

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis**

Studi Kelayakan Bisnis merupakan suatu penelitian yang mendalam dari gagasan bisnis yang akan diimplementasikan dengan menilai layak atau tidaknya suatu usulan gagasan usaha atau proyek untuk dilaksanakan atau tidak.

Analisis studi kelayakan akan menghasilkan banyak informasi penting yang dapat digunakan oleh pemilik usaha untuk melakukan sebuah rencana bisnis baik untuk melakukan strategi bisnis maupun pengembangan bisnis kedepannya.

#### **2.2. Pengertian Perdagangan**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia nomor 7 Tahun 2014, yang dimaksud dengan perdagangan adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi Barang dan/atau Jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas Barang dan/atau Jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi.

Sedangkan pengertian Barang dalam Undang-Undang yang sama adalah setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, dan dapat diperdagangkan, dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen atau Pelaku Usaha.

Jenis-jenis perdagangan yang diatur oleh Undang-Undang diantaranya adalah:

a. **Perdagangan Dalam Negeri**

Perdagangan Dalam Negeri adalah Perdagangan Barang dan/atau Jasa dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia yang tidak termasuk Perdagangan Luar Negeri.

b. **Perdagangan Luar Negeri**

Perdagangan Luar Negeri adalah Perdagangan yang mencakup kegiatan Ekspor dan/atau Impor atas Barang dan/atau Perdagangan Jasa yang melampaui batas wilayah negara.

c. **Perdagangan melalui Sistem Elektronik**

Perdagangan melalui Sistem Elektronik adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.

### **2.3. Pengertian Produk**

Produk adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:266) produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang-barang yang berwujud (tangible). Menurut Sudaryono (2016: 207) produk merupakan sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.

### **2.4 Aspek Pemasaran**

Pengertian Pemasaran menurut ahli, Pemasaran merupakan hal yang sangat penting pada perusahaan dalam menjalankan bisnis agar memperoleh suatu kelangsungan hidup sebuah perusahaan, sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan. Menurut Kotler (Kharisma,2016) pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dari pihak lain. Pemasaran bukanlah semata-mata kegiatan menjual produk dan jasa, namun di dalam pemasaran harus ada kerjasama yang baik antar bagian agar tercapai pemasaran yang efektif.

Menurut Philip Kotler (2000:9) mengidentifikasi pemasaran sebagai suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Sedangkan menurut William J. Stanton dan Charles Futrell (2013:11) pemasaran adalah salah satu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi. Berdasarkan definisi-definisi yang telah dijelaskan oleh para ahli, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran adalah salah satu kegiatan usaha untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan

mendistribusikan barang atau jasa agar mencapai tujuan organisasi dan dapat diterima serta disenangi oleh konsumen.

#### **2.4.1. Pasar dan Pemasaran**

Pasar adalah lembaga ekonomi tempat bertemunya pembeli dan penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk melakukan transaksi Perdagangan. Sedangkan Pemasaran atau yang dapat disebut dengan Promosi Dagang, adalah sebuah kegiatan mempertunjukkan, memperagakan, memperkenalkan dan/atau menyebarluaskan informasi hasil produksi Barang dan/atau Jasa untuk menarik minat beli konsumen, baik di dalam negeri maupun di luar negeri, dalam jangka waktu tertentu untuk meningkatkan penjualan, memperluas pasar, dan mencari hubungan dagang.

#### **2.4.2. Permintaan dan Penawaran**

Menurut Drs.Lincoln Arsyad,M.Sc. dalam bukunya Ekonomi Manajerial, Ekonomi Mikro Terapan untuk Manajemen Bisnis, pengertian Permintaan menunjukkan jumlah barang dan jasa yang akan dibeli konsumen pada periode waktu dan keadaan tertentu.

#### **2.4.3. Persaingan**

Menurut Basu Swasta, Ibnu Sujojto. W (2015: 22) Persaingan usaha (bisnis) adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis. Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.

Menurut B.N Maribun, *Kamus Manajemen* (2003:276) sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha-usaha dari 2 pihak/lebih perusahaan yang masing-masing bergiat “memperoleh pesanan” dengan menawarkan harga/syarat yang paling menguntungkan. Persaingan ini dapat terdiri dari beberapa bentuk potongan harga iklan/promosi, variasi dan kualitas, kemasan, desain, dan segmentasi pasar. Persaingan usaha juga dapat ditemui dalam UU No.5 tahun 1999 tentang larangan praktek Monopoli dan persaingan tidak sehat. Secara umum, persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen

berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula.

#### **2.4.4. Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix – 7P)**

Strategi atau rencana pemasaran diperlukan untuk dapat menjalankan aktifitas pemasaran yang lebih baik dalam mencapai tujuan perusahaan. Program atau rencana pemasaran tersebut terdiri dari beberapa alat pemasaran yang dikenal dengan istilah bauran pemasaran (*marketing mix*).

Menurut Charles, dkk (2001) bauran pemasaran adalah paduan strategi produk, distribusi, promosi dan penentuan harga yang bersifat unik yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling memuaskan dengan pasar yang dituju. Menurut Kotler dan Keller (2008 : 4) bauran pemasaran memiliki empat variabel yang dikenal dengan 4P (*product, price, place and promotion*), sedangkan untuk pemasaran jasa menurut Nirwana (Ryan dan Edwin, 2013) terdapat tiga variabel tambahan (*physical evidence, people and process*) sehingga menjadi 7P yaitu:

##### 1) *Product* (Produk)

*A product is a thing that can be offered to a market to satisfy want or need .* Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan konsumen. Produk dapat berupa subkategori yang menjelaskan dua jenis seperti barang dan jasa yang ditujukan kepada target pasar.

##### 2) *Price* (Harga)

*Price is the amount of money charged for a product or service* harga adalah sejumlah uang yang mempunyai nilai tukar untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga merupakan bauran pemasaran yang bersifat fleksibel dimana suatu harga akan stabil dalam jangka waktu tertentu tetapi dalam seketika harga dapat meningkat atau menurun yang terdapat pada pendapatan dari hasil penjualan.

##### 3) *Place* (Tempat)

*The various the company undertakes to make the product accessible and available to target customer .* Tempat merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia pada konsumen

sasaran. Tempat memiliki peranan yang sangat penting dalam membantu perusahaan guna memastikan produknya. Hal ini dikarenakan tujuan dari tempat adalah menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat.

#### 4) *Promotion* (Promosi)

*Promotion includes all the activities the company under take stocommunicate and promote is product the target market .* Promosi adalah semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan produknya kepada pasar sasaran. Promosi dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi yang ada sebagai cara untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa.

