

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. **Bisnis (*Business*)**

Bisnis menurut (Griffin dan Ebert, 2008) merupakan aktifitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen. Dapat dilakukan oleh organisasi perusahaan yang memiliki badan hukum, perusahaan yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yang tidak memiliki badan hukum maupun badan usaha seperti pedagang kaki lima, warung yang tidak memiliki Surat Izin Tempat Usaha (SITU) dan Surat Izin Tempat Usaha (SIUP) serta usaha informal lainnya. Disimpulkan bahwa bisnis adalah suatu aktifitas yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa bisnis mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

1. Merupakan kegiatan individu atau kelompok.
2. Terorganisasi (adanya manajemen).
3. Memproduksi barang atau jasa.
4. Menciptakan nilai.
5. Produksi dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.
6. Melakukan transaksi atau pertukaran
7. Mendapatkan laba (keuntungan) dari kegiatannya.

2.2. Business Plan

Perencanaan bisnis (*Business plan*) menurut *Hisrich, Peter*, 1995 (Alma, 2004) merupakan dokumen tertulis yang disiapkan oleh wirausaha yang menggambarkan semua unsur-unsur yang relevan baik internal, maupun eksternal mengenai perusahaan untuk memulai sewaktu usaha. *Business Plan* atau perencanaan bisnis mempunyai manfaat diantaranya adalah (Ismail, 2007) :

1. Dapat mendekati asumsi kebenaran
2. Membandingkan hasil dengan rencana
3. Alat komunikasi untuk meyakinkan pihak lain
4. Wirausaha dapat berpikir kritis dan objektif

Di dalam membuat perencanaan bisnis perusahaan harus memperhatikan beberapa aspek yang nantinya dapat meningkatkan kinerja produksi dari perusahaan tersebut. Aspek-aspek tersebut antara lain :

2.2.1. Aspek Industri

Dalam aspek industri harus menganalisa struktur industri yang akan dimasuki, seperti persaingan yang telah ada, bagaimana dengan kekuatan dan penawaran pembeli, barang subsidi yang ada, bagaimana kekuatan *supplier* bahan baku yang kita perlukan, serta kemampuan pesaing untuk masuk ke dalam industri ini. Jika industri sudah terlalu tinggi persaingannya, maka tidak akan mudah untuk masuk.

Penentuan strategi usaha dan bisnis model menjadi penting, karena hal ini akan menentukan semua aspek studi kelayakan usaha selanjutnya, jika salah penentuan maka akan terjebak dengan analisis yang keliru. Berikut ini analisa industri menurut Michael Porter (Suwinto, 2011).

a) Persaingan Industri

Persaingan dalam industri sangat mempengaruhi kebijakan dan kinerja perusahaan. Dalam situasi persaingan yang oligopoli, perusahaan mempunyai kekuatan yang cukup besar untuk mempengaruhi pasar. Sementara itu, persaingan pasar yang sempurna biasanya akan memaksa perusahaan menjadi *follower* termasuk dalam hal harga produk, sehingga perusahaan perlu mengetahui situasi pesaingnya.

b) Kekuatan dan Penawaran Pembeli

Pembeli memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perusahaan untuk memotong harga atau menekan harga, untuk meningkatkan mutu dan servis, serta menghadapkan perusahaan dengan competitor (pesaing) melalui kekuatan yang mereka miliki.

c) Kekuatan *Supplier*

Pemasok atau *supplier* adalah perusahaan yang menyediakan bahan baku, tenaga kerja, keuangan dan sumber informasi kepada perusahaan lain. Pemasok memegang peranan yang sangat penting bagi kelancaran bisnis sehingga pemilihan pemasok dapat meningkatkan keunggulan bersaing.

d) Kemampuan Pesaing Baru untuk Masuk

Pesaing merupakan perusahaan dalam industri yang sama dan menjual produk yang sama, baik berupa barang atau jasa kepada pelanggan. Pesaing sangat berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis. Perusahaan harus memiliki keunggulan bersaing untuk dapat memenangkan persaingan. Oleh karena itu, analisis terhadap kelebihan dan kelemahan pesaing dibandingkan dengan perusahaan sangat penting dalam menentukan strategi bisnis baik jangka pendek, menengah dan jangka panjang.

