**RESUME BUKU STUDI KELAYAKAN BISNIS**

**BAB 1 PENDAHULUAN**

**Latar Belakang**

Penanaman modal dalam suatu usaha atau proyek, baik untuk usaha baru maupun perluasan usaha yang sudah ada, biasanya disesuaikan dengan tujuan perusahaandan bentuk badan usahanya. Salah satu tujuan perusahaan didirikan adalah mencari keuntungan (profit), dalam arti seluruh aktivitas perusahaan hanya ditujukan untuk mencari keuntungan semata. Tujuan lainnya adalah bersifat sosial, artinya jenis usaha ini sengaja didirikan untuk membantu masyarakat dalam penyediaan berbagai sarana dan prasarana yang diperlukan, seperti pendidikan, rumah sakit, panti sosial, rumah yatim piatu, dan usaha sosial lainnya. Disamping itu ada perusahaan yang didirikan dengan tujuan kedua-duanya, artinya disamping ingin memperoleh keuntungan juga ingin memberikan layanan sosial. Namun dalam praktiknya usaha sosial juga perlu memperoleh keuntungan agar mampu membiayai usahanya sendiri dan tidak hanya tergantung kepada donatur. Oleh karena itu dewasa ini banyak usaha sosial yang sudah mengarah menjadi usaha komersial.

Bagi perusahaan yang didirikan untuk tujuan total profit, yang paling utama adalah perlu dipikirkan seberapa lama pengembalian dana yang ditanam di proyek tersebut agar segera kembali. Artinya sebelum perusahaan dijalankan, maka terlebih dulu perlu dihitung apakah proyek atau usaha yang akan dijalankan benar-benar dapat mengembalikan uang tang telah diinvestasikan dalam proyek tersebut dalam jangka waktu tertentu dan dapat memberikan keuntungan finansial lainnya seperti yang diharapkan.

Agar tujuan perusahaan tersebut dapat tercapai sesuai dengan tujuan yang diinginkan, maka apapun tujuan perusahaan, hendaknya apabila ingin melakukan investasi sebaiknya didahului dengan suatu studi. Tujuannya adalah untuk menilai apakah investasi yang ditanamkan layak atau tidak untuk dijalankan (dalam arti dengan tujuan perusahaan).

Terkadang dalam praktiknya sekalipun telah dilakukan studi secara baik dan benar, faktor kegagalan suatu usaha tetap ada, apalagi yang tanpa dilalui studi sebelumnya. Hal ini disebabkan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai banyak sekali hambatan yang akan dihadapi dan risiko yang mungkin timbul setelah usaha berjalan.

Oleh sebab itu untuk, menghindari kegagalan perlu dilakukan studi sebelum proyek tersebut dijalankan. Studi ini dikenal dengan Studi Kelayakan Bisnis. Salah satu tujuan dilakukan studi kelayakan bisnis adalah untuk mencari jalan keluar agar dapat meninimalkan hambatan dna risiko yang mungkin timbul di masa yang akan datang, karena masa yang akan datang penuh dengan ketidakpastian.

Studi kelayakan bisnis dilakukan untuk mengidentifikasi masalah di masa yang akan datang, sehingga dapat meminimalkan kemungkinan melesetnyahasil yang ingin dicapai dalam suatu investasi. Dengan kata lain, studi kelayakan bisnis akan memperhitungkan hal-hal yang akan menghambat atau peluang dari investasi yang akan dijalankan. Jadi dengan adanya studi kelayakan bisnis, minimal dapat memberikan pedoman atau arahan kepada usaha yang akan dijalankan nantinya.

**Pengertian Studi Kelayakan Bisnis**

Investasi dapat dilakukan dalam berbagai bidang usaha. Pada praktiknya jenis investasi dibagi dua macam yaitu :

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

Investasi dapat pula diartikan penanaman modal suatu kegiatan yang memiliki jangka waktu realtif panjang dalam berbagai bidang usaha. Penanaman modal yang ditanamkan dalam arti sempit berupa proyek tertentu baik bersifat fisik maupun nonfisik, seperti proyek pendirian pabrik, jalan, jembatan, pembangunan gedung, serta proyek penelitian dan pengembangan.

Secara umum proyek merupakan kegiatan yang melibatkan berbagai sumber daya yang terhimpun dalam suatu wadah (organisasi) tertentu dalam jangka waktu tertentu untuk melakukan kegiatan yang telah ditetapkan sebelumnya untuk mencapai sasaran tertentu.

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.

Mempelajari secar mendalam artinya meneliti secara sungguh-sungguh data dan informasi yang ada kemudian diukur, dihitung, dan dianalisis hasilnya dengan menggunakan metode tertentu sehingga diperoleh hasil yang maksimal dari penelitian tersebut.

Kelayakan artinya penelitian yang dilakukan secara mendalam tersebut dilakukan untuk menentukan apakah usaha yang akan dijalankan akan memberi manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Layak disini diartikan juga akan memberikan keuntungan tidak hanya bagi perusahaan yang menjalankannya, tetapi juga investor, kreditur, pemerintah, dan masyarakat luas.

Adapun pengertian bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya untuk memperoleh keuntungan finansial.

Untuk menentukan layak atau tidaknya suatu usaha dapat dilihat dari berbagai aspek. Untuk dikatakan layak, setiap aspek harus mememiliki suatu standari nilai tertentu, namun keputusan penilaian tidak hanya dilakukan pada salah satu aspek saja. Penilaian untuk menentukan kelayakan harus didasarkan kepada seluruh aspek yang nantinya akan dinilai.

Penilaian masing-masing aspek nantinya harus dinilai secara keseluruhan bukan berdiri sendiri-sendiri. Jika ada aspek yang kurang layak akan diberikan beberapa saran perbaikan, sehingga memenuhi kriteria layak dan jika tidak dapat memenuhi kriteria tersebut sebaiknya bisnis jangan dijalankan.

Aspek-aspek yang dinilai dalam studi kelayakan bisnis meliputi aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis/operasi, aspek manajemen dan organisasi, aspek ekonomi dan sosial, serta aspek dampak lingkungan. Untuk menilai semua aspek ini perlu dibentuk semacam tim yang terdiri dari orang-orang yang berasal dari berbagai bidang keahlian.

**Faktor-faktor yang menyebabkan Kegagalan Usaha**

Secara umum, terdapat faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan terhadap hasil yang dicapai sekalipun telah dilakukan studi kelayakan bisnis secara benar dan sempurna, yaitu faktor-faktor seperti berikut ini:

* Data dan informasi tidak lengkap

Ketika melakukan penelitian data dan informasi yang disajikan kurang lengkap sehingga hal-hal yang seharusnya menjadi penilaian tidak ada. Kemudian, dapat pula data yang disediakan tidak dapt dipercaya/tidak valid. Karena itu sebelum melakukan studi sebaiknya mengumpulkan data dan informasi selengkap mungkin melalui berbagai sumber yang ada yang tentunya dapat dipertanggungjawabkan kebenaran datanya.