#### 5) *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Bukti fisik merupakan wujud nyata yang ditawarkan kepada pelanggan ataupun calon pelanggan.

#### 6) *People* (Orang)

Proses seleksi, pelatihan dan pemotivasian karyawan yang nantinya dapat digunakan sebagai perbedaan perusahaan dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

#### 7) *Process* (Proses)

Semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas dengan mana jasa disampaikan yang merupakan sistem penyajian atas operasi jasa.

## **2.5. Aspek Operasional dan Teknologi**

Aspek teknis merupakan kelanjutan dari aspek pemasaran. Peristiwa ini terjadi ketika ide proyek bisnis yang direncanakan menunjukkan peluang dalam pemasaran. Penilaian kelayakan dalam hal ini sangat penting dilakukan sebelum usaha. Menentukan kelayakan teknis usaha menyangkut masalah teknis atau operasional. Jika tidak tepat, akan berakibat fatal. Untuk masa depan bisnis, suatu produk dapat dikatakan layak secara teknis jika dapat diterima dan dapat dengan mudah diproduksi secara massal. Kelayakan teknis Penilaian berfokus pada kelayakan teknis dan teknologi yang digunakan, artinya penilaian memeriksa apakah teknologi yang digunakan dapat bekerja sesuai dengan desain dan penggunaannya.

Menurut Umar, Husein. (2003:14) Teknologi buat menghasilkan barang juga jasa sudah & terus berkembang sinkron menggunakan kemajuan zaman. Kemajuan teknologi hendaknya berdampak tinggi pada proses produksi sekaligus membentuk produktivitas yang tinggi juga. Tetapi selain masih ada laba-laba terdapat juga kelemahan-kelemahan pada hal perkembangan teknologi ini contohnya perkembangan teknologi belum tentu cocok menggunakan lingkungan internal perusahaan ataupun lingkungan ekstern. Pemilihan teknologi proses produksi berarti menentukan proses penghasilan produk atau pelayanan. termasuk jenis teknologi dan segala sesuatu yang berkaitan dengannya selesainya keputusan pemilihan dijatuhkan tindakan selanjutnya merupakan memilih denah- denah jenis alat-alat fasilitas penunjang dan desain engineering yang diperlukan.

### **2.5.1. Seleksi Produk**

Menurut Tjiptono (2008), Ia mengungkapkan bahwa pengembangan produk merupakan sebuah strategi untuk produk baru, seperti produk yang disempurnakan, produk orisinil, produk modifikasi, dan juga brand baru yang dikembangkan dengan cara riset dan juga pengembangan.

Menurut Amstrong dan Kotler (2008), pengembangan produk adalah strategi untuk menumbuhkan perusahaan dengan cara menawarkan modifikasi produk atau produk baru ke target pasar yang sudah ditentukan. Pengembangan produk tersebut dilakukan terhadap produk fisik dan memastikan bahwa ide produk yang sudah ada dapat diubah menjadi sebuah produk baru yang lebih efektif.

Menurut Alma (2002), pengembangan produk merupakan kegiatan yang dilaksanakan oleh produsen dalam mengembangkan produk mereka, memperbaiki produk yang lama, menambahkan kegunaan produk lama, dan mengurangi biaya produksi serta biaya kemasan.

### **2.5.2. Pemilihan Alat Kerja dan Teknologi**

Teknologi buat menghasilkan barang juga jasa sudah & terus berkembang sinkron menggunakan kemajuan zaman. Kemajuan teknologi hendaknya berdampak tinggi pada proses produksi sekaligus membentuk produktivitas yang tinggi juga. Tetapi selain masih ada laba-laba terdapat juga kelemahan-kelemahan pada hal perkembangan teknologi ini contohnya perkembangan teknologi belum tentu cocok menggunakan lingkungan internal perusahaan ataupun lingkungan ekstern. Pemilihan teknologi proses produksi berarti menentukan proses

penghasilan produk atau pelayanan. termasuk jenis teknologi dan segala sesuatu yang berkaitan dengannya selesainya keputusan pemilihan dijumpai tindakan selanjutnya merupakan memilih denah- denah jenis alat-alat fasilitas penunjang dan desain engineering yang diperlukan. Pada dasarnya dikenal 2 jenis teknologi proses produksi yaitu :

1. Proses kontinu. Proses ini biasanya dimaksudkan untuk membuat volume hasil yang besar lantaran sifat operasinya berulang-ulang maka bisa dicapai optimis dan efisiensi yang tinggi pada penggunaan asal daya baik peralatan juga energi kerja. Contoh dalam perusahaan manufaktur yang membuat keperluan sehari-hari misalnya pesawat televisi, mesin cuci dan lain-lain industri industri misalnya kilang, minyak pupuk pula menerapkan proses kontinu.
2. Menurut Soeharto, Imam. (2001:89) Proses *intermitten* atau *batch*. Proses dipakai apa jika pabrik menangani beragam proses yg berbeda. Misalnya satu set rangkaian alat-alat eksklusif disusun buat memproses satu agregat atau produk eksklusif, lalu tidak boleh & pada pulang buat memproses jenis produk lain yang berbeda. peralatannya terdiri berdasarkan mesin-mesin yg berfungsi multipurpose sebagai akibatnya lebih fleksibel, yaitu bisa memenuhi lebih berdasarkan satu variasi produk.

### **2.5.3. Distribusi Barang**

Distribusi merupakan kegiatan menyalurkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dari produsen ke konsumen sehingga produk tersebut tersebar luas. Ada juga yang menyebutkan arti distribusi ialah suatu kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memudahkan proses penyampaian produk dari produsen kepada konsumen. Dengan kata lain, pengertian distribusi ialah penghubung antara aktivitas produksi dan konsumsi. Keputusan mengenai saluran distribusi dalam pemasaran adalah merupakan salah satu keputusan yang paling kritis yang dihadapi manajemen. Saluran yang dipilih akan mempengaruhi seluruh keputusan pemasaran yang lainnya. Dalam rangka untuk menyalurkan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen maka perusahaan harus benar-benar memilih atau menyeleksi saluran distribusi yang akan digunakan, sebab kesalahan dalam pemilihan saluran distribusi ini dapat menghambat bahkan dapat memacetkan usaha menyalurkan barang atau jasa tersebut. Menurut Soekartawi, pengertian distribusi ialah aktivitas menyalurkan atau mengirimkan barang dan jasa supaya sampai konsumen akhir.

