disebabkan oleh rendahnya produktivitas tenaga kerja yang berakibat pada rendahnya pendapatan negara, sehingga tabungan sebagai sumber kapital juga rendah.
- Nilai perdagangan luar negeri yang rendah
Hal ini disebabkan negara miskin mengandalkan ekspor bahan mentah yang mempunyai elastisitas penawaran permintaan atas perubahan harga, dan dalam jangka panjang mengakibatkan kerugian.
- Besarnya pengangguran
Hal ini disebabkan karena banyaknya tenaga kerja yang pindah dari desa ke kota. Kota tak mampu menampung tenaga mereka karena kurangnya faktor produksi lain untuk mengimbangnya, sehingga terjadi pengangguran.

- Besarnya ketimpangan distribusi pendapatan
Misalnya keuntungan lebih banyak dimiliki oleh sebagian kecil golongan tertentu saja.
- Tekanan penduduk yang berat
Hal ini disebabkan besarnya persentase kenaikan jumlah penduduk, dan peningkatan rata-rata umur manusia, yang membebani sumber daya lain, guna memenuhi kebutuhan hidup.
- Penggunaan tanah yang produktivitasnya rendah
Hal ini disebabkan karena sektor pertanian menjadi mata pencarian utama. Disamping itu kualitas alat-alat produksi, pupuk, teknik pengolahan juga masih relatif rendah.

Dampak negatif yang mungkin timbul dari aspek ekonomi, antara lain:

1. Eksplorasi sumberdaya yang berlebihan
2. Masuknya pekerja dari luar yang mengurangi kesempatan atau peluang kerja bagi masyarakat sekitar

Dalam aspek ekonomi, komponen yang penting untuk ditelaah, yaitu:

1. Ekonomi rumah tangga
Meningkatkan ekonomi rumah tangga, sehingga:
 - a) Meningkatkan pendapatan keluarga
 - b) Perubahan pola nafkah
 - c) Adanya pola nafkah ganda
 - d) Tersedianya jumlah dan ragam produk barang dan jasa di masyarakat, sehingga masyarakat punya banyak pilihan untuk produk yang diinginkannya

- e) Membuka kesempatan kerja bagi masyarakat, sekaligus mengurangi pengangguran
 - f) Tersedianya sarana dan prasarana
2. Ekonomi sumber daya alam
- Penggunaan dan pengaturan sumber daya alam, melalui:
- a) Pemilikan dan penguasaan SDA yang teratur
 - b) Penggunaan lahan yang efisien dan efektif
 - c) Peningkatan nilai tambah SDA
 - d) Peningkatan SDA lainnya yang belum terjamah
3. Perekonomian lokal dan regional
- Peningkatan perekonomian pemerintah baik lokal maupun regional, sehingga:
- a) Menambah peluang dan kesempatan kerja dan berusaha bagi masyarakat
 - b) Memberikan nilai tambah proses manufaktur
 - c) Menambah jumlah dan jenis aktivitas ekonomi nonformal yang ada di masyarakat
 - d) Pemerataan pendistribusian pendapatan
 - e) Menimbulkan efek ganda ekonomi
 - f) Meningkatkan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)
 - g) Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD)
 - h) Menambah pusat-pusat pertumbuhan ekonomi di daerah tertentu
 - i) Menyediakan fasilitas umum yang sangat dibutuhkan masyarakat
 - j) Menghemat devisa apabila produk dan jasa yang

dihasilkan dapat mengurangi pemakaian impor barang dan jasa dari luar negeri

- k) Memperoleh pendapatan berupa pajak dari sumber-sumber yang dikelola oleh perusahaan, baik dari pendapatan penjualan maupun dari pajak lainnya

4. Pengembangan wilayah

Adanya pengembangan wilayah, sehingga:

- a) Meningkatkan pemerataan pembangunan, dengan prioritas pembanguan di daerah tertentu
- b) Meningkatkan persatuan dan kesatuan bangsa
- c) Terbuka lingkungan pergaulan dengan adanya pembukaan suatu wilayah
- d) Membuka isolasi wilayah dan cakrawala bagi penduduk

Aspek Sosial

Selain bertujuan untuk mencari keuntungan, perusahaan juga memiliki misi sosial kemasyarakatan. Hal ini penting, sehingga perusahaan dan masyarakat dapat hidup berdampingan dan saling menguntungkan.

1. Perusahaan sebagai lembaga sosial

Sebuah perusahaan memiliki tugas melaksanakan bermacam-macam kegiatan dalam waktu bersamaan. Misalnya: manufaktur, bahan baku, mendistribusikan ke pasar, dan lain-lain. Untuk merealisasikan kegiatan perusahaan tidaklah mudah, disana sering timbul ancaman-ancaman sekaligus peluang-peluang yang datang dari lingkungan, baik eksternal maupun internal.

2. Perubahan kondisi sosial yang kompleks

Contoh pada kasus pemecatan karyawan karena berbagai alasan. Karena karyawan melakukan tindakan yang melanggar, atau disebabkan perusahaan mengalami kemerosotan keuntungan. Tindakan ini akan mengganggu keseimbangan dalam bidang sosial yang kompleks dalam perusahaan. Hal ini terjadi karena peraturan perundang-undangan pemerintah yang semakin membaik, meningkatnya kualitas SDM, dan lain-lain.

3. Perusahaan dalam masyarakat yang pluralistik

Masyarakat pluralistik ialah kehidupan berbagai kelompok yang dapat mempengaruhi lingkungan perusahaan dalam mendapatkan harapan-harapan ekonomi, sosial, dan politik. Tiap kelompok berusaha mengembangkan diri sehingga fungsi sistem menjadi efektif. Hubungan antara perusahaan dan lembaga-lembaga lingkungannya menjadi kompleks, sebab semakin banyak lembaga terlibat, seperti: penanam modal, karyawan, pembeli, penjual, pemerintah, dan sebagainya.

Perusahaan dianggap ikut bertanggung jawab dalam menciptakan kondisi sosial yang baik, serta kesejahteraan secara umum. Oleh sebab itu hendaknya bisnis memiliki manfaat-manfaat sosial yang diterima masyarakat, yaitu:

- Membuka lapangan kerja baru

Dengan dibukanya proyek bisnis, dapat menggairahkan masyarakat sekitar, untuk turut serta membuka lapangan kerja baru.

- Melaksanakan alih teknologi

Dengan dilakukannya alih teknologi pada pekerja dengan berbagai cara pelatihan yang terprogram dengan baik maka diharapkan tidak saja meningkatkan keahlian pekerja, tetapi juga sikap mental sebagai tenaga kerja yang andal semakin kokoh.

◦ Meningkatkan mutu hidup

Dengan adanya proyek bisnis, angka pengangguran akan menurun.

◦ Pengaruh positif

Proyek bisnis diharapkan mampu memberikan pengaruh positif pada masyarakat sekitar. Selain berdampak pada meningkatnya kondisi lingkungan fisik, seperti: jalan, jembatan, dan telepon, tetapi juga kondisi lingkungan psikis masyarakat.

Aspek sosial terkait dengan pengaruh bisnis yang akan didirikan terhadap perubahan struktur sosial, aspek budaya masyarakat, serta pola hidup yang mempengaruhi kesehatan fisik dan psikisnya. Beberapa pertanyaan yang harus dijawab dalam pengkajian aspek ini diantaranya, adalah:

- Apakah budaya masyarakat sekitar memberikan dukungan positif terhadap rencana pembangunan bisnis
- Apakah struktur kependudukan termasuk struktur sosial, budaya, agama, memberikan potensi dukungan pada bisnis
- Apakah kesadaran masyarakat akan pentingnya keberadaan bisnis cukup memadai

- Dapatkah kondisi yang kurang baik, masih memungkinkan dapat dilakukan perubahan?

Kajian faktor sosial pada studi kelayakan bisnis lebih menitik beratkan pada:

1. Tata nilai (*value*)
2. Sikap (*attitude*) masyarakat yang membawa pengaruh terhadap
3. Gaya hidup (*life style*) dan mempengaruhi permintaan akan suatu produk jasa yang akan dihasilkan oleh bisnis yang bersangkutan, termasuk kelangsungan hidup bisnis itu sendiri.