* Tidak teliti

Kegagalan dapat pula disebabkab oleh orang yang melakukan studi kurang teliti dalam meneliti dan menganalisis dokumen yang ada. Oleh karena itu, dalam hal ini tim studi kelayakan bisnis perlu melatih dan mencari personel yang benar-benar ahli di bidangnya sehingga faktor ketelitian ini menjadi jaminan. Kecerobohan sekecil apapun akan sangat berpengaruh terhadap hasil penelitian.

* Salah perhitungan

Kesalahan dapat pula diakibatkan orang yang melakukan studi salah dalam melakukan perhitungan. Misalnya, dalam hal penggunaan rumus atau cara menghitung sehingga hasil yang dikeluarkan tidak akurat. Hal ini perlu disikapi pula dengan menyediakan tenaga ahli yang handal di bidangnya.

* Salah dalam pelaksanaan perkerjaan

Para pelaksana bisnis sangat memegang peranan penting dalam keberhasilan menjalankan bisnisnya. Apabila para pelaksana di lapangan tidak mengerjakan proyek secara benar sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan maka besar kemungkinan bisnis tersebut gagal.

* Kondisi lingkungan

Kegagalan lainnya adalah adanya unsur-unsur yang terjadi yang memang tidak dapat kita kendalikan. Artinya, pada saat melakukan penelitian dan pengukuran semuanya sudah selesai dengan tepat dan benar, namun dalam perjalanan akibat terjadinya perubahan lingkungan akhirnya berimbas pada hasil penelitian dalam studi kelayakan bisnis. Perubahan lingkungan seperti perubahan keadaan ekonomi, politik, hukum, sosial, dan perubahan perilaku masyarakat, atau karena bencana alam.

* Unsur sengaja

Kesalahan yang sangat fatal adalah adanya faktor kesengajaan untuk berbuat kesalahan. Artinya peneliti sengaja membuat kesalahan yang tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya dengan berbagai sebab dan alasan. Atau para pelaksana di lapangan juga melakukan perbuatan yang tercela sehingga menyebabkan gagalnya suatu proyek atau usaha.

**Manfaat Bisnis**

Berikut keuntungan dengan adanya kegiatan bisnis baik bagi perusahaan, pemerintah, maupun masyarakat, antara lain:

* Memperoleh keuntungan

Apabila suatu usaha dikatakan layak untuk dijalankan akan memberikan keuntungan, terutama keuntungan keuangan bagi pemilik usaha. Keuntungan ini biasanya diukur dengan nilai uang yang akan diperoleh dari suatu hasil usaha yang dijalankannya.

* Membuka peluang pekerjaan

Dengan adanya usaha, jelas akan membuka peluang pekerjaan kepada masyarakat, baik bagi masyarakat yang terlibat langsung dengan usaha atau masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi usaha. Adanya peluang pekerjaan ini akan memberikan pendapatan bagi masyarakat yang bekerja pada usaha tersebut. Begitu pula bagi masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi usaha dapat membuka berbagai macam usaha sehingga masyarakat yang tadinya pengangguran dapat meningkatkan kesejahteraannya.

* Manfaat ekonomi
  + Menambah jumlah barang dan jasa. Untuk usaha tertentu misalnya pendirian pabrik tertentu pada akhirnya akan memproduksi barang dan jasa. Dengan tersedianya jumlah barang dan jasa yang lebih banyak, masyarakat punya banyak pilihan, sehingga pada akhirnya akan berdampak kepada harga yang cenderung turun dan kualitas barang sejenis akan lebih meningkat.
  + Meningkatkan mutu produk. Hal ini disebabkan karena adanya barang dari usaha sejenis yang dapat memacu produsen untuk meningkatkan kualitas produknya.
  + Meningkatkan devisa. Khusus untuk barang yang bertujuan ekspor akan dapat menambah devisa atau akan dapat memberikan pemasukan devisa bagi negara dari barang yang kita ekspor.
  + Menghemat devisa. Artinya apabila semula barang tersebut kita impor dan sekarang bisa diproduksi sendiri di dalam negeri, maka tindakan tersebut akan menghemat devisa negara.
* Tersedianya sarana dan prasarana

Bisnis yang dijalankan di samping memberi manfaat seperti di atas, juga dapat memberikan mafat bagi masyarakat secara luas terutama bagi masyarakat di sekitar bisnis yang dijalankan. Manfaat yang dirasakan seperti tersedianya sarana dan prasarana yang dibutuhkan seperti jalan, telepon, air, listrik, pendidikan, rumah sakit, rumah ibadah, sarana olahraga, serta sarana dan prasarana lainnya.

* Membuka isolasi wilayah

Untuk wilayah tertentu pembukaan suatu usaha misalnya perkebunanm jalan, atau pelabuhan akan mambuka isolasi wilayah. Wilayah yang tadinya tertutup menjadi terbuka, sehingga akses masyarakat akan menjadi lebih baik.

* Meningkatkan persatuan dan membantu pemerataan pembangunan

Dengan adanya proyek atau usaha biasanya pekerja yang bekerja di dalam proyek datang dari berbagai suku bangsa. Pertemuan dari berbagai macam suku bangsa akan dapat meningkatkan persatuan. Kemudian dengan adanya proyek di berbagai daerah akan membantu memberikan pemerataan pembangunan di seluruh wilayah.

**Tujuan Studi Kelayakan Bisnis**

Setidaknya ada lima tujuan mengapa sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan, yaitu

* Menghindari dan meminimalkan risiko kerugian

Untuk mengatasi risiko kerugian di masa yang akan datang karena di masa yang akan datang ada semacam kondisi ketidakpastian. Kondisi ini ada yang dapat diramalkan akan terjadi atau memang dengan sendirinya terjadi tanpa dapat diramalkan. Dalam hal ini, fungsi studi kelayakanadalah untuk meminimalkan risiko yang tidak kita inginkan, baik risiko yang dapat dikendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.

* Memudahkan perencanaan

Apabila kita sudah dapat meramalkan apa yang akan terjadi di masa yang akan datang, maka akan memudahkan kita dalam melakukan perencanaan dan hal-hal apa saja yang pelu direncanakan. Perencanaan meliputi berapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha atau proyek akan mulai dijalankan, dimana lokasi proyek akan dibangun, siapa saja yang akan melaksanakannya, bagaimana cara menjalankannya, berapa besar keuntungan yang akan diperoleh serta bagaimana mengawasinya jika terjadi penyimpangan. Yang jelas dalam perencanaan sudah terdapat jadwal pelaksanaan usaha, mulai dari usaha dijalankan sampai waktu tertentu.

* Memudahkan pelaksanaan pekerjaan

Dengan adannya berbagai rencana yang sudah disusun akan sangat memudahkan pelaksanaan bisnis. Para pelaksana yang mengerjakan bisnis tersebut telah memiliki pedoman tentang apa yang harus dikerjakan. Kemudian pengerjaan usaha dapat dilakukan secara sistematik, sehingga tepat sasaran, dan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Rencana yang telah disusun dijadikan acuan dalam mengerjakan setiap tahap yang telah direncanakan.

* Memudahkan pengawasan

Dengan telah dilaksanakannya suatu usaha/proyek sesuai dengan rencana yang telah disusun, maka akan memudahkan perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan ini perlu dilakukan agar pelaksanaan usaha tidak melenceng dari rencana yang telah disusun. Pelaksana pekerjaan dapat sungguh-sungguh melakukan pekerjaannya karena merasa ada yang mengawasi, sehingga pelaksanaan pekerjaan tidak terlambat oleh hal-hal yang tidak perlu.