Menurut Hall (2001:89) Pendistribusian atau distribusi adalah kegiatan untuk mengirimkan produk ke pelanggan setelah penjualan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa prosedur pendistribusian adalah suatu tahapan atau rangkaian aktivitas yang dilakukan secara berulang yang berhubungan dengan pemasaran produk. Mulai dari produk masih berada pada entitas yang memproduksi hingga produk tersebut dipasarkan. Dengan adanya prosedur dalam pendistribusian tersebut maka proses pemasaran akan berjalan dengan efektif dan tujuan dari perusahaan tercapai.

Menurut Subagyo, Nur, & Indra (2018) Distribusi merupakan pergerakan atau perpindahan barang atau jasa dari sumber sampai ke konsumen akhir, konsumen atau pengguna, melalui saluran distribusi (*distribution channel*), dan gerakan pembayaran dalam arah yang berlawanan, sampai ke produsen asli atau pemasok. Menurut Arif (2018) Distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaanya sesuai dengan yang diperlukan.

#### **2.5.4. Lokasi Kerja**

Alex S. Nitisemito (2000:183) mendefinisikan lingkungan kerja sebagai berikut : “Lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang ada disekitar para pekerja yang dapat mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas-tugas yang diembankan”. Menurut Sedarmayati (2009:21) definisi lingkungan kerja adalah sebagai berikut : “Lingkungan kerja adalah keseluruhan alat perkakas dan bahan yang dihadapi, lingkungan sekitarnya di mana seseorang bekerja, metode kerjanya, serta pengaturan kerjanya baik sebagai perseorangan maupun sebagai kelompok”.

#### **2.5.5 Proses Kerja**

Menurut para ahli seperti Robbins & Coulter (2004:6), menjelaskan proses kerja ialah proses sebagai pengkoordinasian kegiatan-kegiatan pekerjaan sehingga pekerjaan tersebut terselesaikan secara efisien dan efektif melalui orang lain. Kemudian definisi lain diungkapkan bahwa manajemen sebagai “seni untuk menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain”. Definisi ini, dikemukakan oleh Follet dalam Handoko (2012:3), mengandung arti bahwa para manajer

mencapai tujuan-tujuan organisasi melalui pengaturan orang-orang lain untuk melaksanakan berbagai pekerjaan yang diperlukan atau dengan kata lain tidak melakukan pekerjaan-pekerjaan itu sendiri. Menurut Stephen P. dan Mary Coulter (2004:6) proses kerja adalah proses pengkoordinasian kegiatan-kegiatan pekerjaan sehingga pekerjaan tersebut terselesaikan secara efisien dan efektif dengan melalui orang lain. Hasibuan (2011:9) mendefinisikan proses kerja adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

### **2.5.6 Kapasitas Perdagangan**

Perdagangan merupakan proses tukar menukar barang dan jasa dari suatu wilayah dengan wilayah lain. Kegiatan sosial ini muncul karena adanya perbedaan kebutuhan dan sumber daya yang dimiliki. (Bambang Utoyo, 2009:78).Perdagangan adalah kegiatan ekonomi yang mengaitkan antara para produsen dan konsumen. Sebagai kegiatan distribusi, perdagangan menjamin peredaran, penyebaran, dan penyediaan barang melalui mekanisme pasar". (Marwati 'Djoened, 2002)"perdagangan ialah salah satu jenis kegiatan perusahaan dikarenakan menggunakan sumber daya/faktor-faktor produksi dalam rangka untuk meningkatkan atau menyediakan pelayanan umum"- (Bambang Prishardoyo & Shodiqin, 2008) Berdasarkan pengertian tersebut, dapat kita artikan bahwa perdagangan merupakan suatu aktivitas atau kegiatan jual dan beli antara produsen dan konsumen yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan serta dapat memenuhi kebutuhan bersama.

### **2.6. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)**

Menurut pendapat Mangkunegara, sumber daya manusia (SDM) merupakan suatu perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, pelaksanaan dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, pemberian balas jasa, pengintegrasian, pemeliharaan dan pemisahan tenaga kerja dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Menurut pendapat dari Sofyandi, sebagai suatu strategi dalam menerapkan fungsi-fungsi manajemen yaitu planning, organizing, leading and controlling, dalam setiap aktivitas atau fungsi operasional sumber daya manusia mulai dari proses penarikan, seleksi, pelatihan dan pengembangan, penempatan yang meliputi promosi, demosi dan transfer, penilaian kinerja, pemberian kompensasi, hubungan industrial, hingga pemutusan hubungan kerja, yang ditujukan

bagi peningkatan kontribusi produktif dari sumber daya manusia organisasi terhadap pencapaian tujuan organisasi secara lebih efektif dan efisien. Menurut pendapat dari Sonny Sumarsono, sumber daya manusia (SDM) merupakan jasa atau usaha kerja yang bisa diberikan dalam proses produksi. Dalam hal lain, SDM menggambarkan kualitas usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam waktu tertentu untuk menghasilkan suatu barang dan jasa. Pengertian kedua, SDM berkaitan dengan manusia yang bisa bekerja untuk memberikan jasa atau usaha kerja. Mampu bekerja bisa diartikan mampu melakukan segala kegiatan yang memiliki kegiatan ekonomis.

### **2.6.1. Sumber Daya Manusia (SDM)**

Menurut pendapat dari Hasibuan (2002:10), sumber daya manusia (SDM) merupakan ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat. Menurut Mutiara S Panggabean, sumber daya manusia (SDM) merupakan suatu proses yang terdiri dari pengelolaan, perencanaan, kepemimpinan dan pengendalian aktivitas yang berkaitan dengan analisis pekerjaan, pengadaan, evaluasi pekerjaan, pengembangan, promosi, kompensasi dan pemutusan hubungan kerja dalam rangka memperoleh tujuan yang ditentukan. Dalam "The Human Resources Glosarium," dari The Balance Careers menyebutkan, William R Tracey mendefinisikan Sumber Daya Manusia sebagai: Orang-orang yang menjadi staf dan mengoperasikan sebuah organisasi atau perusahaan. Menurut Moses N Kiggundu, sumber daya manusia (SDM) merupakan pengembangan dan pemanfaatan pegawai dalam rangka tercapainya tujuan dan sasaran individu, organisasi, masyarakat, bangsa dan internasional yang efektif.

