

## **BAB II**

### **TINJUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian *Aquascape***

Wihrlbrosky (2012), *aquascape* adalah kegiatan yang lebih bersifat seni dalam mengatur dan menanam tanaman air, batu dan kayu dalam cara yang menyenangkan secara estetis di dalam akuarium sehingga memberikan efek berkeburun di bawah air. Tujuan utama dari *aquascape* adalah untuk menciptakan sebuah pemandangan bawah air *aquascape* biasanya berisi kayu, ikan, batu, pasir, dan tanaman air yang indah. Banyaknya pilihan tanaman air dan media lain yang dapat digunakan untuk memilih tema atau gaya *aquascape* yang diinginkan misalkan gaya Belanda seperti taman dan gaya Jepang seperti alam.

#### **2.2 Iklim Dalam Budidaya *Aquatic Plants***

Menurut Ngasih (2015), ada tiga golongan tanaman air berdasarkan cara perbanyakannya dan tempat hidupnya, tanaman berakar (*rooted plant*), bercabang (*bunch plant*) dan mengapung (*floating plant*). Yang berakar dan bercabang digunakan sebagai asesoris akuarium, sedang yang mengapung menjadi penghuni kolam. Sebutan tanaman air ternyata tidak hanya mencakup tanaman yang hidup di dalam air, tetapi juga yang mengapung di permukaan air. Anggota *rooted plant* terdiri dari jenis-jenis yang mesti ditanam *soliter* (tunggal), memiliki akar panjang, dan diperjual belikan dalam keadaan berakar. Sedangkan pengertian *bunch plant* adalah *rooted plant* yang diperdagangkan tanpa akar dan perbanyakannya paling baik dengan setek. Kedua golongan ini banyak digunakan untuk menghias akuarium, sehingga sering disebut tanaman akuarium. Dalam membudidayakan *aquatic plants* dibutuhkan temperatur atau iklim sejuk yang cocok.

Menurut Supangkat (2007), sebagaimana diketahui, Salatiga terletak di daerah pedalaman Jawa Tengah di kaki gunung Merbabu dengan ketinggian tanah rata-rata 600 Meter di atas permukaan laut. Dengan kondisi alam seperti itu Salatiga menjadi kota yang berudara sejuk dengan suhu rata-rata 23-24 °C. Dengan didukungnya iklim yang cocok untuk budidaya *aquatic plants* seperti dikemukakan Anonim (2015), bahwa syarat tumbuh *aquascape* adalah temperatur. Temperatur ideal untuk akuarium *aquascape* adalah 23-25 °C.

#### **2.3 Studi Kelayakan Bisnis**

Menurut Umar (2001), studi kelayakan bisnis adalah penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat

dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan. Sedangkan pengertian bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan yang dimaksud dalam perusahaan bisnis adalah keuntungan *financial*. Namun dalam praktiknya perusahaan *non profit* pun perlu dilakukan studi kelayakan bisnis karena keuntungan yang diperoleh tidak hanya dalam bentuk *financial* akan tetapi juga *non financial*. Jadi dengan dilakukannya studi kelayakan bisnis akan dapat memberikan gambaran apakah usaha atau bisnis yang diteliti layak atau tidak untuk dilaksanakan. Untuk menentukan layak atau tidaknya suatu usaha dapat dilihat dari berbagai aspek. Setiap aspek untuk bisa dikatakan layak harus memiliki suatu standar nilai tertentu, namun keputusan penilaian tidak hanya dilakukan pada salah satu aspek saja. Penilaian untuk menentukan kelayakan harus didasarkan kepada seluruh aspek yang akan dinilai nantinya. Aspek-aspek yang dinilai dalam studi kelayakan bisnis meliputi aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek lingkungan, aspek keuangan, aspek teknis atau operasional dan aspek sumber daya manusia.

### **2.3.1 Aspek Hukum**

Menurut Suliyanto (2010), aspek hukum menganalisis kemampuan pelaku bisnis dalam memenuhi ketentuan hukum dan perizinan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis di wilayah tertentu. Aspek hukum mengkaji ketentuan yang harus dipenuhi sebelum menjalankan usaha. Ketentuan hukum untuk setiap jenis usaha berbeda-beda, tergantung pada kompleksitas bisnis tersebut. Adanya otonomi daerah menyebabkan ketentuan hukum dan perizinan antara daerah yang satu dengan daerah yang lain berbeda-beda. Oleh karena itu, pemahaman mengenai ketentuan hukum dan perizinan investasi untuk setiap daerah merupakan hal yang sangat penting untuk melakukan analisis kelayakan aspek hukum.