* Memudahkan pengendalian

Jika dalam pelaksanaan pekerjaan telah dilakukan pengawasan maka apabila terjadi suatu penyimpangan akan mudah di deteksi, sehingga akan dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah untuk mengembalikan pelaksanaan pekerjaan yang melenceng ke arah yang sesungguhnya, sehingga pada akhirnya tujuan perusahaan akan tercapai.

**Lembaga-lembaga yang Memerlukan Studi Kelayakan Bisnis**

Adapun lembaga-lembaga yang berkepentingan dengan hasil studi kelayakan tersebut antara lain:

* Pemilik usaha

Para pemilik bisnis sangat berkepentingan terhadap hasil dari analisis studi kelayakan yang telah dibuat karenapara pemilik tidak mau jika sampai dana atau modal yang telah ditanamkan akan mengalami kerugian. Oleh sebab itu, hasil studi kelayakan yang sudah dibuat benar-benar dipelajari oleh para pemilik bisnis, apakah nantinya bisnis atau usahanya tersebut akan memberikan keuntungan atau tidak.

* Manajemen

Hasil studi kelayakan merupakan ukuran kinerja bagi pihak manajemen perusahaan untuk menjalankan apa-apa yang sudah menjadi tugasnya. Kinerja ini dapat dilihat hari hasil yang telah dicapai, sehingga terlihat prestasi kerja pihak manajemen yang menjalankan usaha

* Kreditur

Jika usaha atau bisnis tersebut dibiayai oleh dana pinjaman dari pihak bank atau lembaga keuangan lainnya, maka pihak tersebutsangat berkepentingan terhadap hasil studi kelayakan yang telah dibuat. Bank atau lembaga keuangan lainnya tidak mau sampai kreditnya atau pinjaman yang diberikan akan macet akibat usaha atau bisnis tersebut sebenarnya tidak layak untuk dijalankan. Oleh karena itu, untuk usaha atau bisnis tertentu pihak bank atau lembaga keuangan lainnya akan melakukan studi kelayakan terlebih dahulu secara mendalam sebelum memberikan pinjaman kepada pelaku usaha.

* Pemerintah

Pentingnya sstudi kelayakan bagi pemerintah adalah untuk meyakinkan apakah bisnis yang akan dijalankan akan memberikan manfaat baik bagi perekonomian secara umum. Kemudian bisnis juga harus memberikan manfaat kepada masyarakat luas seperti misalnya penyediaan lapangan pekerjaan. Pemerintah juga berharap bahwa bisnis yang akan dijalankan akan dapat memberikan penerimaan negara berupa pajak dan penerimaan lainnya.

* Masyarakat luas

Bagi masyarakat luas dengan adanya bisnis, maka akan mendapatkan manfaat seperti tersedianya lapangan pekerjaan, membuka isolasi wilayah, tersedianya sarana dan prasarana seperti jalan, jembatan, rumah sakit, sekolah, tempat ibadah, taman, dan fasilitas lainnya.

**Aspek-aspek Penilaian Bisnis**

Dalam melakukan pembuatan dan penilaian studi kelayakan melalui tahap-tahap yang telah ditentukan, hendaknya dilakukan secara benar dan lengkap. Kemudian setiap tahapan memiliki berbagai aspek yang harus diteliti, diukur dan dinilai sesuai dengan ketentuan yang telah ditentukan.

Ada beberapa aspek yang perlu dilakukan studi untuk menentukan kelayakan suatu bisnis atau usaha. Masing-masing aspek tidak berdiri sendiri, akan tetapi saling berkaitan. Artinya jika salah satu aspek tidak terpenuhi maka akan mempengaruhi aspek lainnya sehingga perlu segera dilakukan perbaikan yang diperlukan.

Secara umum, prioritas aspek-aspek yang perlu dilakukan studi kelayakan adalah sebagai berikut:

* Aspek hukum

Dalam aspek hukum yang akan dibahas adalah masalah kelengkapan dan keabsahan dokumen perusahaan, mulai dari bentuk badan usaha sampai izin-izin yang dimiliki. Kelengkapan dan keabsahan dokumen sangat penting, karena hal ini merupakan dasar hukum yang harus di pegang apabila di kemudian hari timbul masalah. Keabsahan dan kesempurnaan dokumen dapat diperoleh dari lembaga-lembaga yang menerbitkan atau mengeluarkan dokumen tersebut.

* Aspek pasar dan pemasaran

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

* Aspek keuangan

Penelitian dalam aspek keuangan dilakukan untuk menilai biaya-biaya apa saja yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biaya-biaya yang akan dikeluarkan. Kemudian juga meneliti seberapa besar pendapatan yang akan diterima jika usaha atau bisnis jadi dijalankan. Penelitian ini meliputi seberapa lama investasi yang ditanamkan akan kembali. Kemudian dari mana saja sumber pembiayaan bisnis tersebut dan bagaimana tingkat suku bunga yang berlaku, sehingga apabila dihitung dengan formula penilaian investasi sangat menguntungkan. Metode penilaian yang digunakan nantinya dengan metode *payback period, net present value, internal rate of return, profitability index, break event point* serta dengan rasio-rasio keuangan lainnya.

* Aspek teknis/operasional

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

* Aspek manajemen/organisasi

Yang dinilai dalam aspek iniadalah para pengelola usaha dan struktur organisasi usaha yang ada. Usaha yang dijalankan akan berhasil apabila dijalankan oleh orang-orang yang profesional dan ahli dalam bidangnya, mulai dari merencanakan, melaksanakan, sampai dengan mengendalikannya apabila terjadi penyimpangan. Demikian pula struktur organisasi yang dipilih harus sesuai dengan bentuk dan tujuan usahanya.

* Aspek ekonomi dan sosial

Penelitian dalam aspek ekonomi adalah untuk melihat seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan jika usaha ini dijalankan. Pengaruh in terutama terhadap ekonomi secara luas serta dampak sosialnya terhadap masyarakat secara keseluruhan. Dampak ekonomi tertentu, peningkatan pendapatan masyarakat baik yang bekerja di tempat usaha tersebut maupun masyarakat di sekitar lokasi usaha tersebut. Demikian pula dengan dampak sosial yang ada seperti tersedianya sarana dan prasarana lainnya.

* Aspek dampak lingkungan

Aspek ini merupakan aspek analisis yang paling dibutuhkan saat ini. Karena setiap proyek atau usaha yang dijalankan akan sangat besar dampaknya terhadap lingkungan sekitar, baik terhadap lingkungan darat, air, dan udara, yang pada akhirnya akan berdampak terhadap kehidupan manusia, binatang, dan tumbuhan yang ada di lingkungan sekitar lokasi usaha.

**Tahap-tahap dalam Studi Kelayakan Bisnis**

Tahapan dalam studi kelayakan dilakukan untuk memudahkan pelaksanaan dan keakuratan dalam penilaian. Adapun tahapan dalam melakukan studi kelayakan yang umum adalah sebagai berikut:

* Pengumpulan data dan informasi

Mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan selengkap mungkin baik yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Pengumpulan data dan informasidapat diperoleh dari berbagai sumber yang dapat dipercaya, misalnya dari lembaga yang memang berwenang mengeluarkan data, seperti Badan Pusat Statistik, Badan Koordinasi Penanaman Modal, Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, Kementerian Teknis dan lembaga penelitian baik milik pemerintah maupun swasta.