2.2.2. Aspek Pasar

Pasar merupakan tempat berkumpul para penjual dan pembeli dalam menawarkan barang maupun jasa sesuai dengan kemampuan dan keinginan untuk memiliki barang dan jasa tersebut, sehingga terjadi kesepakatan transaksi atas kepemilikan barang atau kenikmatan jasa. Berikut ini merupakan analisa aspek pasar (Suwinto, 2011) :

a) Permintaan dan Penawaran

Permintaan merupakan perkiraan akan kemungkinan kebutuhan konsumen yang bisa dipenuhi dengan produk atau jasa. Jika produk atau jasa diluncurkan, diharapkan konsumen akan melakukan pembelian. Dalam hal ini keputusan pembelian dihubungkan dengan faktor kualitas, harga dan pandangan nilai produk kepada konsumen. Sedangkan penawaran merupakan

jumlah produk atau jasa yang akan ditawarkan kepada pasar berdasarkan kemampuan produk atau jasa yang dijual.

Permintaan dan penawaran produk akan ditentukan oleh hal-hal sebagai berikut :

1. Nilai produk yang diberikan kepada konsumen
2. Harga yang dikenakan kepada konsumen
3. Harga produk sejenis maupun substitusi
4. Kualitas produk yang ditawarkan

b) Bentuk Pasar

Kategori pasar dibagi menjadi dua kategori yaitu kategori pasar produsen dan pasar konsumen.

Pasar produsen dikategorikan sebagai berikut :

1. Pasar persaingan sempurna

Jenis pasar dengan jumlah produsen tidak terbatas dan adanya kebebasan dalam menentukan penjualan produk.

2. Pasar monopoli

Jenis pasar ini produsen hanyalah satu pihak, dan produsen ini bisa menjadi satu-satunya karena kemampuan akan menguasai teknologi tertentu, adanya proteksi peraturan pemerintah, penguasaan akan sumber daya alam tertentu.

3. Pasar oligopoli

Jenis pasar dimana jumlah produsen lebih dari satu akan tetapi terbatas.

4. Pasar persaingan monopolistik

Jenis pasar ini produsen bebas untuk keluar masuk dan tidak memiliki produk homogen, akan tetapi produknya dikuasai oleh beberapa perusahaan besar.

Pasar konsumen digolongkan sebagai berikut :

1. Pasar konsumen

Pasar ini merupakan pasar pemakai atau penikmat akhir dari sebuah produk atau jasa langsung, sehingga pembeli tidak perlu melakukan proses lagi.

2. Pasar industri

Produk atau jasa yang dibeli akan diolah kembali untuk dijadikan bahan dasar, dan hasil yang dikelola baru akan dijual lagi ke pasar konsumen maupun penjual.

3. Pasar penjual kembali

Para pembeli melakukan penjualan kembali terhadap produk yang dibeli. Nilai tambah yang diberikan adalah nilai tambah yang berasal dari pemindahan barang atau transportasi.

4. Pasar pemerintah

Pemerintah merupakan salah satu pasar tunggal terbesar, sehingga pasar ini juga memiliki karakteristik tersendiri. Pengeluaran pemerintah ditetapkan secara jelas dan dicantumkan dalam APBN.

c) Meramal Permintaan

Dalam melakukan usaha diperlukan pembelajaran akan permintaan dan penawaran pasar saat ini. Bagaimana dengan kondisi pasar saat ini, apakah *over supply* atau *under supply*. (Sugiarto dan Harijono, 2000).

2.2.3. Aspek Lingkungan

Lingkungan tempat usaha harus dianalisis dengan cermat. Disatu sisi dapat menjadi peluang dari bisnis yang akan dijalankan, namun disisi lain lingkungan yang tidak tepat justru menjadi ancaman bagi perkembangan bisnis. Suatu bisnis dapat menimbulkan berbagai aktivitas sehingga menimbulkan dampak bagi lingkungan disekitar lokasi bisnis. Perubahan kehidupan masyarakat sebagai akibat dari adanya aktivitas bisnis dapat berupa semakin ramainya keadaan disekitar lokasi bisnis, juga perubahan gaya hidup. Aspek Lingkungan yang harus di perhatikan adalah aspek lingkungan hidup.

Aspek lingkungan hidup sangat penting terutama bagi perusahaan. Pada saat ini, perusahaan-perusahaan diwajibkan untuk memperhatikan

lingkungan seperti pembuangan limbah, penggunaan bahan yang tidak bisa melebur seperti plastik.

2.2.4. Aspek Pemasaran

Pemasaran yaitu kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen, menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen (*product*), menentukan tingkat harga (*price*), mempromosikannya agar produk dikenal konsumen (*promotion*), dan mendistribusikan produk ke tempat konsumen. Tujuan pemasaran adalah bagaimana barang dan jasa yang dihasilkan disukai, dibutuhkan dan dibeli oleh konsumen.