### **2.6.2. Analisa Jabatan**

Unsur utama dalam setiap program manajemen kepegawaian adalah analisa jabatan. Proses analisa jabatan menghasilkan dua dokumen penting, yaitu uraian jabatan dan persyaratan jabatan. Uraian jabatan mengikhtisarkan kewajiban-kewajiban, tanggungjawab, kondisi kerja, dan kegiatan-kegiatan dari suatu jabatan tertentu. Persyaratan jabatan mengikhtisarkan syarat-syarat pegawai seperti tingkat pendidikan, pengalaman yang ada hubungannya dengan jabatan, pengetahuan, keterampilan-keterampilan, atau kemampuan yang diperlukan untuk melakukan suatu jabatan tertentu. (Moekijat, 1998:35) Analisa jabatan akan dimulai dengan proses pengumpulan data-data dari internal organisasi. Data-data yang biasanya digunakan adalah

dokumen visi misi perusahaan, dokumen peraturan perusahaan atau perjanjian kerja bersama, dokumen prosedur operasi yang sudah distandardisasikan, dan dokumen lain yang dapat memberikan histori jabatan yang akan dianalisa. Selanjutnya analisis jabatan (sebutan untuk orang yang melakukan Analisis jabatan) akan mempelajari dokumen tersebut dan menggali informasi mengenai suatu jabatan. (Munthe,2002:13).

Analisa Jabatan adalah proses sistematis dari pada penentuan keterampilan, kewajiban, dan pengetahuan yang diperlukan untuk menyelesaikan jabatan-jabatan dalam suatu organisasi. Analisis jabatan merupakan suatu teknik sumber daya manusia yang penting dan luas sekali. Tujuan analisis jabatan adalah mendapatkan jawaban atas empat pertanyaan penting:

- 1) Tugas-tugas apakah yang dilakukan oleh karyawan?
- 2) Bilamana jabatan itu diselesaikan?
- 3) Dimana jabatan itu akan diselesaikan?
- 4) Bagaimana karyawan menyelesaikan jabatan ?

### **2.6.3. Pengadaan Tenaga Kerja**

Pengadaan merupakan suatu proses yang terdiri atas analisis pekerjaan, perencanaan tenaga kerja, penarikan dan seleksi (Mutiara Sibarangi Pangabean, 2018:32). Analisis Pekerjaan Kasmir (2016:26) analisis pekerjaan adalah proses menganalisis kenutuhan suatu pekerjaan dengan cara mengumpulkan dan mengevaluasi informasi tentang uraian pekerjaan, persyaratan suatu pekerjaan dan standar pencapaian. Menurut Mutiara Sibarangi Pangabean (2018:33) analisis pekerjaan merupakan sebuah proses penyelidikan yang sistematis untuk memperoleh informasi mengenai pekerjaan (job) dan pekerjaan (job-holder). Sedangkan menurut Sjafrri Mangkuprawira (2014:41) analisis pekerjaan merupakan kegiatan pengumpulan atas tentang pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan dan kemudian dianalisis untuk berbagai keperluan.

Jhon R Schermerhorn (2003:39) mendefinisikan bahwa analisis pekerjaan merupakan pembelajaran tentang apa yang dilakukan, kapan, dimana, bagaimana, mengapa dan oleh siapa dalam pekerjaan yang ada atau pekerjaan yang baru potensial. Dari teori yang telah disampaikan diatas, dapat disimpulkan bahwa analisis pekerjaan merupakan kegiatan pengumpulan data mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan yang dilakukan perusahaan (apa yang dilakukan, kapan, dimana, bagaimana, mengapa dan oleh siapa) dan kualitas dari pekerja yang akan melaksanakan pekerjaan tersebut (job-holder) yang kemudian dimanfaatkan untuk berbagai

kepetingan. Dari pengertian diatas dapat diketahui bahwa informasi yang diperoleh dari proses analisis pekerjaan dapat dimanfaatkan untuk pembuatan job description, penentuan persyaratan yang harus dipenuhi oleh pekerja untuk melaksanakan pekerjaan tersebut serta penentu tingkat upah suatu pekerjaan. Dimana *job description* merupakan suatu yang meringkas tujuan, tugas dan tanggung jawab dari suatu pekerjaan (Ricky W Griffin, Ronald J Ebert, 1997:40). Hasil analisis pekerjaan merupakan dasar untuk melakukan perencanaan tenaga kerja.

#### **2.6.4. Pengembangan Karyawan**

Setiap tenaga kerja merupakan aset bagi perusahaan, sehingga perusahaan akan selalu meningkatkan atau mengembangkan kualitas dari karyawannya. Pelatihan dan Pengembangan atau peningkatan kualitas ini dapat dilakukan dengan melakukan pelatihan atau pendidikan. Pelatihan merupakan sebuah proses mengajarkan pengetahuan dan keahlian tertentu serta sikap agar karyawan makin terampil dan mampu melaksanakan tanggung jawabnya dengan semakin baik sesuai standar (Sjafri Mangkuprawira, 2014:134). Menurut Kasmir (2016:126) pelatihan merupakan proses untuk membentuk dan membekali karyawan dengan menambah keahlian, kemampuan, pengetahuan dan periakunya.

Dalam undang-undang No 13 tahun 2003 tentang ketenaga kerjaan, disebutkan bahwa pelatihan adalah keseluruhan kegiatan untuk memberi, memperoleh, meningkatkan, serta mengembangkan kompetensi kerja, produktifitas, disiplin, sikap dan etos kerja pada tingkat keterampilan dan keahlian tertentu sesuai dengan jenjang dan kualifikasi jabatan atau pekerjaan.

Sehingga diketahui bahwa pelatihan merupakan serangkaian aktifitas yang dilakukan untuk memberikan bekal atau meningkatkan kemampuan karyawan agar dapat bekerja sama dengan komponen perusahaan yang lain dan melaksanakan tugas dan tanggung jawab sesuai dengan jenjang dan kualifikasi jabatan pekerjaan dengan baik. Agar pelatihan dan pendidikan dapat berjalan dengan lancar dan baik maka terlebih dahulu ditetapkan tujuan dari pelaksanaan pelatihan dan pendidikan tersebut. Setelah tujuan ditentukan maka perusahaan dengan segera dapat melakukan kegiatan pelatihan maupun pendidikan. Mutiara Spangabea (2018:90) menyebutkan bahwa pelatihan dapat berlangsung baik dengan memperhatikan beberapa hal yaitu, peserta, pelatih dan metode yang digunakan.