* Pengolahan data

Setelah data dan informasi yang dibutuhkan terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengolahan dat adan informasi tersebut. Pengolahan data dilakukan secara benar dan akurat dengan metode-metode dan ukuran-ukuran yang telah lazim digunakan untuk bisnis. Pengolahan hendaknya dilakukan dengan secara teliti untuk masing-masing aspek yang ada. Kemudian dalam hal perhitungan, hendaknya diperiksa ulang untuk memastikan kebenaran hitungan yang telah dilakukan sebelumnya.

* Analisis data

Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data dalam rangka menentukan kriteria kelayakan dari seluruh aspek. Kelayakan bisnis ditentukan dari kriteria yang telah memenuhi syarat sesuai dengan kriteria yang layak digunakan. Setiap jenis usaha memiliki kriteria tersendiri utnuk dikatakan layak atau tidak layak untuk dijalankan. Kriteria kelayakan diukur dari setiap aspek untuk seluruh aspek yang telah dilakukan.

* Pengambilan keputusan

Apabila telah diukur dengan kriteri tertentu dan telah diperoleh hasil dari pengukuran, maka langkah selanjutnya adalah mengambil keputusan terhadap hasil analisis tersebut. Mengambil keputusan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan apakah layak atau tidak dengan ukuran yang telah ditentukan berdasarkan hasil perhitungan sebelumnya. Jika tidak layak sebaiknya dibatalkan dengan menyebutkan alasannya.

* Pemberian rekomendasi

Langkah terakhir adalah memberikan rekomendasi kepada pihak-pihak tertentu terhadap laporan studi yang telah disusun. Dalam memberikan rekomendasi diberikan juga saran-saran serta perbaikan yang perlu, jika memang masih dibutuhkan, baik kelengkapan dokumen, maupun persyaratan lainnya.

**Sumber-sumber Data dan Informasi**

Adapun sumber-sumber data dan informasi yang dapat kita peroleh serta dapat dipercaya, antara lain sebagai berikut:

* Data dan informasi yang bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS)
* Data dan informasi yang bersumber dari Bank Indonesia (BI), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), perbankan, maupun lembaga keuangan lainnya.
* Data dan informasi yang bersumber dari Asosiasi Industri dan Dagang
* Data dan informasi yang bersumber dari Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), dan Badan Pengelola Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam LK)
* Data dan informasi yang bersumber dari lembaga-lembaga penelitian baik yang dilakukan oleh pemerintah seperti LIPI maupun swasta
* Data dan informasi yang bersumber dari universitas atau lembaga perguruan tinggi lainnya
* Data dan informasi yang bersumber dari publikasi kementerian teknis, misalnya data pertanian yang dikeluarkan oleh Kementerian Pertanian
* Data dan informasi yang bersumber dari publikasi ekonomi dan bisnis baik koran ataupun majalah

**BAB 2 ASPEK HUKUM**

**Pengertian Aspek Hukum**

Tujuan dari aspek hukum adalah untuk meneliti dan memastikan kebenarannya, keabsahan, dan keaslian dari dokumen-dokumen yang dimiliki terkait dengan kegiatan usaha atau bisnis yang akan dijalankan. Penelitian dokumen tersebut dapat dilakukan sesuai dengan lembaga yang mengeluarkan dan yang mengesahkan dokumen yang bersangkutan. Penelitian dokumen ini sangat penting mengingat sebelum usaha atau bisnis dijalankan, maka segala prosedur yang berkaitan dengan izin-izin atau berbagai persyaratan harus terlebih dahulu sudah terpenuhi. Bagi badan usaha yang akan dijalankan juga perlu disiapkan hal-hal yang berkaitan dengan aspek hukum seperti badan hukum perusahaan yang dipilih apakah berbentuk perseorangan, firma, perseroan komanditer, perseroan terbatas, koperasi, atau yayasan.

Bagi penilai studi kelayakan bisnis, dokumen perlu diteliti kebenaran, keabsahan, dan keasliannya meliputi badan hukum, izin-izin yang dimiliki, sertifikat tanah atau dokumen lain yang mendukung kegiatan usaha atau bisnis tersebut. Kegagalan dalam penilaian aspek ini akan berakibat tidak sempurnanya hasil penelitian, dengan kata lain apabila ada dokumen yang tidak sah atau tidak sempurna pasti akan menimbulkan masalah di kemudian hari.

Oleh karena itu hendaknya dalam melakukan analisis aspek hukum ini dilakukan secara teliti dan cermat dengan mencari sumber-sumber data yang jelas sampai ke tangan yang memang berkompeten untuk mengeluarkan dokumen yang hendak di teliti. Demikian juga bagi mereka yang hendak menyiapkan suatu proyek atau usaha maka perlu dilakukan berbagai persiapan yang berkaitan dengan aspek hukum ini.

**Jenis-jenis Badan Hukum Usaha**

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

* Perseorangan

Perusahaan perseorangan merupakan perusahaan yang dimiliki oleh perseorangan (hanya satu orang). Untuk mendirikan perusahaan perseorangan ini sagatlah sederhana dan tidak memerlukan persyaratan khusus, sebagaimana bentuk badan hukum usaha lainnya. Disamping itu pendirian perusahaan perseorangan ini tidak memerlukan modal yang besar. Kelebihan lainya adalah tidak memerlukan organisasi yang besar, hanya organisasi dan manajemen yang sederhana. Pimpinan perusahaan perseorangan biasanya pemilik usaha tersebut yang sekaligus menjadi penanggung jawab terhadap segala aktivitas bisnis perusahaan, termasuk kewajiban terhadap pihak luar. Artinya, jika terjadi sesuatu terhadap kewajiban kepada pihak lain, maka sepenuhnya tanggung jawab pemilik sampai kepada harta pribadinya.

* Firma (Fa)

Firma adalah perusahaan yang didirikan oleh dua orang atau lebih dan menjalankan perusahaan atas nama perusahaan. Untuk mendirikan firma terdiri dari dua cara. Pertama, melalui akta resmi, dan yang kedua, akta dibawah tangan. Jika melalui akta resmi maka proses selanjutnya harus sampai di berita negara. Namun jika memilih akta dibawah tangan, maka proses tidak perlu harus sampai berita negara, cukup melalui kesepakatan pihak-pihak yang bersangkutan. Kepemimpinan firma berada sepenuhnya di tangan pemilik sekaligus bertanggung jawab terhadap segala risiko yang mungkin timbul, seperti masalah utang piutang dan sebagainya. Modal firma diperoleh dari mereka yang terlibat dalam firma.