Adanya suatu proyek atau investasi akan berdampak sosial, yang meliputi:

1. Komponen Demografi
 - a. Struktur penduduk: perubahan struktur penduduk menurut kelompok umur, jenis kelamin, mata pencaharian, dan agama.
 - b. Perubahan tingkat pendapatan penduduk.
 - c. Pertumbuhan penduduk: tingkat kelahiran, tingkat kematian bayi, dan pola migrasi.
 - d. Tenaga kerja: perubahan komposisi tenaga kerja baik tingkat partisipasi angkatan kerja maupun tingkat pengangguran.
2. Komponen Budaya
 - a. Kebudayaan: perubahan kebudayaan melalui perubahan adat istiadat, nilai, dan norma budaya.

- b. Proses sosial: terjadi proses akulturasi, asimilasi, proses kerjasama (asosiatif), proses konflik (disosiatif), dan integrasi maupun sosial lain.
 - c. Warisan budaya: perubahan warisan budaya seperti perusakan situs perbakala, maupun cagar budaya.
 - d. Perubahan sikap, dan persepsi masyarakat terhadap rencana usaha atau kegiatan.
 - e. Perubahan kelembagaan/pranata sosial masyarakat di bidang ekonomi.
 - f. Perubahan kekuasaan, dan kewenangan melalui kepemimpinan formal, dan informal.
 - g. Kemungkinan terjadinya tingkat kriminalitas, dan konflik antara warga asli dengan pendatang.
 - h. Perubahan adaptasi ekologis.
 - i. Perubahan pelapisan sosial berdasarkan: ekonomi, pendidikan, kekuasaan, dan pekerjaan.
3. Kesehatan masyarakat
- a. Perubahan parameter lingkungan masyarakat yang diperkirakan terkena dampak rencana pembangunan, dan berpengaruh terhadap kesehatan.
 - b. Proses dan potensi terjadinya pencemaran.
 - c. Potensi timbulnya penyakit (angka kesakitan, dan angka kematian).
 - d. Kondisi lingkungan yang dapat memperburuk proses penyebaran penyakit.
 - e. Perubahan sumber daya kesehatan masyarakat.
 - f. Perubahan status gizi masyarakat.

- g. Perubahan kondisi sanitasi lingkungan.
- h. Perubahan karakteristik spesifik penduduk yang berisiko terjadi penyakit.

Dampak negatif aspek sosial, antara lain:

1. Perubahan gaya hidup, budaya, adat istiadat, dan struktur sosial lainnya.
2. Meningkatnya kriminalitas.

Peningkatan Pendapatan Nasional

Apabila suatu investasi bisa meningkatkan pendapatan masyarakat, maka secara otomatis akan meningkatkan pendapatan nasional. Dengan kata lain, adanya investasi akan berpengaruh pada peningkatan pendapatan nasional, dan pendapatan daerah dimana investasi tersebut dilakukan. Untuk menghitung Pendapatan Nasional dapat dilakukan melalui tiga pendekatan :

1. Pendekatan Produksi (*Production Approach*)

Yang dimaksud pendapatan nasional dengan pendekatan produksi adalah nilai seluruh barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu negara dalam satu tahun tertentu. Cara menghitung pendapatan nasional dengan pendekatan produksi adalah dengan menjumlahkan nilai tambah yang diwujudkan oleh berbagai lapangan usaha (sektor ekonomi) dalam perekonomian. Pada umumnya lapangan usaha (sektor ekonomi) untuk menghitung pendapatan nasional ada 11 sektor, yaitu:

- a) Pertanian, peternakan, kehutanan dan perikanan.
- b) Pertambangan dan penggalian.

- c) Industri pengolahan.
- d) Listrik, jasa dan air minum.
- e) Bangunan.
- f) Perdagangan, hotel dan restoran.
- g) Pengangkutan dan komunikasi.
- h) Bank dan lembaga keuangan lainnya.
- i) Sewa rumah.
- j) Pemerintah dan pertanahan.
- k) Jasa-jasa lainnya.

2. Pendekatan Pengeluaran (*Expenditure Approach*)

Pendapatan nasional dengan pendekatan pengeluaran adalah pendapatan nasional yang dihitung dengan menjumlahkan seluruh pengeluaran yang dilakukan oleh berbagai golongan masyarakat dalam perekonomian. Pengeluaran-pengeluaran yang dimaksud adalah:

- a) Pengeluaran konsumsi rumah tangga.
- b) Pengeluaran konsumsi dan investasi pemerintah.
- c) Pengeluaran pengusaha untuk investasi.
- d) Ekspor impor.

3. Pendekatan Pendapatan (*Income Approach*)

Yang dimaksud pendapatan nasional dengan pendekatan pendapatan adalah pendapatan nasional yang dihitung dengan menjumlahkan balasan jasa yang diterima oleh faktor produksi. Jenis-jenis pendapatan yang diterima yaitu:

- a) Gaji dan upah.
- b) Sewa, bunga, dan pendapatan lainnya.
- c) Pajak tidak langsung.

- d) Penyusutan.
- e) Laba (keuntungan)

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

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

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

BAB VII ASPEK KEUANGAN

Aspek keuangan menurut Siswanto Sutojo (2000), ialah rencana investasi proyek atau disebut sebagai ilmu pembiayaan investasi proyek (*capital budgeting*). Sedangkan menurut Sofyan (2003) analisis aspek keuangan adalah kegiatan melakukan penilaian, dan penentuan satuan rupiah terhadap aspek-aspek yang dianggap layak dari keputusan yang dibuat dalam tahapan analisis usaha.

Pada studi kelayakan, tujuan menganalisis aspek keuangan ialah untuk menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya, dan manfaat yang diharapkan. Dengan cara membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan, seperti: biaya modal, ketersediaan dana, dan kemampuan proyek untuk membayar kembali dana tersebut dalam waktu yang telah ditentukan, serta menilai apakah proyek akan berkembang terus (Umar,2001).

Kegiatan analisis keuangan dapat dikelompokkan dalam tiga kegiatan utama sesuai Sofyan (2003), antara lain:

1. Rekapitulasi penerimaan usaha, yaitu membuat seluruh rekap penerimaan yang dihasilkan dari hasil kajian aspek-aspek usaha, baik berupa penerimaan utama maupun penerimaan lain sebagai akibat dari adanya kegiatan usaha. Rekapitulasi ini bertujuan untuk menghitung besarnya arus kas masuk, yaitu besarnya perkiraan *netto*

- dari pemasukan yang akan diterima selama periode umur usaha tersebut. Unsur penerimaan usaha, meliputi:
- Perkiraan penjualan yang telah dihitung pada analisis pemasaran
 - Harga jual yang ditetapkan
 - Tambahan pendapatan lain-lain yang mungkin diperoleh karena adanya pendirian usaha ini
2. Rekapitulasi biaya usaha, yaitu membuat rekap dari semua biaya usaha yang sudah dihasilkan atau diputuskan. Unsur biaya usaha meliputi: biaya pra-operasi, biaya investasi, biaya operasi. Pengelompokan biaya mencakup, antara lain: biaya penyusutan, biaya bunga, biaya amortisasi.
 3. Membuat laporan aliran kas, yakni menguji aliran kas masuk yang dihasilkan berdasarkan pada kriteria keuangan yang ada. Secara umum laporan kas dapat diperoleh dengan cara mengurangi total rekap perkiraan penerimaan dengan total rekap perkiraan biaya usaha.

Pada analisis aspek keuangan, diperlukan data yang akan dipakai untuk mencari besar-besaran yang diperlukan dalam perhitungan dan teori, yang mendukung pada penilaian studi kelayakan. Hal ini mencakup: kebutuhan dana, sumber dana, struktur modal dan biaya modal, depresiasi, nilai waktu dari uang, amortisasi dan pajak.

Dana dan Sumber-sumber Dana

1. Dana investasi awal atau investasi inisial (*initial investment*)
Aktiva yang umumnya diperlukan untuk melakukan investasi dapat dikelompokkan sebagai berikut:

A. Aktiva Tetap berwujud

- Tanah dan pengembangan lokasi: biaya ini termasuk harga tanah dan biaya pendaftaran, pembersihan, penyiapan tanah, pembuatan jalan ke jalan terdekat, pemagaran, dan sebagainya
- Bangunan pabrik dan perlengkapan: termasuk diantaranya adalah bangunan untuk pabrik/kantor, bangunan untuk gudang, administrasi, untuk pembangkit tenaga, pos-pos keamanan, jasa-jasa arsitektur, dan lain sebagainya.
- Pabrik dan mesin-mesin: hal ini termasuk komponen biaya terbesar dari investasi. Seperti biaya pembangunan pabrik atau kantor, harga mesin, biaya pemasangan, biaya pengangkutan, suku cadang, dan lain sebagainya. Ada baiknya dilakukan pemisahan antara mesin-mesin yang diimpor dan tidak, untuk memasukkan kemungkinan perubahan *kurs* valuta.
- Aktiva tetap lainnya: antara lain perlengkapan kantor, perlengkapan *materials handling* dan angkutan, perlengkapan pengembangan dan penelitian, *meubelair*, dan lain lain.