2.2.5. Aspek Manajemen

Menurut James A.F. Stoner (Suwinto, 2011), Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Fungsi-Fungsi Manajemen sebagai berikut :

a) Perencanaan (*Planning*)

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

b) Pengorganisasian (*Organizing*)

Proses mengelompokkan kegiatan-kegiatan atau pekerjaan-pekerjaan ke dalam unit-unit.

c) Pelaksanaan (*Actuating*)

Proses untuk menjalankan kegiatan/ pekerjaan dalam organisasi.

d) Pengawasan (*Controlling*)

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

2.2.6. Aspek Sumber Daya Manusia

Dalam setiap pelaksanaan ide usaha, pasti memerlukan adanya aspek sumber daya yang akan menjalankan usaha atau ide menjadi usaha.

Dalam beberapa perencanaan sumber daya manusia, perlu menganalisis hal-hal berikut (Suwinto, 2011):

a) Deskripsi Pekerjaan

Deskripsi pekerjaan wajib dilakukan mengingat fungsi setiap departemen harus jelas, tidak terjadi tumpang tindih dalam kegiatan pekerjaan, dan menghindari adanya pengulangan pekerjaan yang sama oleh bagian yang berbeda.

b) Kapasitas Sumber Daya Manusia

Kapasitas akan menentukan produktivitas dan profitabilitas perusahaan, kapasitas yang sesuai dengan kemampuan produksi perusahaan menjadi sangat penting.

c) Rekrutmen

Pencarian sumber daya manusia menjadi penting karena disinilah dimulainya tahapan pertama pengenalan usaha. Sumber daya yang tepat akan bertumbuh di posisi yang tepat dalam organisasi yang tetap.

d) Training

Sejalan dengan tuntutan lingkungan dan perkembangan teknologi, maka setiap sumber daya semestinya diberikan pelatihan yang sesuai dengan pekerjaan. Pelatihan bisa diberikan dalam bentuk *soft skill* dan *hard skill*. *Soft skill* adalah pelatihan untuk memperkaya pengetahuan karyawan akan hal-hal yang berhubungan dengan personal karyawan seperti motivasi. Sedangkan *hard skill* lebih ke pelatihan yang berhubungan langsung dengan pekerjaan agar bisa bekerja lebih lagi dari waktu ke waktu.

2.2.7. Aspek Operasional dan *Layout*

a) Lokasi produksi yang digunakan dan *layout*

Penentuan lokasi merupakan hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan dengan baik dan mendalam dengan memperhatikan akan sumber daya yang mau dipakai baik sumber daya bahan baku, sumber daya manusia, transportasi, dan dampak terhadap lingkungan sekitar, dalam menjual suatu barang atau

jasa penentuan lokasi sangat penting, karena konsumen sendirilah yang akan datang menikmati barang atau jasa yang dijual di tempat.

Tata letak (*layout*) fasilitas yang tersedia akan berpengaruh pada persepsi pelanggan atas kualitas suatu tempat. Unsur-unsur yang perlu diperhatikan dalam tataletak fasilitas jasa meliputi :

- Pertimbangan spasial
- Perencanaan ruang
- Perlengkapan/ perabotan
- Tata cahaya
- Tempat parkir
- Warna ruangan
- Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

b) Hambatan-hambatan dalam perusahaan

Hambatan-hambatan dalam berbisnis sangat penting untuk dianalisis karena dengan adanya hambatan yang terjadi dapat merugikan perusahaan. Hambatan-hambatan yang perlu diperhatikan antara lain:

1. Jumlah Produksi

Aktivitas produksi hendaknya direncanakan dan dapat ditentukan dari awal. Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah produksi :

- ✓ Suplai bahan baku
- ✓ Modal kerja
- ✓ Permintaan

2. Kontrol kualitas

Pengawasan akan kualitas produk barang maupun jasa suatu karakteristik produk dan jasa dari pemasaran, rekayasa, manufatur, dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa dapat memenuhi harapan-harapan para konsumen.

3. Manajemen Persediaan

Persediaan barang biasanya digunakan untuk mengantisipasi permintaan konsumen yang meningkat secara tajam, atau untuk mensuplai kekurangan bahan baku.

2.2.8. Aspek Keuangan (*Financial*)

Dalam mengembangkan bisnis diperlukannya modal baik dari sumber internal maupun eksternal. Tidak semua pihak memiliki modal yang cukup guna menjalankan usaha. Alasan utama orang tidak memulai suatu usaha adalah karena kurangnya modal. Dalam aspek keuangan dapat menentukan layak atau tidak layak sebuah usaha atau bisnis dijalankan dengan menelaah melalui perhitungan semua faktor produksi, yaitu pada sumber modal, rencana pembelanjaan dan sumber dana, rencana

- Analisis keuangan

Analisis Pendapatan :

Pendapatan Perhari :

- ✓ Produk yang dijual (harga X jumlah pendapatan perhari)

Pendapatan Perbulan :

- ✓ (Pendapatan perhari X 30 hari)

Pendapatan Pertahun:

- ✓ (Pendapatan perbulan X 12 bulan)

- Analisis Biaya Per Tahun

Pembelian bahan	XXX
Gaji karyawan	XXX
Biaya listrik dan air	XXX
Peralatan	XXX
Dll	XXX +
Jumlah biaya	XXX

- Harga Pokok Penjualan (HPP)

Suatu perusahaan perlu mengetahui tentang besarnya harga pokok produksi yang dihasilkan, karena informasi ini dapat dijadikan sebagai salah satu pedoman dalam menentukan harga jual maupun

untuk memperkirakan berapa keuntungan yang akan diperoleh dari hasil penjualan barang tersebut.