* Perseroan Komanditer (CV)

Perseroan Komanditer atau lebih sering di singkat CV, merupakan persekutuan yang didirikan atas dasar kepercayaan. Dalam perseroan komanditer terapat beberapa sekutu yang secara penuh bertanggung jawab atas sekutu lainnya. Kemudian ada satu atau lebih sekutu yang bertindak sebagai pemberi modal. Tanggung jawab sekutu komanditer hanya terbatas pada sejumlah modal yang ditanamkan pada perusahaan. Perusahaan berbadan hukum CV dijalankan oleh seorang sekutu aktif, dan bertanggung jawab atas semua risiko atau kewajiban kepada pihak ketiga. Tanggung jawab ini jug sampai kepada penggunaan harta pribadi apabila harta perusahaan tidak cukup untuk menutupi kewajibannya.

* Perseroan Terbatas (PT)

Perseroan Terbatas adalah badan hukum usaha yang paling banyak digunakan dan diminati oleh para pengusaha. Penyebabnya adalah karena badan hukum jenis ini banyak memiliki kelebihan jika dibandingkan dengan badan hukum usaha lainnya. Kelebihannya adalah luasnya bidang usaha yang dimiliki, kewenangan, dana tanggung jawab yang dimiliki terbatas kepada modal yang disetor.

Dalam praktiknya jenis Perseroan Terbatas terdiri dari:

* + Dilihat dari segi kepemilikan
    - Perseroan Terbatas Biasa

Merupakan Perseroan Terbatas di mana para pendiri, pemegang saham, dan pengurusnya adalah warga negara Indonesia dan badan hukum Indonesia (dalam pengertian tidak ada modal asing).

* + - Perseroan Terbatas Terbuka

Merupakan Perseroan Terbatas yang didirikan dalam rangka penanaman modal dan dimungkinkan warga negara asing dan/atau badan hukum asing menjadi pendiri, pemegang saham, dan/atau pengurusnya dari PT tersebut.

* + - Perseroan Terbatas PERSERO

Merupakan Perseroan Terbatas yang dimiliki oleh pemerintah melalui Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Perseroan Terbatas jenis ini sebagian besar pengaturannya tunduk pada ketentuan tentang Badan Usaha Milik Negara. Biasanya perusahaan jenis ini kata “persero” di tulis di belakang nama Perseroan Terbatas tersebut, contohnya PT. Telkom (Persero).

* + Dilihat dari segi status Perseroan Terbatas dibagi menjadi
    - Perseroan Tertutup

Perseroan Tertutup merupakan Perseroan Terbatas yang modal dan jumlah pemegang sahamnya memenuhi kriteria tertentu atau perseroan dan tidak melakukan penawaran umum.

* + - Perseroan Terbuka

Perseroan Terbuka maksudnya adalah perseroan yang modal dan jumlah pemegang sahamnya memenuhi kriteria tertentu atau perseroan yang melakukan penawaran umum, sesuai dengan peraturn perundang-undangan di bidang pasar modal. Pemberian nama Perseroan Terbatas jenis ini biasanya disertai dengan singkatan “Tbk.” di belakang nama PT tersebut, contohnya PT. XYZ Tbk.

Untuk perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas, hal-hal yang perlu di teliti adalah keabsahan dokumen dari Perseroan Terbatas Tersebut. Pendirian Perseroan Terbatas haruslah dibuatkan akta notaris, kemudian didaftarkan di pengadilan negeri untuk memperoleh pengesahan dan akan diberitakan dalam lembaran negara. Di dalam akta pendirian juga dicantumkan nama-nama pendiri, komisaris, direksi, bidang usaha, dan tujuan perusahaan didirikan. Tugas peneliti adalah dengan mengecek langsung ke lembaga yang berwenang menerbitkan dokumen atau ke kementerian teknis untuk meneliti keabsahan Perseroan Terbatas tersebut.

Hal-hal yang perlu diteliti khususnya yang berkaitan dengan keabsahan Perseroan Terbatas adalah sebagai berikut:

* + Akta notaris;
  + Persetujuan menteri kehakiman;
  + Pendaftaran di pengadilan setempat ;
  + Diumumkan dalam Berita Nasional Republik Indonesia (BNRI).
* Perusahaan Negara

Perusahaan Negara (PN) merupakan badan hukum usaha yang didirikan berdasarkan peraturn perundang-undangan. Modal untuk mendirikan Perusahaan Negaraadalah atas kekayaan negara yang dipisahkan dan tidak dipisahkan atas saham. Perusahaan Negara di pimpin oleh seorang kepala atau direksi yang diangkat oleh pemerintah.

* Perusahaan Daerah

Perusahaan daerah merupakan perusahaan yang didirikan dengan suatu peraturan daerah. Modal seluruhnya atau sebagian besar milik pemerintah daerah yang dipisahkan, kecuali dengan ketentuan lain dengan atau berdasarkan peraturan perundang-undangan. Tujuan didirikannya perusahaan daerah ini untuk turut serta melaksanakan pembangunan daerah khususnya dan pembangunan ekonomi nasional umumnya. Pimpinan perusahaan daerah di angkat oleh kepala daerah berdasarkan peraturan perundang-undangan.

* Yayasan

Merupakan badan hukum usaha yang tidak bertujuan untuk mencari keuntungan dan lebih menekankan pada usahanya pada tujuan sosial. Modal berasal dari sumbangan, wakaf, hibah, atau sumbangan lainnya. Yayasan memiliki pengurus dan harta milik pengurus dipisahkan dari harta yayasan.

* Koperasi

Menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1995, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasidengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi, sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat berdasarkan asas kekeluargaan.

**Jenis-jenis Izin Usaha**

Kegiatan usaha dimanapun selalu memerlukan berbagai dokumen penunjang usaha beserta izin-izin yang diperlukan sebelum menjalankan kegiatannya. Dokumen penunjang dan izin-izin tersebut diperlukan bertujuan untuk melindungi kepentingan perusahaan itu sendiri dari berbagai hal. Kemudian dokumen tersebut juga diperlukan oleh pemerintah sebagai data untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya kegiatan usaha.

Dalam praktiknya terdapat beragam jenis izin usaha. Banyaknya dan jenis izin yang dibutuhkan tergantung jenis usaha yang dijalankan. Adapau izin yang dimaksud adalah :

* Tanda Daftar Perusahaan (TDP);
* Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP);
* Izin-izin usaha;
* Sertifikat tanah atau surat-surat berharga yang dimiliki.

Izin-izin perusahaan lainnya yang harus segera diurus pemilik usaha dan yang harus dinilai oleh penilai adalah yang sesuai dengan jenis bidang usaha perusahaan tersebut. Izin-izin tersebut antara lain:

* Surat izin usaha perdagangan (SIUP);
* Surat izin usaha industri (SIUI);
* Izin usaha tambang;
* Izin usaha perhotelan dan pariwisata;
* Izin usaha farmasi dan rumah sakit;
* Izin usaha peternakan dan pertanian;
* Izin domisili, di mana perusahaan/lokasi usaha berada;
* Izin gangguan;
* Izin mendirikan bangunan (IMB);
* Izin tenaga kerja asing (jika perusahaan menggunakan tenaga kerja asing).

Di samping kebasahan dokumen di atas, yang tidak kalah pentingnya adalah penelitian dokumen lainnya, yaitu :

* Bukti diri (KTP, SIM atau Paspor);
* Sertifikat tanah;
* Bukti pemilikan kendaraan bermotor (BPKB);
* Serta surat-surat lainnya yang dianggap perlu.