Dalam menentukan biaya dari berbagai aktiva diatas, diperlukan informasi tentang kebutuhan fisik atau harga-harga. Kebutuhan fisik didasarkan atas salah satu atau beberapa faktor berikut ini:

- Rencana yang terperinci dan spesifikasi yang lengkap
- Rancangan garis besar dan spesifikasi yang belum lengkap

- Pengalaman dengan proyek yang agak berbeda ditempat lain

- Beberapa pedoman yang telah diuji secara empiris.

Terdapat cara untuk mengetahui informasi mengenai harga, yang didasarkan atas:

- Harga-harga di waktu yang lalu
- Daftar harga yang masih berlaku
- Daftar harga kira-kira

B. Aktiva Tetap Tidak Berwujud

- Aktiva tidak berwujud: misalnya paten, lisensi, pembayaran "*lump sum*" untuk penggunaan teknologi, *engineering fees*, *copyright*, *goodwill* dan sebagainya.
- Biaya pendahuluan: termasuk diantaranya biaya untuk studi pendahuluan, penyiapan pembuatan laporan studi kelayakan, *legal fee*, survei pasar, dan sebagainya.
- Biaya-biaya sebelum operasi: biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan sebelum berproduksi secara komersial. Komponen yang utama adalah: biaya penarikan tenaga kerja, biaya latihan, beban bunga, biaya-biaya selama masa produksi percobaan.

Umumnya sulit menentukan kapan suatu produksi disebut sebagai produksi secara komersial, sehingga diperlukan arbitrase dalam penentuannya. Seringkali pengeluaran aktiva tetap ini berlangsung beberapa tahun, jadi perlu disusun jadwal pengeluaran guna keperluan investasi tersebut.

2. Dana modal kerja (*working capital*)

Kebutuhan dana untuk modal kerja dapat diartikan sebagai modal kerja bruto atau modal kerja neto. Modal kerja bruto yang disebut juga modal kerja awal keseluruhan, menunjukkan semua investasi yang diperlukan untuk aktiva lancar yang terdiri dari: kas, surat-surat berharga, piutang, persediaan, dan lainnya. Modal kerja neto merupakan dana yang dibutuhkan setelah proyek selesai dibangun, digunakan untuk membiayai kegiatan operasi. Dana digunakan untuk persediaan bahan baku dan bahan pembantu, piutang dagang dan persediaan uang di kas kantor perusahaan dan di bank. Sebagian bahan baku dan pembantu yang dibutuhkan dapat diperoleh dari para pemasok dengan pembayaran dibelakang, tanpa pungutan bunga pinjaman. Oleh karena itu piutang dagang tersebut akan mengurangi jumlah kebutuhan modal bruto, tanpa harus menambah beban biaya operasional (bunga pinjaman). Jumlah modal kerja bruto dikurangi piutang dagang yang dapat diharapkan dari para calon pemasok disebut modal kerja neto.

3. Sumber-sumber Dana

Pemilihan sumber dana bertujuan untuk memilih sumber dana yang pada akhirnya bisa memberikan kombinasi dengan biaya terendah, dan tidak menimbulkan kesulitan likuiditas bagi proyek atau perusahaan yang mensponsori proyek tersebut. Artinya jangka waktu pengembalian sesuai dengan jangka waktu penggunaan dana.

Beberapa sumber dana yang penting antara lain adalah:

1. Modal pemilik perusahaan yang disetorkan langsung oleh pemilik perusahaan. Apabila perusahaan berbentuk perseroan terbatas yang berniat *go public*. Maka modal sendiri hanya akan diperoleh dari para pemilik perusahaan. Karena itu bagi perusahaan yang ingin menghimpun dana yang besar sebaiknya memilih untuk *go public*.
2. Saham yang diperoleh dari penerbitan saham dipasar modal. Perusahaan yang memutuskan *go public* dapat menghimpun dana masyarakat dengan jalan menerbitkan saham yang nantinya akan diperjual belikan di bursa saham.
3. Obligasi yang diterbitkan oleh perusahaan dan dijual di pasar modal. Obligasi bisa berbentuk: obligasi biasa, obligasi dengan suku bunga mengambang, tanpa bunga, konversi.
4. Kredit yang diterima dari bank, dapat berupa kredit investasi maupun non-investasi. Kredit bank masih dianggap sumber dana yang terbesar bagi dunia usaha
5. Sewa guna (*leasing*) dari lembaga non-bank. Beberapa lembaga keuangan tetapi bukan bank menawarkan jasa untuk menyediakan aktiva yang diperlukan oleh perusahaan. Secara resmi lembaga keuangan tersebutlah yang memiliki aktiva tersebut dan perusahaan hanya menyewanya.
6. *Project finance*. Merupakan tipe pendanaan yang lebih banyak dipergunakan untuk membiyai proyek-proyek

besar, pembayarannya didasarkan atas kemampuan proyek tersebut melunasi kewajiban finansialnya.

Menurut (Husnan & Muhammad, 2000), agar dapat menghitung biaya modal keseluruhan, maka perlu menghitung terlebih dahulu biaya modal dari masing-masing pendanaan, yaitu:

1. Biaya utang (*cost of debt*)

Menurut Husnan dan Muhamad (2000), biaya utang merupakan biaya yang ditanggung karena menggunakan sumber dana yang berasal dari pinjaman. Meskipun yang sering dihitung biaya modal dari pinjaman adalah biaya utang untuk utang jangka panjang, tetapi sebenarnya baik utang jangka panjang maupun utang jangka pendek mempunyai biaya modal (meskipun besarnya mungkin tidak sama).

2. Biaya laba yang ditahan

Biaya laba yang ditahan sama dengan modal sendiri dari saham biasa, sesuai Husnan dan Muhamad (2000). Apabila perusahaan menggunakan laba yang ditahan, maka perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan. Namun apabila membagikan laba dan mengeluarkan saham baru, harus menanggung biaya pengeluaran saham yang disebut *flotation cost*.

3. Biaya Modal Rata-Rata Tertimbang (WACC)

Husnan dan Muhammad (2000) menyatakan apabila investasi dibiayai dengan modal sendiri dan modal pinjaman, maka *cut off rate* yang dipergunakan harus

mempertimbangkan biaya modal, baik dari utang maupun dari modal sendiri (bagi perusahaan yang menggunakan utang). Konsep *cost of capital* (biaya modal) memiliki pengertian untuk menentukan berapa besar biaya riil dari masing-masing sumber dana yang digunakan dalam berinvestasi, Umar (2001). Hal ini untuk mengetahui patokan tingkat keuntungan yang layak dari investasi yang dilakukan.

Depresiasi, Amortisasi dan Pajak

A. Depresiasi

Menurut Syamsudin (2002), depresiasi atau dikenal sebagai penghapusan, merupakan salah satu komponen biaya tetap yang timbul karena digunakannya aktiva tetap. Biaya ini dapat dikurangkan dari penghasilan (*revenue*). Depresiasi dapat dikurangkan sebagai biaya (*expense*) dari *revenue* yang diterima, yang dihitung dengan beberapa cara, antara lain:

- *The straight line method* (Metode garis lurus)
Jumlah depresiasi dengan menggunakan metode *straight line method* ini dapat dihitung dengan membagi *depricable value* (jumlah investasi dikurangi dengan nilai residu) dari suatu aktiva dengan umur ekonomisnya, sehingga dengan menggunakan metode ini jumlah depresiasi setiap tahunnya sama.
- *The double declining balance method*
Pada metode ini, tingkat depresiasi yang digunakan adalah sama dengan tingkat yang digunakan pada

metode *straight line* dikalikan dua. Jumlah yang dipakai sebagai dasar perhitungan depresiasi adalah keseluruhan nilai investasi. Sehingga jumlah depresiasi pada tahun terakhir, sama dengan nilai buku pada awal tahun terakhir dikurangi jumlah nilai residu.