### **2.6.5. Kompensasi**

Perencanaan dan pelaksanaan sistem kompensasi yang tepat dapat membantu perusahaan dalam menarik orang-orang yang berkualitas serta mempertahankan mereka untuk tetap berada dalam perusahaan. Kerenanya, menyediakan kompensasi yang tepat untuk waktu dan bakat yang dimiliki pekerja merupakan bagian yang penting dalam manajemen sumber daya manusia. Mutiara S Pangabean (2018:75) menyebutkan bahwa kompensasi yang acapkali juga disebut dengan penghargaan dapat didefinisikan sebagai balas buntut penghargaan yang diberikan pada karyawan sebagai balas jasa atas kontribusinya yang mereka berikan pada organisasi. Cassio F Wayne dalam Sjafriz Mangku Prawira (2014:203) menyampaikan bahwa kompensasi meliputi bentuk pembayaran tunai langsung, pembayaran tidak langsung dalam bentuk manfaat karyawan, dan intensif untuk memotivasi karyawan agar bekerja keras untuk mencapai produktivitas yang semakin tinggi. T Hani Handoko (2014:155) menyebutkan kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima oleh para karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka.

Sehingga dapat diketahui bahwa kompensasi merupakan bentuk penghargaan yang diberikan pada karyawan atas kontribusi mereka pada perusahaan, yang dapat diberikan dalam bentuk keuangan tunai langsung, keuangan tidak langsung atau dalam bentuk non keuangan. Kompensasi non keuangan dapat berupa perhatian, penghargaan ataupun pujian, sedangkan keuangan tunai langsung dapat diberikan berupa gaji, upah, atau intensif lain. Keuangan tidak langsung dapat diberikan berupa asuransi jiwa, asuransi kesehatan, bantuan perumahan dan bantuan lain yang diberikan tidak dalam bentuk uang secara langsung. Perencanaan dan pelaksanaan sistem kompensasi yang tepat dapat membantu perusahaan dalam menarik orang-orang yang berkualitas serta mempertahankan mereka untuk tetap berada dalam perusahaan. Kerenanya, menyediakan kompensasi yang tepat untuk waktu dan bakat yang dimiliki pekerja merupakan bagian penting dalam manajemen sumber daya manusia.

### **2.7. Aspek Keuangan**

Menurut Umar (2009), aspek finansial merupakan aspek yang berkaitan dengan kondisi keuangan suatu usaha baik dari investasi awal usaha dan keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan. Aspek finansial bersifat kuantitatif dan digunakan untuk menganalisis dana yang dibutuhkan dalam menjalankan suatu usaha.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2003) aspek keuangan merupakan aspek yang digunakan untuk menilai perusahaan secara keseluruhan. Keputusan keuangan dari perusahaan dimulai dari pemilihan desain bisnis strategi untuk menciptakan nilai. Selanjutnya strategi diimplementasikan dengan membuat investasi melalui sumber daya yang terbatas dengan kegiatan-kegiatan tertentu. Untuk itu diperlukan perencanaan keuangan yang merancang suatu anggaran keuangan yang terkait dengan penyusunan anggaran (*budgeting*).

### **2.7.1. Pengertian Aspek Keuangan**

Menurut Kasmir dan Jakfar (2003) aspek keuangan merupakan aspek yang digunakan untuk menilai perusahaan secara keseluruhan. Keputusan keuangan dari perusahaan dimulai dari pemilihan desain bisnis strategi untuk menciptakan nilai. Selanjutnya strategi diimplementasikan dengan membuat investasi melalui sumber daya yang terbatas dengan kegiatan-kegiatan tertentu. Untuk itu diperlukan perencanaan keuangan yang merancang suatu anggaran keuangan yang terkait dengan penyusunan anggaran (*budgeting*).

Alat ukur untuk menentukan kelayakan suatu usaha berdasarkan kriteria investasi dapat dilakukan melalui pendekatan *Payback Period*, *Average Rate of Return*, *Net Present Value*, *Internal Rate of return*, *Profitability Index*. Secara keseluruhan penilaian dalam aspek keuangan meliputi hal-hal seperti sumber-sumber dana yang akan diperoleh, kebutuhan biaya investasi, estimasi pendapatan dan biaya investasi selama beberapa periode.

### **2.7.2. Sumber-Sumber Dana**

Menurut Nugroho (2010) yang dimaksud dengan sumber pendanaan adalah darimana sumber dana yang dapat digunakan untuk melakukan kegiatan investasi berasal. Sumber pendanaan ini digolongkan menjadi modal sendiri dan sumber dana pinjaman. Modal sendiri adalah sumber dana yang berasal dari pemilik perusahaan. Sedangkan sumber dana pinjaman adalah sumber dana yang berasal dari luar kegiatan operasional perusahaan seperti hutang kepada kreditur. Sumber-sumber Permodalan Menurut (Alma 2015:249) pada umumnya

Kitamengenal 2 sumber permodalan, yaitu : Permodalan sendiri = kekayaan sendiri = sumber intern. Sumber ini berasal dari para pemilik perusahaan atau bersumber dari dalam perusahaan, misalnya penjualan saham, simpanan anggota pada bentuk usaha koperasi, cadangan. Kekayaan sendiri mempunyai ciri, yaitu terikat secara permanen dalam perusahaan.

Kelebihan modal sendiri adalah:

- 1) tidak ada biaya seperti biaya bunga atau biaya administrasi sehingga tidak menjadi beban perusahaan.
- 2) Tidak tergantung pada pihak lain, artinya perolehan dana diperoleh dari setoran pemilik modal.
- 3) Tidak memerlukan persyaratan yang rumit dan memakan waktu yang relatif lama.
- 4) Tidak ada keharusan pengembalian modal, artinya modal yang ditanamkan pemilik akan tertanam lama dan tidak ada masalah seandainya pemilik modal mau mengalihkan ke pihak lain.

### **2.7.3. Kebutuhan Investasi dan Modal Kerja**

Ketika akan menetapkan komposisi struktur modal, perusahaan akan menganalisis sejumlah faktor, dan kemudian menetapkan struktur modal yang ditargetkan. Van Horne (2014: 253) menjelaskan, “ *capital structure is proportions of debt instruments and preferred and common stock on a company's balance sheet* “. Dari pengertian tersebut struktur modal diartikan sebagai instrument hutang, saham preferen dan saham biasa yang terdapat dalam neraca perusahaan.