**Dokumen yang Diteliti**

Banyaknya dokumen yang akan diteliti sangat tergantung dari jenis usahanya. Yang terpenting adalah urutan prioritas dokumen yang menjadi pokok perhatian. Urutan prioritas menunjukkan bahwa dokumen ini sangat penting bagi usaha yang akan diajukan nanti.

Secara umum dokumen yang akan diteliti sehubungan dengan aspek hukum ini adalah sebagai berikut:

* Bentuk Badan Usaha

Ada beberapa jenis bentuk badan hukum usaha yang lazim di Indonesia misalnya Perseroan Terbatas (PT), Perseroan Komanditer (CV), Firma (Fa), Koperasi, dan Yayasan. Kebanyakan perusahaan yang akan melakukan suatu investasi, nbiasanya perusahaan besar, baik dari segi modal maupun jangkauan usahanya. Oleh karena itu, biasanya perusahaan yang banyak melakukan studi kelayakan sebelum melakukan usahanyaadalah perusahaan yang berbadan hukum Perseroan Terbatas (PT). Penilaian PT harus sampai ke berita negara.

* Bukti Diri

Yaitu kartu yang menunjukkan identitas diri para pemilik usaha yang dikeluarkan oleh instansi yang berwenang. Dalam hal ini bisa KTP (Kartu Tanda Penduduk).

* Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

Setiap perusahaan yang akan beroperasi di Indonesia haruslah membuat surat tanda daftar perusahaan (TDP) sesuai dengan bidang usahanya masing-masing. Dalam hal ini, yang perlu di teliti adalah ke kementerian teknis yang mengeluarkan surat tanda daftar perusahaan tersebut. Kementerian teknisyang mengeluarkan TDP adalah Kementerian Perindustrian dan Perdagangan. Biasanya pengurusan TDP adalah pada saat perusahaan mengurus akta pendirian perusahaan tersebut.

* Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

Nomor Pokok Wajib Pajak merupakan salah satu dokumen penting untuk diteliti, apakah sudah dimiliki atau belum. Jika sudah diteliti maka dapat di cek ke kantor pelayanan pajak (KPP) selaku instansi yang berhak menerbitkan kartu nomor pokok wajib pajak (NPWP). Pentingnya NPWP agar setiap usaha yang dijalankan nantinya akan memberikan penerimaan kepada pemerintah berupa cukai dan pajak.

* Izin-izin Perusahaan

Selanjutnya adalah meneliti izin-izin yang dimiliki sesuai dengan jenis bidang usaha perusahaan tersebut. Penelitian keabsaha dokumen izin-izin ini juga hendaknya dijalankan ke instansi teknis yang berwenang mengeluarkan.

* Keabsahan Dokumen Lainnya

Disamping keabsahan dokumen di atas, tak kalah pentingnya adalah meneliti dokumen lainnya, yaitu:

* + Status hukum tanah;
  + Kendaraan bermotor;
  + Surat-surat penting lain yang di anggap perlu.

**Penelitian Lapangan**

Penelitian ke lapangan untuk mengecek kebenaran dari data-dat atau informasi yang kita butuhkan dan untuk menguji kebenaran dan keabsahan dokumen dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

* Mendatangi sumber informasi yang berhak mengeluarkan surat-surat atau dokumen-dokumen;
* Mencari informasi dari laporan, koran, majalah, atau perpustakaan yang memuat informasi yang relevan dengan analisis peneliti;

**BAB 3 ASPEK PASAR DAN PEMASARAN**

**Latar Belakang**

**Tujuan Perusahaan dalam Pemasaran**

Tujuan perusahaan memproduksi atau memasarkan suatu produk, baik berupa barang maupun jasa selalu berpatokan kepada apa yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut. Tujuan perusahaan dalam memasarkan produknya ini dapat bersifat jangka pendek atau jangka panjang.

Secara khusus dalam aspek pasar dan pemasaran bahwa tujuan perusahaan untuk memproduksi atau memasarkan produknya dapat dikategorikan sabagai berikut:

* Untuk meningkatkan penjualan dan laba

Artinya, tujuan perusahaan dalam hal ini adalah bagaimana caranya memperbesar omzet penjualan dari waktu ke waktu. Dengan meningkatkan omzet penjualan, maka diharapkan keuntungan atau laba juga akan dapat meningkat sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

* Untuk menguasai pasar

Untuk perusahaan jenis ini jelas tujuannya adalah bagaimana caranyamenguasai pasar yang ada dengan cara memperbesar *market share*-nya untuk wilayah tertentu. Peningkatan *market share* dapat dilakukan dengan berbagai cara, baik dengan cara mencari atau menciptakan peluang baru atau merebut *market share* pesaing yang ada.

* Untuk mengurangi persaingan

Tujuan perusahaan model ini adalh dengan cara menciptakan produk sejenis dengan mutu yang sama tetapi harga lebih rendah dari produk utama. Tujuannya adalah untuk mengurangi saingan dan antisipasi terhadap kemungkinan pesaing baru yang akan masuk ke dalam industri atau pasar tersebut.

* Untuk menaikkan prestise produk tertentu di pasaran

Dalam hal produk tertentu, terutama untuk produk kelas tinggi. Tujuan perusahaan memasarkan adalah untuk meningkatkan prestise produk di depan pelanggannya dengan cara promosi atau cara lainnya. Cara lainnya juga dilakukan dengan meningkatkan mutu, selera yang sesuai dengan keinginan konsumen.

* Untuk memenuhi permintaan pihak-pihak tertentu

Tujuan ini biasanya lebih diarahkan untuk memenuhi pihak-pihak tertentu dengan jumlah yang biasanya terbatas, misalnya permintaan pemerintah, atau lembaga tertentu.

Adapun tujuan kegiatan pemasaran suatu produk secara umum adalah sebagai berikut:

* Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan merangsang konsumsi;
* Memaksimumkan kepuasan konsumen;
* Memaksimumkan pilihan (ragam produk);
* Memaksimumkan mutu hidup (kualitas, kuantitas, ketersediaan, harga pokok barang, mutu lingkungan fisik, dan mutu lingkungan kultur);
* Meningkatkan penjualan barang dan jasa;
* Memenuhi kebutuhan akan suatu produk maupun jasa;
* Memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk.

**Pengertian Pasar dan Pemasaran**

Pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dispisahkan satu sama lainnya. Pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling memengaruhi satu sama lainnya. Dengan kata lain, setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar.

Pengertian pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan para pembeli untuk melakukan transaksi. Pasar dapat pula diartikan sebagai suatu mekanisme yang mempertemukan antara kekuatan permintaan dengan kekuatan penawaran. Yang dimaksud permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang diminta oleh konsumen pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu. Sedangkan penawaran adalah jumlah barang atau jasa yang ditawarkan produsen pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu.

Jumlah permintaan dan penawaran serta jenis barang yang ada di pasar pada saat ini dapat dijadikan dasar untuk mengetahui struktur pasar atas produk tersebut. Jadi, jika kita menanamkan investasi untuk menghasilkan suatu produk, maka pengenalan struktur pasar yang ada adalah mutlak diperlukan sebelum produk tersebut diluncurkan, agar strategi dan kebijakan tentang pemasaran yang diambil benar-benar tepat sasaran.