- *The sum of the years digits method*
Dengan menggunakan metode ini maka keseluruhan bilangan umur dari suatu aktiva harus dijumlah. Jika "n" adalah umur ekonomis dari suatu aktiva dan S adalah jumlah keseluruhan bilangan umur teknis dari aktiva tersebut, maka jumlah depresiasi pada tahun pertama adalah n/S , pada tahun kedua $(n-1)/S$ dan seterusnya, dikalikan dengan *depricable value*.

Penyusutan digunakan untuk mengalokasikan biaya aktiva tetap berwujud, seperti: mesin, peralatan, bangunan, perlengkapan kantor, dan kendaraan bermotor, (Fraser dan Ormiston, 2008). Tanah merupakan suatu pengecualian terhadap aturan tersebut karena tanah dianggap memiliki masa manfaat yang tidak terbatas.

B. Amortisasi

Amortisasi sesuai pendapat Fraser dan Ormiston (2008), adalah proses yang diterapkan kepada bangunan yang belum selesai, sewa guna usaha modal, dan biaya kadaluarsa aktiva tidak berwujud, contoh: lisensi, hak cipta, paten, merek dagang, *franchise* dan *goodwill*.

C. Pajak

Tarif pajak yang dikenakan ialah tarif atas penghasilan kena pajak bagi wajib pajak badan dalam negeri dan bentuk usaha tetap.

Laporan Laba Rugi

Laporan rugi laba (menurut lembaga *non profit* disebut laporan sisa hasil usaha) merupakan akumulasi aktivitas yang berhubungan dengan pendapatan, dan biaya selama periode waktu tertentu, contohnya: bulanan dan tahunan, (Darsono dan Ashari, 2004). Komponen laporan laba rugi adalah pendapatan/penjualan (dari usaha utama), harga pokok penjualan, biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum, pendapatan luar usaha (non operasional), serta biaya luar usaha (non operasional).

Arus Kas (*Cash Flow*)

Menurut Husnan dan Muhammad (2000), arus kas yang berhubungan dengan suatu proyek dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian, yakni arus kas permulaan (*initial cash flow*), arus kas operasional (*operasional cash flow*), dan arus kas terminal (*terminal cash flow*).

Pengeluaran untuk investasi pada awal periode mungkin tidak hanya sekali, merupakan arus kas permulaan. Arus kas yang timbul selama operasi proyek disebut sebagai arus kas operasional, dan arus kas yang diperoleh pada waktu proyek tersebut berakhir disebut sebagai arus kas terminal.

- Arus kas awal (*Initial cash flow*)

Suratman (2001), arus kas awal adalah arus kas keluar dalam rangka untuk keperluan tetap, dan penentuan besarnya modal kerja. Umumnya, aliran kas ini diberi notasi negatif, artinya kas yang dikeluarkan. Yang terjadi pada tahun ke 0, dimana perusahaan belum beroperasi dan pengeluaran kas untuk keperluan *initial investment* tidak dapat dipakai dalam menilai profitabilitas proyek. Husnan dan Muhammad (2000), menyatakan bahwa mungkin sekali untuk proyek-proyek besar, *initial cash flow* tidak hanya terjadi pada awal periode, tetapi terjadi beberapa kali, pada tahun kesatu, kedua dan seterusnya.

- Arus kas operasional (*Operational Cash Flow*)

Suratman (2001), berasal dari operasi perusahaan (kegiatan utama perusahaan). Meliputi aliran kas masuk dan aliran kas keluar. Aliran kas masuk berasal dari penjualan (pendapatan), sedangkan aliran kas keluar adalah kas yang dikeluarkan untuk membayar operasional perusahaan. Seperti: biaya pokok perusahaan, biaya administrasi umum dan penjualan, serta biaya-biaya lainnya. Dalam menentukan estimasi arus kas operasional, terdapat tiga prinsip yang harus diperhatikan, yaitu:

- Harus didasarkan pada perhitungan kas setelah pajak.
- Biaya bunga harus dikeluarkan dari perhitungan.
- Harus didasarkan pada “dengan dan tanpa” proyek jika proyek investasi untuk pengembangan/penambahan dari proyek yang sebelumnya sudah berjalan. Oleh karena itu estimasi kas ditentukan atas dasar

incremental antara “dengan investasi dan tanpa investasi” baru.

Terdapat dua cara, dalam menentukan aliran kas operasional, antara lain:

1. Menjumlahkan seluruh kas masuk yang berasal dari penjualan, kemudian dikurangi dengan seluruh aliran kas keluar untuk operasional.
2. Penyesuaian laporan rugi laba berdasarkan standar akuntansi keuangan dengan pengeluaran-pengeluaran non tunai, contoh: amortisasi, depresiasi, dan lain-lain.

Adapun formulasinya sebagai berikut:

**Operational Cash Flow = Laba Bersih Setelah Pajak –
Depresiasi + Amortisasi**

Husnan dan Muhammad (2000:62), menyebutkan kebanyakan cara yang digunakan untuk menaksir *operational cash flow* setiap tahun adalah dengan menyesuaikan taksiran rugi laba yang disusun berdasarkan prinsip-prinsip akuntansi, dan menambahkannya dengan biaya-biaya bukan tunai, contohnya: penyusutan.

- Arus kas akhir (*terminal cash flow*)

Aliran kas akhir merupakan aliran kas pada akhir umur ekonomis suatu proyek, menurut Suratman (2001). Arus kas ini berasal dari modal kerja, dan penjualan aktiva tetap yang telah habis umur ekonomisnya. Dalam menaksir arus kas setiap tahunnya, cara yang paling banyak digunakan adalah dengan menyesuaikan taksiran daftar laba rugi yang disusun oleh proyek dengan berdasarkan prinsip-prinsip akuntansi

dan menambahkannya dengan biaya-biaya bukan tunai, seperti: penyusutan dan amortisasi (cara kedua). Husnan dan Muhammad (2000), menyatakan bahwa terminal *cash flow* umumnya terdiri dari nilai sisa (residu) investasi tersebut dan pengembalian modal kerja. Aspek keuangan dilakukan untuk menilai biaya-biaya apa saja yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biayanya. Setelah itu menilai seberapa besar pendapatan yang akan didapatkan disaat usaha jadi dijalankan. Penelitian ini meliputi seberapa lama investasi yang ditanam akan kembali. Selanjutnya, bagaimana tingkat suku bunga yang berlaku, dan berasal dari mana sumber pembiayaan bisnis tersebut, yang jika dinilai dengan penilaian investasi akan sangat menguntungkan. Metode penilaian yang dipakai ialah: *Payback Period*, *Net Present Value*, *Internal Rate of Return*, *Break Event Point*, *Profitability Index*, serta rasio-rasio keuangan lainnya.

A. *Payback Period*

Metode *Payback Period* merupakan teknik penilaian terhadap periode pengembalian investasi suatu usaha. Perhitungan ini merupakan perhitungan kas bersih yang didapat setiap tahun. Terdapat dua macam model perhitungan yang dapat digunakan, yaitu apabila kas bersih setiap tahun sama atau apabila kas setiap tahun berbeda. Dikarenakan pada penelitian ini kas setiap tahun berbeda, maka caranya adalah dengan menghitung investasi dikurangi dengan kas bersih tahun pertama, lalu hasilnya dikurangi dengan kas bersih tahun selanjutnya.

Hal ini terus dilakukan hingga hasil tidak dapat dikurangi dengan kas bersih tahun selanjutnya. Setelah itu untuk mencari *Payback Period*nya adalah sebagai berikut: (Kasmir dan Jakfar, 2009)

$$PP = \frac{SS}{KBA} + TT$$

dimana:

PP: *Payback Period*

SS: sisa kas bersih tahun terakhir yang tidak dapat dikurangi tahun berikutnya.

KBA: kas bersih pada tahun pengurangannya.

TT: jumlah tahun yang dapat dikurangi.

Dalam penilaian layak diterima atau tidak dari segi *Payback Period*, maka hasil tersebut harus memenuhi syarat berikut: (Kasmir dan Jakfar, 2009)

- 1) PP sekarang lebih kecil dari umur investasi
- 2) Dengan membandingkan rata-rata industri (3 tahun)
- 3) Sesuai dengan target perusahaan

B. *Net Present Value*

Net Present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang, merupakan perbandingan antara PV kas bersih dengan PV investasi selama jenjang umur investasinya. Selisih antara nilai kedua PV ini yang disebut dengan NPV (Kasmir dan Jakfar, 2009). Tingkat bunga pengembalian pun ditentukan oleh kebijakan perusahaannya. Kriteria penilaian pada NPV adalah sebagai berikut: (Umar, 2003)

- 1) Jika $NPV > 0$, maka usulan usaha/proyek diterima.
- 2) Jika $NPV < 0$, maka usulan usaha/proyek ditolak.
- 3) Jika $NPV = 0$, nilai perusahaan tetap walau usulan diterima ataupun ditolak.