Kemudian menurut Warsono (2003), struktur modal merupakan bauran dari segenap sumber pembelanjaan jangka panjang yang digunakan perusahaan. Struktur modal juga diartikan sebagai pembiayaan permanen yang terdiri dari hutang jangka panjang, saham preferen dan modal pemegang saham (Weston dan Copeland 2014: 97). Kebijakan struktur modal melibatkan pertimbangan (*tradeoff*) antara risiko dan tingkat pengembalian :

1. Menggunakan lebih banyak utang berarti memperbesar risiko yang ditanggung pemegang saham.
2. Menggunakan lebih banyak utang juga memperbesar tingkat pengembalian yang diharapkan. Pada prinsipnya, kebutuhan modal jangka panjang perusahaan bisa melalui penerbitan utang (obligasi) atau modal sendiri (*equity*). Kedua jenis modal ini memiliki karakteristik yang berbeda

satu dengan yang lainnya, masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Penerbitan hutang mempunyai dua keuntungan, yaitu penghematan pajak dan pendapatan tetap bagi pemegang hutang. Sedangkan, kelemahan hutang adalah semakin tingginya risiko perusahaan, sehingga jika terlalu banyak hutang juga dapat menghambat perkembangan perusahaan. Oleh karena hal tersebut, maka perusahaan akan menargetkan besaran struktur modalnya (struktur modal yang ditargetkan). Struktur modal yang ditargetkan sendiri memiliki pengertian bauran atau perpaduan dari utang, saham preferen, dan saham biasa yang dikehendaki oleh perusahaan dalam struktur modalnya (Weston dan Brigham, 2014: 155). Kemudian, target ini dapat berubah sesuai dengan perubahan kondisi.

Weston dan Brigham (2014: 155) struktur modal yang optimal adalah struktur modal yang mengoptimalkan keseimbangan antara resiko dan pengembalian, sehingga dapat memaksimalkan harga saham. Hal tersebut berlaku karena kebijakan mengenai struktur modal akan melibatkan *trade-off* antara resiko dengan tingkat pengembalian. Penambahan utang akan memperbesar resiko perusahaan, tetapi sekaligus juga akan memperbesar tingkat pengembalian yang diharapkan. Resiko yang makin tinggi akibat membesarnya utang akan cenderung menurunkan harga saham, tetapi meningkatnya tingkat pengembalian yang diharapkan, justru akan menaikkan harga saham tersebut.

Keown dkk (2002: 542) membedakan pengertian antara struktur modal dengan struktur keuangan, struktur keuangan adalah paduan semua pos yang muncul di sisi kanan neraca perusahaan, sedangkan struktur modal adalah paduan sumber danan jangka panjang yang digunakan oleh perusahaan. Hubungan antara struktur keuangan dengan struktur modal dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan: (struktur keuangan)-(kewajiban lancar) = struktur modal.

#### **2.7.4. Arus Kas, Laba Rugi dan Neraca**

Menurut Jusup (2011:27), neraca atau laporan posisi keuangan merupakan suatu daftar yang memeberikan gambaran aset (hartakekayaan), kewajiban (hutang), dan modal (ekuitas) yang dimiliki oleh suatu perusahaan pada saat tertentu yang dapat menunjukkan keadaan keuangan pada perusahaan tersebut. Sedangkan menurut Munawir (2010:13), neraca merupakan suatu laporan yang sistematis mengenai aktiva, hutang serta modal yang dimiliki suatu perusahaan pada periode tertentu.

Menurut Kieso (2007:142), laporan laba rugi merupakan laporan keuangan yang memberikan penilaian tentang keberhasilan dalam operasi perusahaan selama periode tertentu dan sebagai media informasi yang dapat digunakan investor maupun kreditor dalam menentukan atau memperkirakan jumlah, penetapan waktu, dan ketidakpastian dari arus kas dimasa akan datang.

Sedangkan menurut Munawir (2010:26), laporan laba rugi merupakan suatu laporan yang disusun secara sistematis mengenai penghasilan, biaya, laba rugi yang diperoleh oleh perusahaan pada periode tertentu.

Laporan arus kas seringkali juga disebut sebagai laporan sumber dan penggunaan dana. Warren, et.al (1996, hal 20) menyatakan bahwa:“Laporan arus kas adalah suatu ringkasan mengenai penerimaan dan pembayaran kas dari suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu.”

Sedangkan menurut Helfert (2003, hal 23) :“Laporan arus kas adalah laporan yang memperlihatkan hasil-hasil operasi selama periode serta perubahan yang terjadi di dalam neraca.”Laporan ini dibuat dengan melakukan perbandingan antara neraca di awal periode dengan neraca di akhir periode serta menggunakan pos-pos kunci didalam laporan laba rugi. Dalam penyajiannya, menurut Hackel dan Livnat (1996, hal 146-164), Laporan arus kas dibagi dalam tiga kelompok yaitu:

- a. Aktivitas operasional (*Operating*) Adalah kelompok yang meliputi seluruh transaksi dan kegiatan lainnya yang tidak termasuk di dalam kegiatan investasi maupun pembiayaan perusahaan. Secara lebih jelas, arus kas yang berasal dari kegiatan operasional meliputi arus kas dari kegiatan produksi, distribusi barang dan penyediaan jasa. Arus kas dari kegiatan operasi adalah arus kas hasil dari transaksi dan kegiatan lainnya yang ikut menentukan laba bersih.
- b. Aktivitas Investasi (*Investing*) Adalah kelompok yang meliputi pembelian dan penagihan piutang, pengembalian persediaan barang dagang, pembayaran pinjaman, pengadaan serta penjualan ekuitas dan harta kekayaan perusahaan (tanah), bangunan, dan peralatan serta aktiva-aktiva produktif lainnya, yaitu aktiva yang digunakan oleh perusahaan untuk melakukan produksi barang dan jasa.
- c. Aktivitas pendanaan atau pembiayaan (*Financing*) Adalah kelompok yang meliputi perolehan sumber daya dari para pemilik dan pemberian hasil atas investasi yang telah dilakukan, peminjaman, serta pembayaran kembali hutang

oleh pemiliknya atau sebaliknya penyelesaian kewajiban perusahaan kepada pemilik, dan perolehan serta pembayaran sumber daya lainnya yang berasal dari pembiayaan jangka panjang.

#### **2.7.5. Analisa Rasio Keuangan**

Analisis rasio keuangan merupakan alat perusahaan untuk menilai kinerja keuangan disuatu perusahaan berdasarkan perbandingan data keuangan yang terdapat di dalam pos-pos laporan keuangan. Menurut Sutrisno (2012:212) Menghubungkan elemen-elemen yang ada pada laporan keuangan seperti elemen-elemen dari berbagai aktiva satu dengan lainnya, elemen-elemen pasiva yang satu dengan lainnya. Elemen-elemen aktiva dan pasiva, elemen-elemen neraca dengan elemen-elemen laporan laba atau rugi. Menurut Halim (2016:74) analisis rasio keuangan merupakan rasio yang pada dasarnya disusun dengan menggabungkan angka-angka di dalam atau antara laporan laba-rugi dan neraca. Menurut Samryn (2015:363) analisis rasio keuangan merupakan suatu cara yang membuat perbandingan, data keuangan perusahaan menjadi lebih berarti.