Dalam praktiknya terdapat berbagai struktur pasar yang ada. Salah satu cara mengenal struktur pasar adalah dengan melihat jumlah perusahaan yang ada di dalam industri yang menawarkan suatu barang dan jasa. Adapun jenis struktur pasar yang ada, adalah sebagai berikut:

* Pasar persaingan sempurna

Adalah suatu pasar dimana terdapat sejumlah besar penjual dan pembeli, sehingga tindakan penjual secara individu tidak dapat memengaruhi harga barang dan jasa di pasar. Produk yang dihasilkan produsen relatif sama (homogen) sehingga suatu produsen merupakan pelengkap sempurna bagi hasil produksi produsen lain. Dalam pasar ini, perusahaan bebas keluar masuk pasar, artinya tidak ada hambatan yang membatasi suatu perusahaan untuk masuk dan keluar pasar. Promosi tidak begitu diperlukan, dan untuk mencari keuntungan maka perusahaan harus mampu menentukan berapa tingkat produksi yang akan dihasilkan.

* Pasar persaingan monopolistik

Adalah suatu pasar di mana terdapat banyak penjual atau perusahaan dan memiliki ukuran yang relatif sama besarnya. Produk yang dihasilkan berbeda corak, sehingga secara fisik mudah dibedakan antara produsen satu perusahaan dan perusahaan lain. Masuk ke dalam pasar ini relatif lebih mudah. Perusahaan memiliki sedikit kekuatan dalam menentukan dan memengaruhi tingkat harga, sehingga untuk memperoleh penjualan yang tinggi memerlukan promosi yang sangat besar.

* Pasar oligopoli

Adalah sebuah struktur pasar yang hanya terdapat sedikit penjual. Barang yang dihasilkan adalah barang standar dan barang berbeda corak. Hambatan untuk masuk ke pasar ini sedikit sulit. Hal ini disebabkan modal yang diperlukan relatif besar. Peran iklan sangat dominan untuk meningkatkan penjualan. Dalam pasar ini kekuatan menentukan harga sangat tergantung keadaan. Jika perusahaan melakukan kerjasama dengan perusahaan lain, maka kekuasaan dalam menentukan harga relatif kuat, dan berlaku sebaliknya. Jadi perusahaan dalam pasar ini jarang bersaing mengenai harga, tetapi bersaing pada faktor lain seperti kualitas atau desain.

* Pasar monopoli

Adalah struktur pasar di mana hanya terdapat satu penjual saja. Barang yang dihasilkan tidak mempunyai barang pengganti yang mirip. Sulit sekali masuk ke dalam industri ini, karena berbagai hambatan seperti:

* + Pengusaan bahan baku yang strategis oleh pihak-pihak tertentu;
  + Terdapat skala ekonomi;
  + Peraturan pemerintah (hak paten, hak pengusaha ekslusif).

Kekuatan menentukan harga sangat kuat dan promosi dalam pasar ini kurang begitu diperlukan. Untuk mempeoleh keuntungan yang maksimal, perusahaan harus mampu menentukan tingkat harga dan jumlah produk yang haarus dijual secara bersamaan.

Pengertian pemasaran seperti yang dikemukakan oleh Philip Kotler

*adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.*

Pemasaran dapat pula diartikan sebagai upaya untuk menciptakan dan menjual produk kepada berbagai pihak dengan maksud tertentu. Pemasaran berusaha menciptakandan mempertukarkan produk baik barang maupun jasa kepada konsumen di pasar. Penciptaan produk tentu saja didasarkn kepada keinginan dan kebutuhan dan keinginan pasar. Akan sangat berbahaya jika penciptaan produk tidak didasarkan pada keinginan dan kebutuhan konsumen.Konsumen yang dan membutuhkan produk adalah individu atau kelompok tertentu (industri).

**Segmentasi Pasar, Pasar Sasaran, dan Posisi Pasar**

Agar investasi atau bisnis yang dijalankan dapat berhasildengan baik, maka sebelum melakukan strategi bersaing yang tepat. Unsur strategi persaingan ini adalah menentukan segmentasi pasar, menetapkan pasar sasaran, dan menentukan posisi pasar, atau sering disebut (STP – Segmentation, Targeting, Positioning).

**Segmentasi Pasar**

Segmentasi pasar artinya membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau marketing mix yang berbeda pula. Segmentasi pasar perlu dilakukan mengingat di dalam suatu pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda keinginan dan kebutuhannya. Oleh karena itu setiap perbedaan memiliki potensi untuk menjadi pasar tersendiri. Untuk melakukan segmentasi pasar terdiri dari beberapa variabel yang harus diperhatikan. Tujuannya adalah agar segmentasi yang telah dilakukan tepat sasaran.

Berikut ini adalah variabel utama untuk melakukan segmentasi pasar konsumen menurut Kotler, antara lain:

* Segmentasi berdasarkan geografis
  + Bangsa;
  + Provinsi;
  + Kabupaten;
  + Kecamatan;
  + Iklim.
* Segmentasi berdasarkan demografis
  + Umur;
  + Jenis kelamin;
  + Ukuran keluarga;
  + Pendapatan;
  + Pekerjaan;
  + Pendidikan;
  + Agama;
  + Ras.
* Segmentasi berdasarkan psikografis
  + Kelas sosial;
  + Gaya hidup;
  + Karakteristik kepribadian.
* Segmentasi berdasarkan perilaku
  + Pengetahuan;
  + Sikap;
  + Kegunaan;
  + Tanggap terhadap suatu produk.

**Pasar Sasaran**

Setelah segmentasi pasar dilakukan, maka terdapat beberapa segmrn yang layak untuk digarap karena dianggap paling potensial. Secara umum pengertian menetapkan pasar sasaran adalah mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu atau lebih dari segmen pasar untuk dilayani. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangakan ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran yang diinginkan.

Kegiatan menetapkan pasar sasaran meliputi:

* Evaluasi segmen pasar
  + Ukuran dan pertumbuhan segmen seperti data tentang penjualan terakhir, proyeksi laju pertumbuhan dan margin laba dari setiap segmen. Yang dipilih adalah penjualan terakhir, proyeksi laju pertumbuhan dan margin laba dari setiap segmen.
  + Struktur segmen yang menarik dilihat dari segi profitabilitas. Kurang menarik apabila terdapat pesaing yang kuat dan agresif. Perusahaan harus memperhatikan ancaman dari produk oengganti (subtitusi)
  + Sasaran dan sumber daya perusahaan. Memerhatikan energi yang dimiliki perusahaan, yaitu ketersediaan sumber daya manusia termasuk ketrampilan yang dimilikinya.
* Memilih segmen, yaitu menentukan satu atau lebih segmen yang memiliki nilai tinggi bagi perusahaan, menetukan segmen mana dan berapa banyak yang dapat dilayani:
  + Pemasaran serbasama, melayani semua pasar dan tawaran pasar, dalam arti tidak ada perbedaan. Mencari apa yang sama dalam kebutuhan konsumen. Biasanya produk seperti permen yang bisa ditujukan untuk semua orang. Keuntungannya adalah dapat lebih menghemat biaya.
  + Pemasaran serbaaneka, merancang tawaran untuk semua pendapatan, tujuan, atau kepribadian. Seperti beda desain untuk industri mobil. Untuk pasar ini memerlukan biaya yang tinggi.
  + Pemasaran terpadu, khususnya untuk sumber daya manusia yang terbatas.