C. *Internal Rate of Return*

Internal Rate of Return (IRR) merupakan alat yang dapat mengukur tingkat pengembalian hasil *intern*. Berikut ini adalah rumus untuk mencari IRR: (Umar, 2003)

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

dimana :

P1: tingkat bunga ke 1

P2: tingkat bunga ke 2

C1: NPV ke 1

C2: NPV ke 2

Kriteria penilaian pada IRR adalah sebagai berikut: (Umar, 2003)

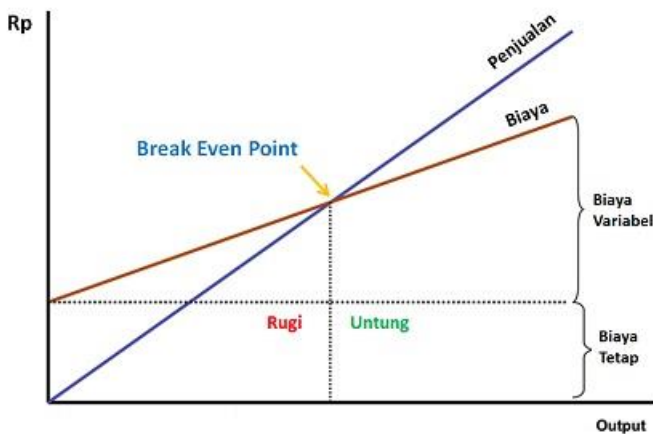
- 1) Jika IRR lebih besar dari bunga pinjaman, maka diterima.
- 2) Jika IRR lebih kecil dari bunga pinjaman, maka ditolak.

D. *Break Event Point*

Break-Even Point disingkat dengan BEP ialah suatu titik atau keadaan dimana penjualan dan pengeluaran mempunyai nilai yang sama, atau suatu kondisi dimana penjualan perusahaan mampu menutupi pengeluaran bisnisnya. *Break Even Point* dalam bahasa Indonesia disebut dengan “Titik Impas”, dimana membandingkan jumlah pendapatan atau

jumlah unit yang harus dijual sehingga dapat menutupi biaya tetap dan biaya variabel. Dengan kata lain, Titik Impas atau *Break Even Point* adalah titik dimana suatu bisnis tidak mengalami kerugian dan juga tidak memperoleh keuntungan.

Gambar 7.1 Kurva BEP



Rumus BEP *Break Even Point*

Pada dasarnya ada beberapa metode dalam menentukan BEP. Salah satunya, menggunakan Rumus BEP yang pertama, yaitu menghitung *Break Even Point* yang harus diketahui adalah jumlah total biaya tetap, biaya variabel per unit atau total variabel, hasil penjualan total atau harga jual per unit. Rumus yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

Break Even Point dalam unit

$$BEP = \frac{FC}{P - VC}$$

dimana:

BEP: *Break Even Point*

FC: *Fixed Cost*

VC: *Variabel Cost*

P: *Price per unit*

S: *Sales Volume.*

Break Even Point dalam rupiah

$$\text{BEP} = \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}}$$

Setelah mengamati kedua rumus diatas dapat kita tarik kesimpulan jika titik impas sama dengan total biaya tetap dibagi dengan selisih antara harga satuan dan biaya variabel. Sesuai formula diatas, biaya tetap adalah total semua biaya *overhead* untuk perusahaan, sedangkan biaya Harga dan Variabel adalah biaya per unit – harga setiap unit produk yang terjual. Pada penyebut persamaan, harga dikurangi biaya variabel, merupakan margin kontribusi. Setelah biaya variabel unit dikurangkan dari harga, jumlah yang tersisa—margin kontribusi—tersedia untuk membayar biaya tetap perusahaan.

E. *Benefit and Cost Ratio (B/C Ratio)*

B/C Ratio atau *Profitability Index* merupakan rasio dari jumlah nilai penerimaan sekarang secara bersih, dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi. Rumusan yang digunakan untuk mencari *B/C Ratio* adalah sebagai berikut:

$$\frac{B}{C} \text{ ratio} = \frac{\sum \text{PV Kas Bersih}}{\sum \text{PV Investasi}} \times 100\%$$

Kriteria penilaian pada *B/C Ratio* adalah sebagai berikut:
(Umar, 2003)

- 1) Jika *B/C Ratio* >1, maka usulan usaha/proyek dikatakan menguntungkan.
- 2) Jika *B/C Ratio* <1, maka usulan usaha/proyek tidak menguntungkan.

BAB VIII

ASPEK DAMPAK LINGKUNGAN

Aspek ini merupakan aspek yang dibutuhkan pada saat ini dikarenakan tiap usaha akan sangat besar dampaknya terhadap lingkungan, baik terhadap darat, air dan udara. Pada akhirnya akan berdampak pada kehidupan manusia, binatang dan tumbuhan disekitarnya. Sehingga aspek ini tidak dapat dikesampingkan dikarenakan menjaga kelestarian lingkungan adalah hal yang sangat penting. Adapun hal yang harus diperhatikan agar tidak terjadi kerusakan lingkungan dikarenakan oleh usaha yang kita jalankan, hal tersebut adalah: (Kasmir dan Jakfar, 2009)

A. Terhadap tanah dan kehutanan

- 1) Menjadi gersang, tidak subur, atau tandus sehingga pada sektor pertanian, sangat merugikan.
- 2) Berkurang jumlahnya, hal ini disebabkan oleh pengerukan atau bahkan hilang dikarenakan untuk pertambangan.
- 3) Terjadi erosi atau bahkan banjir.
- 4) *Tailing* bekas pembuangan hasil pertambangan akan merusak sungai berikut tanaman dan hewan disekitarnya.
- 5) Punahnya keanekaragaman hayati.

B. Terhadap air

- 1) Mengubah warna dari yang semula bening menjadi kuning atau hitam.
- 2) Berubah rasa, dalam artian mungkin dapat berbahaya pada manusia.

- 3) Berbau busuk atau menyengat.
- 4) Mengering.
- 5) Matinya binatang air dan tanaman disekitar lokasi.
- 6) Menimbulkan berbagai penyakit.

C. Terhadap udara

- 1) Udara disekitar lokasi menjadi berdebu dikarenakan proyek-proyek batu kapur atau semen.
- 2) Dapat menimbulkan radiasi yang tidak dapat dilihat oleh mata.
- 3) Menimbulkan suara yang bising seperti proyek perbengkelan.
- 4) Menimbulkan aroma yang tidak sedap.
- 5) Menimbulkan suhu udara yang tinggi atau menjadi panas.

D. Terhadap manusia

- 1) Menimbulkan berbagai penyakit terhadap karyawan perusahaan atau masyarakat sekitar.
- 2) Berubahnya budaya, dan perilaku masyarakat akibat perubahan struktur penduduk.
- 3) Rusaknya adat istiadat masyarakat setempat.

Pengertian-pengertian dan Konsepsi

Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) adalah suatu kegiatan dalam penyusunan dokumen tentang analisis dampak lingkungan. Sedangkan Analisis Dampak Lingkungan (ANDAL) merupakan dokumen hasil kegiatan AMDAL. Yang merupakan konsepsi dasar dari AMDAL ialah “sustainability lingkungan”, yaitu adanya keseimbangan yang

terpelihara antara manusia selaku pengguna, dan lingkungan selaku sumberdaya alam. Salah satu elemen utama sebagai kunci sustainibilitas lingkungan adalah “siklus hidrologi”.