Menurut Siregar (1991), terdapat beberapa jenis badan hukum yang dapat didirikan di Indonesia, yaitu Perseorangan, Firma (Fa), Perseroan Comandirter (CV), Perseroan Terbatas (PT). Dalam mendirikan usaha, terdapat izin yang dibutuhkan salah satunya izin usaha yang dibuat dalam usaha perseorangan ini adalah SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan). Menurut Anonim (2015), bahwa surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) adalah surat izin untuk dapat melaksanakan kegiatan usaha perdagangan. Setiap perusahaan, koperasi, persekutuan maupun perusahaan perseorangan, yang melakukan kegiatan usaha perdagangan wajib memperoleh SIUP yang diterbitkan berdasarkan domisili perusahaan dan berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia. Menurut Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2010), bahwa setiap Perusahaan yang melakukan usaha perdagangan wajib untuk memiliki SIUP.

Berdasarkan Pasal 4 ayat (1) huruf c Permendag 46/2009, terdapat pengecualian kewajiban memiliki SIUP terhadap Perusahaan Perdagangan dengan kriteria:

- a. Usaha Perseorangan atau persekutuan;
- b. Kegiatan usaha diurus, dijalankan, atau dikelola oleh pemiliknya atau anggota keluarga terdekat.
- c. Memiliki kekayaan bersih paling sedikit Rp.50.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan.

Perusahaan perdagangan tetap dapat memperoleh SIUP apabila dikehendaki oleh perusahaan tersebut. Permohonan SIUP ini diajukan kepada Pejabat Penerbit SIUP dengan melampirkan surat permohonan yang ditandatangani oleh pemilik/pengurus perusahaan di atas materai yang cukup serta dokumen-dokumen yang disyaratkan dalam Lampiran II Permendag 36/2007.

Tidak hanya SIUP saja yang membuat suatu usaha aman, namun juga ada TDP dan SITU. Berdasarkan Undang-undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang wajib daftar perusahaan, maka perusahaan diwajibkan mendaftarkan ke kantor pendaftaran perusahaan, yaitu di Kantor Departemen Perdagangan setempat. NRP (Nomor Register Perusahaan) disebut juga TDP. NRP/TDP wajib dipasang di tempat yang mudah dilihat oleh umum. Nomor NRP/TDP wajib dicantumkan pada papan nama perusahaan dan dokumen-dokumen yang dipergunakan dalam kegiatan usaha.

SITU (Surat Izin Tempat Usaha), setiap perusahaan yang ada perlu dan harus mengurus SITU, demi keamanan dan kelancaran usahanya. SITU dikeluarkan oleh pemerintah kabupaten atau kotamadya sepanjang ketentuan-ketentuan Undang-Undang mewajibkannya. Dalam menjalankan perusahaan, pengusaha yang bersangkutan wajib menaati syarat-syarat antara lain keamanan, kesehatan, ketertiban dan syarat-syarat lain (mengutamakan tenaga kerja dari sekitarnya dan menjaga keindahan lingkungan, serta penghijauan).

### **2.3.2 Aspek Lingkungan**

Menurut Supit (2015), lingkungan untuk menjalankan bisnis harus dianalisis dengan cermat. Hal ini disebabkan lingkungan disatu sisi dapat menjadi peluang dari bisnis yang akan dijalankan. Keberadaan bisnis dapat berpengaruh terhadap lingkungan, baik lingkungan masyarakat maupun lingkungan ekologi tempat bisnis yang akan dijalankan. Analisis aspek lingkungan dilakukan untuk menjawab pertanyaan “apakah lingkungan setempat sesuai dengan ide bisnis yang akan dijalankan dan apakah manfaat bisnis bagi lingkungan lebih besar dibandingkan dampak negatifnya?”.

Menurut Debie (2011), aspek lingkungan hidup berkaitan erat dengan lingkungan sekitar tempat usaha itu sendiri yakni mengacu pada AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan). AMDAL diperlukan untuk studi kelayakan usaha dengan dua alasan pokok, yakni karena undang-undang mengatur demikian dan AMDAL harus dilakukan agar kualitas lingkungan tidak rusak dengan beroperasinya proses produksi.

Pada penelitian usaha tanaman esotik ini pasti berkaitan dengan limbah yang dihasilkan. Tanaman adalah termasuk makhluk hidup yang dapat tumbuh dan mati. Pada usaha ini, apa bila tanaman ini mati tidak akan membuat limbah yang membahayakan lingkungan, tanaman yang mati justru akan menjadi kompos. Menurut Musnamar (2009), yang menyatakan bahwa kompos diperoleh dari hasil pelapukan bahan-bahan tanaman atau limbah organik seperti jerami, sekam, daun-daunan, rumput-rumputan, limbah organik pengolahan pabrik, dan sampah organik yang terjadi karena perlakuan manusia

### **2.3.3 Aspek Pasar Dan Pemasaran**

Menurut Umar (1997), pada dasarnya pasar diartikan sebagai tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau tempat dimana kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran saling bertemu untuk membentuk suatu harga. Jadi ada tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar, yaitu orang dengan segala keinginannya, daya belinya serta tingkah laku dalam pembeliannya.