**Posisi Pasar**

Menetukan posisi pasar, yaitu menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Kegiatan ini dilakukan setelah menentukan segmen mana yang akan dimasuki, maka harus pula menentukan posisi mana yang ingin dtempati dalam segmen tersebut.

Posisi produk adalah bagaimana suatu produk yang didefinisikan oleh konsumen atas dasar atribut-atributnya. Tujuan penetapan posisi pasar adalah untuk membangun dan mengomunikasikan keunggulan bersaing produk yang dihasilkan ke dalam benak konsumen.

Sebagai contoh:

* Mobil Mercedes-Benz diposisikan sebagai mobil mewah;
* Mobil Toyota Kijang diposisikan sebagai mobil keluarga;
* Mobil Suzuki Carry Pick-up.

Strategi penentuan posisi pasar terdiri dari:

* Atas dasar atribut (harga mahal atau murah);
* Kesempatan penggunaan (sebagai minuman energi atau penurun panas);
* Menurut kelas pengguna (Shampoo untuk orang dewasa atau anak-anak);
* Langsung menghadapi pesaing (kami yang nomor satu);
* Kelas produk (sabun kecantikan).

Memilih dan melaksanakan strategi penentuan posisi pasar:

* Identifikasi keunggulan kompetitif yang mungkin memberi nilai yang terbesar dengan cara mengadakan pembedaan, yaitu:
  + Diferensiasi produk;
  + Diferensiasi jasa;
  + Diferensiasi personel;
  + Diferensiasi citra.
* Memilih keunggulan kompetitif yang tepat
  + Berapa banyak perbedaan dipromosikan
  + Perbedaan mana yang dipromosikan
* Mewujudkan dan mengomunikasikan posisi di pilih.

**Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix)**

Setelah strategi bersaing dan unsur segmentasi, target, dan posisi pasar (STP) ditetapkan, maka selanjutnya perlu di selaraskan dengan kegiatan pemasaran lainnya seperti bauran pemasaran (*marketing mix strategy*). Adapun strategi bauran pemasaran tersebut adalah sebagai berikut:

* **Strategi Produk**

Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk dapat berupa barang atau jasa.

Faktor-faktor yang memengaruhi kesempatan atau peluang bagi produk baru diantaranya adalah sebagai berikut:

* + Perubahan ekonomi;
  + Perubahan sosial dan budaya;
  + Perubahan teknologi;
  + Perubahan politik.

Strategi produk yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan suatu produk antara lain:

* + Menentukan logo dan moto

Logo merupakan ciri khas suatu produk. Sedangkan moto merupakan serangkaian kata yang berisikan visi dan misi perusahaan. Baik logo dan moto harus dirancang dengan baik dan benar;

* + Menciptakan merek

Merek merupakan suatu hal penting bagi konsumen untuk mengenal produk yang ditawarkan. Pengertian merek sering diartikan oleh konsumen sebagai nama, istilah, simbol, desain, atau kombinasi hari semuanya;

* + Menciptakan kemasan

Kemasan merupakan sesuatu yang membungkus produk. Penciptaan kemasan harus berkualitas dan menarik perhatian konsumen;

* + Keputusan label

Label merupakan sesuatu yang dilengketkan pada produk yang ditawarkan dan juga merupakan bagian dari kemasan.

* **Strategi Harga**

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Harga adalah sejumalh uang yang diserahkan dalm pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku atau tidaknya suatu produk yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan.

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

* + Menentukan tujuan penetapan harga;
  + Memperkirakan permintaan, biaya, dan laba;
  + Memilih strategi harga untuk membantu menentukan pangsa pasar;
  + Menyesuaikan harga dasar dengan taktik penetapan harga.

Berikut adalah tujuan penentuan harga secara umum, yaitu:

* + Untuk bertahan hidup

Dalam hal ini, tujuan penentuan harga semurah mungkin dengan maksud agar produk yang ditawarkan dapat laku di pasaran dengan catatan harga murah tetapi masih dalam kondisi yang menguntungkan;

* + Untuk memaksimumkan laba

Tujuan penentuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga diharapkan laba dapat meningkat. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau mahal;

* + Untuk memperbesar pangsa pasar

Penentuan harga dengan menggunakan harga murah diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan diharapkan pula pelanggan dari pesaing akan beralih melalui harga murah dari produk yang ditawarkan;

* + Mutu produk

Tujuannya adalah untuk memberikan kesan bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas lebih tinggi dari kualitas produk perusahaan pesaing. Biasanya harga ditentukan lebih tinggi, karena masih adanya anggapan bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang harganya lebih tinggi dari harga pesaing;

* + Karena pesaing

Dalam hal ini penentuan harga melihat harga yang ditawarkan oleh pesaing dengan tujuan agar harga yang ditawarkan tidak berbeda terlalu jauh dengan yang ditawarkan oleh pesaing.

* **Strategi Lokasi dan Distribusi**
* **Strategi Promosi**

**Peramalan di Masa yang Akan Datang**

**Cara Mengestimasi Pasar**

**BAB 4 ASPEK KEUANGAN**

**Penertian Aspek Keuangan**

**Sumber-sumber Dana**

**Biaya Kebutuhan Investasi**

**Arus Kas**

**Kriteria Penilaian Investasi**

**Rasio-rasio Keuangan**

**Proyeksi Neraca dan Laporan Laba/Rugi**

**Pengukuran dengan Rasio Keuangan**

**BAB 5 ASPEK TEKNIS/OPERASI**

**Pengertian Aspek Teknis/Operasi**

**Tujuan Aspek Teknis/Operasi**

**Penentuan Lokasi Usaha**

**Metode Penilaian Lokasi**

**Luas Produksi**

**Tata Letak (Layout)**

**Pemilihan Teknologi**

**Economic Order Quantity (EOQ)**

**Safety Stock (SS)**

**Reorder Point (ROP)**

**BAB 6 ASPEK MANAJEMEN DAN ORGANISASI**

**Pengertian Aspek Manajemen**

**Manajemen Pembangunan Proyeksi**

**Manajemen Sumber Daya Manusia**

**Pengertian Organisasi**

**Bentuk-bentuk Organisasi**

**BAB 7 ASPEK EKONOMI DAN SOSIAL**

**Pengertian Aspek Ekonomi dan Sosial**

**Dampak yang Timbul**

**Peningkatan Pendapatan Nasional**

**BAB 8 ANALISIS DAMPAK LINGKUNGAN HIDUP (AMDAL)**

**Pengertian AMDAL**

**Dampak yang ditimbulkan**

**Tujuan dan Kegunaan Studi AMDAL**

**Rona Lingkungan Hidup**

**Prakiraan Dampak Besar dan Penting**

**Evaluasi Dampak Besar dan Penting**

**Ruang Lingkup Studi dan Metode Analisis Data**

**Sistematika Penyusunan Dokumen AMDAL**

**Kegunaan dan Keperluan Rencana Usaha dan/atau Kegiatan**