Pada dasarnya rasio keuangan dapat dikelompokkan ke dalam 5 (lima) macam kategori, Menurut Halim (2016:74) Rasio keuangan dapat dikelompokkan sebagai berikut :

1. Rasio Likuiditas

Rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

2. Rasio Aktivitas

Rasio yang mengukur sejauh mana efektivitas penggunaan aset dengan melihat tingkat aktivitas aset.

3. Rasio Solvabilitas

Rasio yang mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka panjangnya.

4. Rasio Profitabilitas

Rasio yang melihat kemampuan perusahaan menghasilkan laba (profitabilitas).

5. Rasio Pasar

Rasio ini melihat perkembangan nilai perusahaan relative terhadap nilai buku perusahaan.

### 2.7.6. Kriteria Penilaian Investasi

*Payback Period* (PP) Menurut Riyanto (2001:125) *Payback Period* adalah suatu periode yang diperlukan untuk dapat menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan *proceeds* atau aliran kas neto (*net cash flows*).

Metode *payback period* merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu pengembalian investasi suatu proyek atau usaha. Perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan kas bersih yang diperoleh setiap tahun. Nilai kas bersih merupakan penjumlahan laba setelah pajak ditambah dengan penyusutan ( dengan catatan jika investasi 100% menggunakan modal sendiri). Ada dua macam metode menggunakan proyeksi arus kas ini, yaitu:

a. Metode arus rata-rata

Metode ini apabila kas bersih setiap tahun sama.

$$\text{Payback period (PP)} = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas bersih/tahun}}$$

b. Metode arus kumulatif Metode ini apabila kas bersih setiap tahun berbeda.

Untuk menilai apakah usaha layak diterima atau tidak dari segi PP, maka hasil perhitungan tersebut harus sebagai berikut:

a. PP sekarang lebih kecil dari umur investasi.

b. Dengan membandingkan rata-rata industri unit usaha sejenis.

c. Sesuai dengan target perusahaan.

*Net Present Value* Riyanto (2001:128) mengemukakan bahwa *Net Present Value* adalah metode yang menghitung selisih antara nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan penerimaan kas bersih di masa yang akan datang.

Rumusan yang bisa digunakan untuk menghitung NPV sebagai berikut:

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

Kriteria penilaian:

a. Jika  $NPV > 0$ , maka usulan diterima, atau dengan kata lain usaha tidak untung maupun rugi.

b. Jika  $NPV < 0$ , maka usulan ditolak, dengan kata lain investasi rugi atau hasilnya dibawah tingkat suku bunga yang dipakai.

c. Jika NPV = 0, nilai perusahaan tetap walau usulan usaha diterima atau ditolak, dengan kata lain investasi tersebut menguntungkan atau hasilnya melebihi tingkat bunga yang dipakai.

*Profitability Index* (PI) Menurut Sutrisno (2009 : 128) *Profitability Index* yaitu untuk menghitung perbandingan antara present value dan penerimaan dengan *present value* dari investasi.

Rumusan yang digunakan untuk mencari PI sebagai berikut:

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

Kesimpulan:

- Jika  $PI > 1$ , maka investasi dikatakan layak.
- Jika  $PI < 1$ , maka investasi dikatakan tidak layak.
- Jika  $PI = 1$ , maka investasi dikatakan BEP.

Internal of return (IRR) Menurut Sutrisno (2009 : 127) Internal Rate of Return (IRR) adalah metode yang menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih di masa yang akan datang.

Cara pertama untuk mencari IRR dengan rumusan sebagai berikut:

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

Dimana:

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

$i_2$  = tingkat bunga 2 (tingkat *discount rate* yang menghasilkan NPV2)

$NPV_1$  = *net present value* 1

$NPV_2$  = *net present value* 2

Cara kedua untuk mencari IRR dengan rumusan sebagai berikut:

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

Dimana:

P1 = tingkat bunga 1

P2 = tingkat bunga 2

C1 = NPV 1

C2 = NPV 2

Kesimpulan:

Jika  $IRR >$  dari bunga pinjam, maka diterima

Jika  $IRR <$  dari bunga pinjam, maka ditolak

## 1.8 Aspek Hukum dan Legalitas Usaha

Keberlanjutan usaha selain juga ditentukan oleh faktor SDM, Pemasaran, Teknologi dan keuangan juga ditentukan oleh lingkungan sekitar tempat usaha berdiri. Ketenangan dan keberlanjutan usaha menjadi harapan bagi tiap pengusaha. Ketenangan usaha dapat diperoleh jika lingkungan usaha menerima dan mendukung kegiatan usaha. Keberadaan usaha yang dapat diterima lingkungan biasanya mampu memberikan kemanfaatan bagi semua komponen masyarakat yang ada di sekitarnya.

Suatu perusahaan memerlukan adanya legalitas perusahaan yang merupakan sumber informasi resmi untuk semua pihak yang berkepentingan mengenai identitas dan hal-hal yang menyangkut dunia usaha dan perusahaan yang didirikan, bekerja serta berkedudukan di wilayah Negara Republik Indonesia. Legalitas dalam perusahaan merupakan suatu hal yang penting karena legalitas merupakan jati diri yang melegalkan dan mengesahkan berjalannya suatu usaha. Legalitas di Indonesia sudah di atur dalam peraturan perundang-undangan. Dengan kata lain, legalitas perusahaan harus sah menurut undang-undang dan peraturan, di mana perusahaan tersebut dilindungi atau dipayungi dengan berbagai dokumen hingga sah di mata hukum pada pemerintahan yang berkuasa saat itu (Sidabalok, 2012).

Dalam suatu usaha, faktor legalitas ini berwujud pada kepemilikan izin usaha yang dimiliki. contoh dokumen yang mendukung syahnya perusahaan tersebut adalah antara lain: akte pendirian perusahaan tersebut oleh notaris dan di umumkan dilembaran negara, nomor pokok wajib pajak persahaan, surat izin usaha, izin gangguan atau *HO (Hinderordonnantie)*, izin lokasi, izin lingkungan, dan banyak izin-izin lainnya sesuai bidang usahanya masing-masing. Pesatnya perkembangan kegiatan bisnis di Indonesia, banyak kalangan pengusaha tidak lagi bertindak sendiri menjalankan perusahaannya, melainkan mereka bersama-sama mendirikan persekutuan-persekutuan dan perseroan-perseroan diantaranya adalah persekutuan perdata, firma, persekutuan komonditer, perseroan terbatas, dan koperasi (Fitriani, 2017).