Tanpa ada campur tangan manusia, maka:

- hutan alami tetap terpelihara (habitat flora – fauna)
- air bawah tanah tidak terganggu
- kualitas udara tetap terjaga
- erosi tanah minimal
- rantai makanan tidak mengalami gangguan/terputus

Hal-hal yang menyebabkan gangguan keseimbangan lingkungan, antara lain:

1. Eksplorasi secara berlebihan oleh manusia (*permanently*):
 - Pembukaan lahan hutan yang tidak benar (untuk transmigrasi, perkebunan, pertanian, pariwisata, perhubungan, dan lain-lain)
 - Aktifitas penambangan (batubara, logam mulia, permata, minyak bumi, gas alam, pasir, coral dan batu karang, dan lain-lain)
 - Pembangunan yang tidak berwawasan lingkungan
 - Pendirian industri yang tidak dilengkapi unit IPL yang baik dan menghasilkan limbah B3
 - Pembangunan Rumah Sakit
 - Pembangunan pemukiman baru
 - Pembangunan fasilitas pariwisata
 - Pembangunan jalan raya yang menembus hutan alami reklamasi/pengurukan pantai
2. Bencana alam (*temporaly*):

- Gunung meletus
- Gempa bumi
- Banjir
- Angin taufan/tornado

PENGERTIAN AMDAL

Sesuai *UULH No. 23 tahun 1997*, AMDAL mempunyai pengertian kajian tentang dampak penting dan besar dari suatu kegiatan dan/atau usaha yang direncanakan pada lingkungan hidup. Yang diperlukan bagi proses pengambilan keputusan tentang penyelenggaraan kegiatan dan/atau usaha.

Usaha-usaha yang menimbulkan dampak penting dan besar, antara lain:

- o Perubahan bentang alam dan bentuk lahan
- o Eksploitasi sumber daya alam
- o Proses dan kegiatan yang secara potensial akan memberikan pemborosan pencemaran dan kerusakan lingkungan
- o Proses dan kegiatan yang hasilnya dapat mempengaruhi lingkungan alam, sosial ekonomi dan budaya, serta lingkungan buatan
- o Proses dan kegiatan yang hasilnya dapat mempengaruhi pelestarian kawasan konservasi Sumber Daya Alam, dan/atau perlindungan cagar budaya
- o Introduksi jenis tumbuh-tumbuhan, jenis hewan dan jasad renik
- o Pembuatan dan penggunaan bahan hayati atau non hayati

- Penerapan teknologi yang diperkirakan mempunyai potensi besar untuk mempengaruhi lingkungan

AMDAL adalah telaahan secara cermat dan mendalam tentang dampak besar dan penting suatu rencana usaha dan/atau kegiatan. Tujuan dan sasaran AMDAL ialah kegiatan/usaha tersebut layak dari aspek lingkungan hidup. Atau untuk menjamin suatu kegiatan dan/atau usaha pembangunan dapat berlangsung secara berkelanjutan, tanpa mengorbankan ataupun merusak lingkungan.

Apa guna AMDAL?

- Bahan bagi perencanaan pembangunan wilayah
- Membantu proses pengambilan keputusan tentang kelayakan lingkungan hidup dari rencana kegiatan dan/atau usaha
- Memberi masukan untuk penyusunan desain rinci teknis dari rencana kegiatan dan/atau usaha
- Memberi masukan untuk penyusunan rencana pemantauan dan pengelolaan lingkungan hidup
- Memberi informasi bagi masyarakat atas dampak yang ditimbulkan dari suatu rencana kegiatan dan atau usaha

Ada 3 sasaran utama kegunaan dan manfaat AMDAL, yaitu:

1. Pada Pemerintah

Merupakan alat pengambil keputusan tentang kelayakan lingkungan dari suatu rencana kegiatan dan/atau usaha.

2. Pada Masyarakat

Dapat mengetahui rencana pembangunan didaerahnya, sehingga dapat mempersiapkan diri untuk berpartisipasi.

3. Pada Pemrakarsa

Agar dapat mengetahui masalah-masalah lingkungan yang akan dihadapi pada waktu yang akan datang.

Pihak-pihak yang terlibat dalam proses penilaian AMDAL, yaitu:

1. Komisi Penilai AMDAL, yakni: sebuah komisi yang mempunyai tugas menilai dokumen AMDAL.
2. Pemrakarsa, yakni: orang atau badan hukum yang bertanggungjawab atas suatu rencana usaha dan/atau kegiatan yang dilaksanakan.
3. Warga Masyarakat yang terkena dampak, yaitu: masyarakat yang terpengaruh atas segala bentuk keputusan dalam proses AMDAL.

Untuk melakukan suatu studi kelayakan, diperlukan AMDAL, alasannya ialah:

1. Karena UU dan peraturan pemerintah menghendaki demikian.
2. Supaya kualitas lingkungan tidak rusak dengan beroperasinya proyek-proyek industri, maka AMDAL harus dilakukan. Manusia dalam usahanya memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kesejahteraan melakukan aktivitas yang makin lama makin mengubah lingkungannya. Pada awalnya perubahan lingkungan itu belum menjadi masalah, tetapi setelah perubahan tersebut menjadi di luar ambang batas, maka manusia tidak dapat mentolerir lagi perubahan yang merugikan itu.

KARAKTERISTIK AMDAL

- AMDAL merupakan keputusan dan arahan eksternal yang mempengaruhi keputusan internal
- Untuk memaksakan agar keputusan eksternal dipatuhi, maka di Indonesia, AMDAL dikaitkan dengan perijinan
- Di banyak negara, keputusan eksternal dikaitkan dengan kontrol sosial, sehingga keberdayaan masyarakat dan keterbukaan informasi menjadi syarat penting
- AMDAL merupakan instrumen pengendalian pembangunan yang bersifat komprehensif dan situasional

Fungsi AMDAL

AMDAL merupakan salah satu upaya pencegahan pengendalian dampak lingkungan oleh kegiatan pembangunan (selain audit lingkungan, tata guna lahan, tata ruang, dan sebagainya). Tujuan Studi AMDAL:

- Mengidentifikasi komponen kegiatan yang diperkirakan menimbulkan potensi dampak penting dan besar terhadap lingkungan
- Mengidentifikasi komponen lingkungan hidup dalam area proyek maupun di sekitar proyek, yang diperkirakan akan terkena dampak penting dan besar
- Memperkirakan dan mengevaluasi dampak penting dan besar terhadap lingkungan yang timbul akibat kegiatan pembangunan
- Memberi rumusan saran tindak lanjut kegiatan pemantauan dan pengelolaan terhadap perubahan kualitas lingkungan yang terjadi. Dimana pemrakarsa sebagai pengelola proyek,

dapat mengantisipasi dampak penting dan besar yang berakibat negatif. Serta dapat lebih mengembangkan segala dampak positif.

Kegunaan Studi AMDAL, antara lain:

- Bagi Pemerintah
dipakai sebagai pedoman dalam merencanakan pembangunan wilayah, pengambilan keputusan, serta memantau efektivitas dan efisiensi pelaksanaan pengelolaan lingkungan yang dilakukan oleh pemilik proyek
- Bagi Pihak Pemrakarsa
sebagai pedoman dalam melakukan pengelolaan dan pemantauan terhadap dampak yang diperkirakan terjadi. Serta acuan untuk lebih meningkatkan integrasi dan partisipasi masyarakat sekitarnya
- Bagi Masyarakat sekitar proyek
dapat digunakan sebagai sumber informasi dan acuan untuk melakukan kontrol pengelolaan lingkungan yang dilakukan oleh pemilik proyek

Jenis-jenis AMDAL

- A. AMDAL Tunggal: hanya memiliki satu jenis usaha dan/atau kegiatan yang kewenangan pembinaannya berada di bawah satu instansi yang membidangi usaha dan/atau kegiatan
- B. AMDAL Terpadu/Multisektoral: hasil kajian mengenai dampak penting dan besar, usaha/kegiatan terpadu yang direncanakan terhadap lingkungan hidup, dan melibatkan

lebih dari satu instansi yang membidangi kegiatan tersebut.

Kriteria kegiatan terpadu meliputi:

- berbagai usaha/kegiatan tersebut mempunyai keterkaitan dalam perencanaan dan proses produksinya
- usaha dan kegiatan tersebut berada dalam satu kesatuan hamparan ekosistem

C. AMDAL Kawasan: hasil kajian tentang dampak penting dan besar, kegiatan/usaha yang direncanakan terhadap lingkungan hidup. Dalam satu kesatuan hamparan ekosistem zona pengembangan kawasan sesuai dengan RT/RW yang ada.

Bagaimana prosedur proses AMDAL?

Prosedur AMDAL terdiri dari :

1. Proses penapisan (*screening*) wajib AMDAL
2. Proses pengumuman dan konsultasi masyarakat
3. Penyusunan dan penilaian KA-ANDAL (*scoping*)
4. Penyusunan dan penilaian ANDAL, RKL, dan RPL

Kapan studi AMDAL dimulai?

Studi AMDAL dilakukan pada saat perencanaan atau sebelum usaha dan/atau kegiatan proyek dilaksanakan (seharusnya).