Menurut (Hansen dan Mowen, 2009) harga pokok produksi adalah mewakili jumlah biaya barang yang diselesaikan pada periode tertentu.

- Laporan Arus Kas

Laporan arus kas adalah esensial bagi tujuan kunci likuiditas manajemen. Tujuan utama laporan arus kas adalah untuk menyediakan informasi perihal penerimaan dan pengeluaran kas sebuah perusahaan selama satu periode akuntansi. Tujuan sampingannya adalah memasok informasi tentang aktivitas-aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan selama periode akuntansi. (Henry, 1999)

- *Net Present Value* (NPV)

Nilai sekarang bersih (NPV) merupakan selisih antara nilai sekarang dari arus kas masuk dan arus kas keluar yang berhubungan dengan suatu proyek. (Hansen dan Mowen, 2009)

Rumus :

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{ACF_t}{(1+R)^t} - IO$$

Keterangan :

CF = Cash Flow

IO = Initial outlays (investasi yang diperlukan)

N = perkiraan umur projek.

Atau

$$NPV = IO + I1/(1+r) + I2/(1+r)^2 + I3/(1+r)^3 + \dots + In/(1+r)^n$$

dimana:

IO : investasi tahun ke-0

In : net income tahun ke-1, 2, 3, ..n

r : discount rate

Tabel 2.2
NPV

Bila	Berarti	Maka
NPV > 0	Investasi yang dilakukan memberikan manfaat bagi perusahaan	Proyek bisa dijalankan
NPV < 0	Investasi yang dilakukan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan	Proyek ditolak
NPV = 0	Investasi yang dilakukan tidak mengakibatkan perusahaan untung ataupun merugi	Kalau proyek dilaksanakan atau tidak dilaksanakan tidak berpengaruh pada keuangan perusahaan. Keputusan harus ditetapkan dengan menggunakan kriteria lain misalnya dampak investasi terhadap positioning perusahaan.

- *Payback Periode*

Metode analisis kelayakan investasi yang dihasilkan dalam jangka waktu tertentu dibandingkan dengan modal atau investasi awal. Dalam metode ini yang dihitung adalah berapa lama jangka waktu pengembalian.

$$\text{Payback Periode} = \frac{\text{Investasi}}{\text{Mas Bersih perusahaan}} \times 12$$

2.2.9. Aspek Hukum

Aspek hukum merupakan aspek penting dalam legalitas, setiap usaha wajib memiliki legalitas, jika tidak akan dianggap ilegal dan tidak bisa melakukan kegiatan atau usaha gelap dan akan dikenakan sanksi jika terdeteksi kemudian hari. (Suwinto, 2011).

Pada dasarnya setiap usaha harus memiliki izin usaha seperti :

- Surat Izin Usaha Perdagangan
- Tanda Daftar Perusahaan
- NPWP

2.3. Franchise

Franchise merupakan suatu sistem pemasaran berkisar tentang perjanjian dua belah pihak, dimana terwaralaba menjalankan bisnis sesuai dengan syarat-syarat yang ditentukan oleh pewaralaba. *Franchise* dapat pula berarti sistem pemasaran yang melibatkan dua belah pihak yang terikat perjanjian, sehingga usaha waralaba harus dijadikan sesuai dengan

aturan-aturan dari pewaralaba. Secara umum *franchise* merupakan pengaturan bisnis yang memiliki perusahaan (pewaralaba) memberi/ menjual hak kepada pihak pembeli atau penerima hak (terwaralaba) untuk menjual produk atau jasa perusahaan pewaralaba tersebut dengan peraturan dan syarat-syarat lain yang telah ditetapkan oleh pewaralaba. Terdapat unsur-unsur dalam waralaba, yaitu :

1. Harus mempunyai merek : logo, moto, perusahaan.
2. Harus mempunyai system bisnis yang bisa digandakan : semua perangkat operasional bisnis yang mencakup standarisasi produk, metode pengolahan, standar iklan, system keuangan, dan lain-lain.
3. Adanya biaya *fee* yang dibayarkan.
4. Adanya pelatihan awal.