Setiap usaha baik itu usaha mikro, kecil dan menengah harus memiliki yang namanya izin usaha. Izin usaha adalah bentuk persetujuan atau pemberian izin dari pihak yang berwenang atas penyelenggaraan suatu kegiatan usaha oleh seorang pengusaha atau suatu perusahaan. Tujuan

memiliki izin usaha adalah untuk memberi pembinaan, arahan serta pengawasan sehingga usaha/perusahaan bisa tertib dalam menciptakan pemerataan kesempatan kerja demi terwujudnya keindahan pembayaran pajak, dan menciptakan keseimbangan perekonomian dan perdagangan(Dewi, 2020).

Dalam hal ini UMKM adalah salah satu penunjang perekonomian di Indonesia. Maka dari itu diperlukan insentif untuk diversifikasi produk, pengkayaan desain, dan hak paten untuk produk UMKM. Dan juga diperlukan kebijakan insentif fiskal dan non-fiskal bagi pengembangan industri kreatif dan pengusaha pionir. Di samping itu juga perlu dilakukan perlindungan dan sosialisasi mengenai hak paten. Dengan selembar izin yang bisa selesai dalam sehari, UMKM bisa memperoleh empat (4) manfaat. Pertama adalah legalitas usaha, kedua kemudahan untuk mendapatkan modal karena sudah legal, lalu akses untuk mendapatkan pendampingan usaha dari pemerintah, dan keempat ialah kesempatan untuk memperoleh bantuan pemberdayaan dari pemerintah (Kusmanto & Warjio, 2019).

Dalam bentuk hukumnya setiap jenis perusahaan memiliki bentuk badan hukum yang berbeda-beda. Dari segi Yuridis di Indonesia terdapat 5 bentuk jenis perusahaan yaitu :

- a. Perusahaan Perseorangan
- b. Firma
- c. Perseroan Komanditer (CV)
- d. Perseroan Terbatas (PT)
- e. Perusahaan Negara (PN)

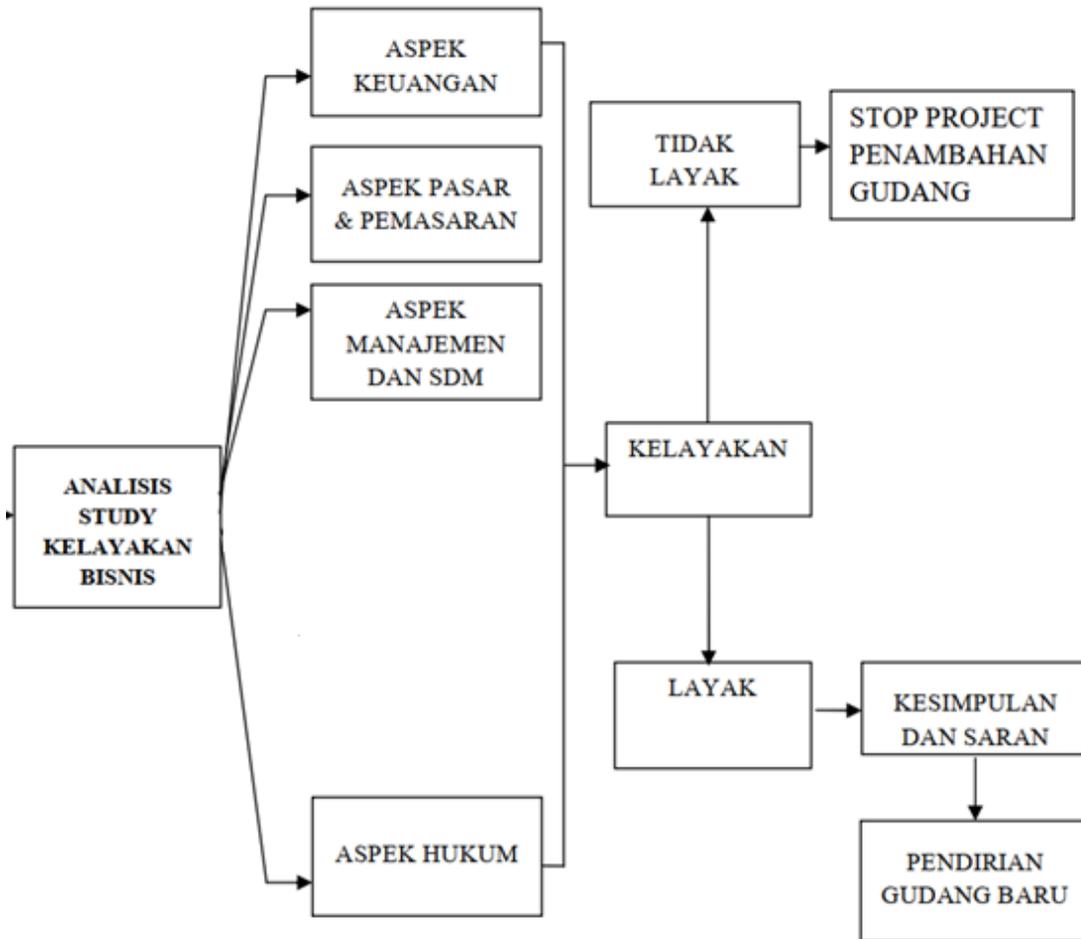
**Tabel 2.1 Evaluasi Bentuk Badan Hukum**

Badan Hukum	Goal	Ownership	Capital	Risk Sharing	Timely
Perseorangan (UD)	Profit	Single	Mikro-kecil	Full Risk	Unlimited
Firma	Profit	>2 orang	Mikro-kecil	Full Risk	Unlimited
Persekutuan Komanditer (CV)	Profit	>2 orang	Kecil-menengah	Aktif = FR Pasif = Ltd.	Limited

Perseroan Terbatas (PT)	Profit	>2 orang	Kecil-menengah-besar	Limited	Limited
Perusda/BUMN	Profit/Benefit	Pemerintah	Menengah-besar	Limited	Limited
Koperasi	Benefit	>20 orang	Kecil-menengah-besar	Limited	Unlimited
Yayasan	Benefit	>2 orang	Kecil-menengah	Limited	Unlimited

### 1.9 Kerangka Berfikir

Kriteria penilaian yang akan digunakan dalam analisa kelayakan pengembangan bisnis ini akan menggunakan aspek-aspek studi kelayakan. Namun focus utama dalam penilaian adalah berdasarkan pada hasil perhitungan aspek keuangan dan pemasaran. Berdasarkan teori-teori pendukung yang telah disampaikan pada pembahasan sebelumnya, maka dibuat gambar kerangka pemikiran dalam analisis kelayakan pengembangan bisnis seperti pada Gambar 2.1 dibawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka berfikir