Penilaian terhadap dokumen AMDAL melalui 2 (dua) tahap, yaitu:

1. Tahap penilaian terhadap KA-ANDAL
2. Tahap penilaian terhadap dokumen, antara lain: ANDAL, RKL dan RPL.

KOMPONEN AMDAL

AMDAL ialah suatu hasil studi tentang dampak suatu kegiatan yang diperkirakan dan direncanakan mempunyai dampak penting bagi lingkungan hidup. Analisis ini mencakup keseluruhan kegiatan pembuatan lima dokumen, antara lain:

- PIL (Penyajian Informasi lingkungan)
- KA (Kerangka Acuan)
- ANDAL (Analisis Dampak lingkungan), yang merupakan telaah secara cermat dan mendalam tentang dampak penting suatu kegiatan yang direncanakan. Arti dampak disini adalah perubahan lingkungan yang sangat mendasar sebagai akibat suatu kegiatan. Tidak semua rencana kegiatan harus dilengkapi dengan ANDAL karena ia hanya ditetapkan pada kegiatan yang diperkirakan akan mempunyai dampak penting terhadap lingkungan hidup.
- RPL (Rencana Pemantauan Lingkungan)
- RKL (Rencana Pengelolaan Lingkungan)

Apa yang dimaksud dengan UPL dan UKL ?

UPL (Upaya Pemantauan Lingkungan Hidup) dan UKL (Upaya Pengelolaan Lingkungan Hidup) ialah upaya yang dilakukan dalam pemantauan dan pengelolaan lingkungan hidup oleh penanggung jawab dan/kegiatan yang tidak wajib melakukan AMDAL (sesuai Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup, No. 86 tahun 2002, yaitu tentang Pedoman Pelaksanaan Upaya Pemantauan Lingkungan Hidup dan Upaya Pengelolaan Lingkungan Hidup).

Tujuan pengendalian pembangunan melalui AMDAL:

1. Meniadakan atau mengurangi akibat (yang tidak direncanakan) atas terjadinya perubahan lingkungan, oleh sebab akibat yang mendasar, meluas, dalam jangka waktu yang panjang
2. Mengidentifikasi pemecahan masalah yang optimal
3. Mencegah atau mengatasi konflik kepentingan
4. Melibatkan publik dan menjamin keterbukaan proses pengambilan keputusan
5. Tujuan pengendalian dapat tercapai apabila kedudukan AMDAL dalam proses pembangunan tepat

Langkah-langkah kegiatan AMDAL:

1. Usulan proyek
2. Penyajian informasi lingkungan
3. Menyusun kerangka acuan
4. Pemrakarsa ANDAL membuat ANDAL
5. Membuat RKL dan RPL
6. Implementasi pembangunan proyek dan aktivitas pengelolaan lingkungan

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji, (2005), *Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Any Noor, (2009), *Manajemen Event*, Alfabeta, Bandung.
- Baroto T, (2002), *Perencanaan dan Pengendalian Produksi*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Benhard, Limbong, (2010), *Pengusaha Koperasi*, Margaretha Pustaka, Jakarta.
- Boone, Louise E. dan David L. Kurtz, (2002), *Pengantar Bisnis*, Edisi 1, Terjemahan Fadriyah Anwar, Emil Salim, Kusnedi, Erlangga, Jilid 2, Jakarta.
- Darsono dan Ashari, (2004), *Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan*, ANDI, Yogyakarta.
- Edris, Mochamad dan Panca Winahyuningsih, (2012), *Bisnis Pengantar*, Kudus.
- Fraser, L.M dan Ormiston, A (2008), *Memahami Laporan Keuangan Edisi Ketujuh*, PT. Macanan Jaya Cemerlang, Indonesia.
- Harahap, Sofyan Safri, (2003), *Teori Akuntansi*, Edisi Kelima, PT. Rasmindo, Jakarta.
- Husein, Umar, (1999), *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Husein, Umar, (2001), *Metode Penelitian dan Aplikasi dalam Pemasaran*, Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.
- Husein, Umar, (2003), *Studi Kelayakan Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Husnan, Suad. Dan Suwarsono, M. (2000), *Studi Kelayakan Proyek*, Edisi Keempat, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Kasmir, Jakfar, (2009), *Studi Kelayakan Bisnis*, Ed ke-2, Prenada Media Group, Jakarta.
- Kasmir, Jakfar, (2012), *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi Revisi, Kencana, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016), *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Prentice Hall, Inc., New Jersey.
- Lukman Syamsudin, (2002), *Manajemen Keuangan Perusahaan*, Edisi Baru, Cetakan Ketujuh, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

- Nurmalina R, Sarianti T, Karyadi A. (2009), *Studi Kelayakan Bisnis*, Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Sugiyono, (2009), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Suratman, (2001), *Studi Kelayakan Proyek Teknik dan Prosedur Penyusunan Laporan*, J&J Learning, Yogyakarta.
- Sutojo, Siswanto. (2000), *Strategi Manajemen Kredit Bank Umum*, PT. Damar Mulia Pustaka, Jakarta.
- Umar, Husein, (2011), *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, PT Gramedia Pustaka, Jakarta.

GLOSARIUM

- AMDAL:** Analisis Mengenai Dampak Lingkungan, adalah suatu kegiatan dalam penyusunan dokumen tentang analisis dampak lingkungan.
- Amortisasi:** adalah proses yang diterapkan kepada bangunan yang belum selesai, sewa guna usaha modal, dan biaya kadaluarsa aktiva tidak berwujud.
- Arbitrase:** praktik untuk memperoleh keuntungan dari perbedaan harga yang terjadi di antara dua pasar keuangan. Merupakan kombinasi penyesuaian transaksi atas dua pasar keuangan di mana keuntungan yang diperoleh adalah berasal dari selisih antara harga pasar yang satu dengan yang lainnya.
- Average Total Cost:** biaya rata-rata, sama dengan total biaya (TC) dibagi dengan jumlah unit barang yang diproduksi (output Q).
- Benefit and Cost Ratio:** merupakan rasio dari jumlah nilai penerimaan sekarang secara bersih, dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi.
- Break-Even Point (BEP):** suatu titik atau keadaan dimana penjualan dan pengeluaran mempunyai nilai yang sama, atau suatu kondisi dimana penjualan perusahaan mampu menutupi pengeluaran bisnisnya.
- Capital Budgeting:** penganggaran modal, adalah proses menyeluruh menganalisa proyek-proyek, dan menentukan mana saja yang dimasukkan dalam anggaran modal.
- Cash Flow:** arus kas, adalah suatu laporan keuangan yang berisi pengaruh kas dari kegiatan operasi, kegiatan transaksi investasi, dan kegiatan transaksi pembiayaan serta kenaikan/penurunan bersih dalam kas suatu perusahaan selama satu periode.
- Cost of Debt:** adalah biaya utang, merupakan biaya yang ditanggung karena menggunakan sumber dana yang berasal dari pinjaman.
- Demografi:** ilmu kependudukan, adalah ilmu yang memepelajari dinamika kependudukan manusia. Yang meliputi: ukuran, struktur, dan distribusi penduduk, serta bagaimana

jumlah penduduk berubah setiap waktu akibat kelahiran, kematian, migrasi, serta penuaan.

Depresiasi: dikenal sebagai penghapusan, merupakan salah satu komponen biaya tetap yang timbul karena digunakannya aktiva tetap.

Devisa: sejumlah emas atau valuta asing, yang biasa digunakan untuk transaksi pembayaran dengan luar negeri yang diterima dan diakui luas oleh dunia internasional.

EOQ (Economic Order Quantity): kuantitas pesanan ekonomis, adalah jumlah pesanan yang meminimalkan total biaya penahanan dan biaya pemesanan.

Expense: beban, adalah pengurang dari pendapatan yang akan menghasilkan laba bersih sebelum pajak pada laporan laba/rugi.

Financial Investment: investasi finansial, merupakan investasi dalam bentuk suatu kontrak kerja, pembelian saham atau obligasi maupun surat berharga lainnya, seperti: sertifikat deposito.

Firma: adalah sebuah bentuk persekutuan untuk menjalankan usaha antara dua orang atau lebih dengan memakai nama bersama. Pemilik firma terdiri dari beberapa orang yang bersekutu dan masing-masing anggota persekutuan menyerahkan kekayaan pribadi sesuai yang tercantum dalam akta pendirian perusahaan.

Flotation Cost: biaya yang timbul akibat penerbitan saham baru, (misalnya: biaya underwritings dan saham undervalue) hanya digunakan kalau perusahaan menerbitkan saham baru. Jika perusahaan tidak menerbitkan saham baru, maka flotation cost-nya nol.

Initial Cash Flow: arus kas awal adalah arus kas keluar dalam rangka untuk keperluan tetap dan penentuan besarnya modal kerja. Umumnya, aliran kas ini diberi notasi negatif, artinya kas yang dikeluarkan.

Initial Investment: dana investasi awal,

Internal Rate of Return: merupakan alat yang dapat mengukur tingkat pengembalian hasil intern. Jika IRR lebih besar dari bunga pinjaman, maka diterima. Jika IRR lebih kecil dari bunga pinjaman, maka ditolak.

Investasi: penanaman modal yang dimiliki pengusaha/investor. Dengan harapan modal yang ditanamkan bisa

bertambah seiring dengan berkembangnya bisnis yang diinvestasikan.

Layout: denah lantai pabrik yang mengatur peralatan sesuai fungsinya.

Load Distance: metode penentuan lokasi usaha, dengan mempertimbangkan beban pekerja (load), serta jarak (distance).

Lump Sum: pembayaran yang dilakukan sekaligus dalam satu waktu.

Marginal Cost: biaya tambahan yang dikeluarkan karena bertambahnya satu unit yang diproduksi.

Marketing Mix: adalah sekumpulan variabel pemasaran yang dapat dikendalikan, yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam target pemasaran.

Market Share: pangsa pasar, adalah persentase total penjualan suatu perusahaan dari seluruh sumber dengan total penjualan produk (barang dan jasa), dalam suatu industri tertentu.

Net Present Value: adalah nilai bersih sekarang, merupakan perbandingan antara PV kas bersih dengan PV investasi selama jenjang umur investasinya. Selisih antara nilai kedua PV ini yang disebut dengan NPV. Jika $NPV > 0$, maka usulan usaha/proyek diterima. Jika $NPV < 0$, maka usulan usaha/proyek ditolak. Jika $NPV=0$, nilai perusahaan tetap walau usulan diterima ataupun ditolak.

Operating Core: strategi organisasi, dimana para pegawai yang melakukan pekerjaan dasar, dan hubungannya dengan produksi barang dan jasa.

Operational Cash Flow: arus kas operasional, berasal dari operasi perusahaan (kegiatan utama perusahaan). Meliputi aliran kas masuk dan aliran kas keluar. Aliran kas masuk berasal dari penjualan (pendapatan), sedangkan aliran kas keluar adalah kas yang dikeluarkan untuk membayar operasional perusahaan.

Payback Period: merupakan teknik penilaian terhadap periode pengembalian investasi suatu usaha. Perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan kas bersih yang diperoleh setiap tahun.

Pemasaran: proses meneliti, mempromosikan, menjual dan mendistribusikan produk atau layanan

- Positioning:** keadaan yang membedakan dari pesaingnya. Perusahaan menetapkan posisi unik di benak pelanggannya dengan cara menarik perhatian dua/tiga atribut produk.
- Procurement:** pengadaan adalah proses menemukan dan menyetujui persyaratan, dan memperoleh barang, layanan, atau bekerja dari sumber eksternal, melalui proses penawaran tender/kompetitif. Pengadaan digunakan untuk memastikan pembeli menerima barang, jasa, atau pekerjaan dengan harga terbaik ketika aspek-aspek seperti kualitas, kuantitas, waktu, dan lokasi dibandingkan.
- Perseroan Terbatas:** adalah suatu badan hukum untuk menjalankan usaha yang memiliki modal terdiri dari saham-saham, yang pemiliknya memiliki bagian sebanyak saham yang dimilikinya. Karena modalnya terdiri dari saham-saham yang dapat diperjualbelikan, perubahan kepemilikan perusahaan bisa dilakukan tanpa perlu membubarkan perusahaan.
- Pull Strategy:** strategi pemasaran, dimana perusahaan menggunakan iklan, promosi atau sarana lain untuk membujuk pelanggan untuk membeli.
- Push Strategy:** strategi pemasaran, dengan menggunakan sales dari perusahaan ataupun perantara untuk membawa, mempromosikan, dan menjual produk kepada pelanggan akhir.
- Real Investment:** investasi nyata, merupakan investasi yang dibuat dalam harta tetap, seperti: tanah, bangunan, peralatan atau mesin-mesin.
- Revenue:** pendapatan yang dimiliki suatu aktivitas bisnis normal, biasanya dari penjualan barang dan jasa kepada pelanggan. Penghasilan ini disebut penjualan/omset.
- Segmentation:** pembagian kelompok pembeli yang mempunyai perbedaan karakteristik, kebutuhan, maupun perilaku, di dalam pasar tertentu
- Strategic Apex:** strategi dalam organisasi, dimana manajer tingkat puncak yang memiliki tanggung jawab keseluruhan dalam organisasi.
- Targetting:** sebuah upaya perusahaan untuk fokus dan konsentrasi dalam melayani salah satu segmen pasar/konsumen tertentu.

- Terminal Cash Flow:** Aliran kas akhir merupakan aliran kas pada akhir umur ekonomis suatu proyek. Arus kas ini berasal dari modal kerja dan penjualan aktiva tetap yang telah habis umur ekonomisnya.
- Total Fixed Cost:** adalah keseluruhan biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk membeli semua keperluan baik barang dan jasa yang akan digunakan dalam proses produksi demi menghasilkan/produksi suatu barang.
- Total Variable Cost:** biaya variable, adalah biaya yang berubah sebagai jumlah barang atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perubahan bisnis. Biaya variabel adalah jumlah biaya marjinal dari semua unit yang diproduksi.
- Work Force Analysis:** adalah analisis tenaga kerja. Menghitung tenaga kerja yang dibutuhkan berdasarkan beban kerja produksi sehingga diperoleh jumlah tenaga kerja yang sesuai untuk menyelesaikan beban produksi yang ditetapkan.
- Working Capital:** kebutuhan dana untuk modal kerja dapat diartikan sebagai modal kerja bruto atau modal kerja netto. Modal kerja bruto yang disebut juga modal kerja awal keseluruhan, menunjukkan semua investasi yang diperlukan untuk aktiva lancar yang terdiri dari: kas, surat-surat berharga, piutang, persediaan, dan lainnya. Modal kerja netto merupakan dana yang dibutuhkan setelah proyek selesai dibangun, digunakan untuk membiayai kegiatan operasi.

INDEKS

A

Advertising 22
 Amdal 16,17,79,81-88
 Amortisasi 63,69,70,73,74
 Arbitrase 65
 Average Total Cost 44

B

Benefit and Cost Ratio 76
 Break Event Point 40,74,100
 101
 Bruto 57,66

C

Capital Budgeting 62
 Cash Flow 71-74
 Cost of Debt 68

D

Demografi 60,61
 Depresiasi 63,69,70,73
 Devisa 2,58

E

EOQ 43
 Expense 69

F

Financial Investment 4
 Firma 31,53
 Flotation Cost 68

G

Go Public 67

I

Inflasi 57
 Initial Cash Flow 71,72
 Initial Investment 63,72
 Internal Rate of Return 74,76
 Investasi 1,3-7,9,17,57,60-63
 69,74

Investor 7

K

Kreditor 7
 Kuesioner 24-26

L

Layout 42,43
 Load Distance 40

Lump Sum 65

M

Manufacturing 42,43
 Marginal Cost 40
 Marketing Mix 18,20
 Market Share 23,24

N

Net Present Value 74,75
 Neto 66

O

Operating Core 53
 Operational Cash Flow 72,73

P

Payback Period 74,75
 Pemasaran 15,16,18
 Placement 23
 Positioning 18,20
 Perseroan Terbatas 32,53
 Pull Strategy 23
 Push Strategy 23

R

Real Investment 4
 Responden 24-26
 Revenue 40,69
 Procurement 51

S

Segmentation 18
 Statagic Apex 53
 Survei 13,65

T

Targetting 18,19
 Technostructure 53
 Terminal Cash Flow 71,73
 Total Fixed Cost 44
 Total Variable Cost 44

W

Work Force Analysis 50
 Working Capital 65

TENTANG PENULIS



Dr. Dwi Wahyu Artiningsih, SE., MM.

Lahir di Nganjuk, 19 Mei 1965

Beliau memulai karir sebagai dosen pada Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin.

Jabatan beliau sekarang adalah Lektor Kepala.