Menurut Yuliati (2008), analisis pasar sangat penting karena tidak ada proyek yang berhasil tanpa adanya permintaan produk tersebut. Analisis pasar bertujuan untuk mengetahui seberapa luas pasar produk yang bersangkutan yang dapat dipenuhi oleh perusahaan.

Analisis aspek pasar bertujuan antara lain untuk mengetahui berapa besar luas pasar, pertumbuhan permintaan, dan *market-share* dari produk bersangkutan. Hal-hal yang menjadi acuan dalam menentukan bisnis dari analisis aspek pasar dan pemasaran adalah sebagai berikut:

1. Produk yang dihasilkan perusahaan harus *marketable*. Jika tidak, sebaiknya kegiatan analisis studi kelayakan dihentikan.
2. Kecenderungan permintaan atas produk yang akan dihasilkan harus menunjukkan adanya kenaikan. Jika menurun, sebaiknya proses studi kelayakan untuk pendirian dihentikan, kecuali jika tujuan objek studi adalah pengembangan.
3. Kandungan material produk tidak mengandung unsur yang dilarang negara ataupun agama. Jika ada ditinjau dari aspek hukum, tidak akan direkomendasikan dan harus dihentikan.

Aspek pemasaran juga berperan penting, menurut Kasmir (2007), menyatakan bahwa aspek pemasaran ialah proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk (*product*), penetapan harga (*price*), pengiriman barang (*place*), dan mempromosikan barang (*promotion*). Seseorang yang bekerja dibidang pemasaran disebut pemasar. Pemasar ini sebaiknya memiliki pengetahuan dalam konsep dan prinsip pemasaran agar kegiatan pemasaran dapat tercapai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan manusia terutama pihak konsumen yang dituju. Aspek pemasaran merupakan faktor strategis atau kunci dari keberhasilan perusahaan, jika permintaan terhadap produk atau jasa yang dibuat kurang memadai seluruh kegiatan aspek-aspek yang lain tidak akan terwujud. Jika prospek permintaan terhadap permintaan produk lebih kecil dari penawarannya maka sistem produksi produk tersebut tidak layak dilaksanakan. Jika market *space* masih tersedia maka perlu diselidiki apakah pasar masih mampu menampung produk baru yang direncanakan. Untuk mengetahui potensi permintaan dan penawaran terhadap suatu barang atau jasa, perlu dilakukan penelitian yang mendalam tentang perkembangan permintaan dan jumlah pemasoknya. Perkembangan permintaan dapat diduga melalui perubahan pendapatan, selera dan tingkah laku konsumen dalam membeli barang dan jasa tersebut.

#### **a. Produk**

Suliyanto (2010), menyatakan bahwa produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Sedangkan menurut Husein (1999), produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dibeli, digunakan untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan. Menurut Yuliati (2008), setiap produk yang ditawarkan kepada konsumen dapat dilihat berdasarkan tiga tingkat. Pertama, inti produk itu sendiri yang merupakan pelayanan yang penting bagi pembeli, kedua produk yang berwujud, berdasarkan kualitasnya, merek, penampilannya dan pembungkusnya. Ketiga, produk yang baik, yang diikuti dengan pelayanan yang menyertai produk tersebut, seperti jaminan, pemasangan, pelayanan perawatan, dan pengangkutan gratis.

Menurut Rahmawati (2009), klasifikasi produk bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan daya tahan atau berwujud tidaknya produk dapat digolongkan menjadi berikut :

1. Barang tidak tahan lama (*Nondurable Goods*). Barang tidak tahan lama adalah barang yang berwujud biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian.

Contohnya adalah sabun, makanan, minuman, garam, dan lain-lain. Oleh karena itu barang jenis ini dikonsumsi dengan cepat (dalam waktu singkat) dan frekuensi pembeliannya sering terjadi. Maka strategi yang paling tepat adalah menyediakan dibanyak lokasi, menerapkan markup yang kecil, dan mengiklankan secara gencar untuk merangsang orang agar mencobanya dan sekaligus untuk membentuk preferensi.

2. Barang tahan lama (*Durable Goods*). Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian. Contohnya antara lain TV, lemari es, mobil, komputer dan lain sebagainya. Umumnya jenis barang ini membutuhkan *personal selling* dan pelayanan yang lebih banyak dari pada barang yang tidak tahan lama, memberikan keuntungan yang lebih besar, dan membutuhkan jaminan penjualannya.
3. Jasa (*Service*). Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya bengkel reparasi, salon kecantikan, kursus, hotel, lembaga pendidikan dan lain-lain.

#### **b. Harga**

Menurut Suliyanto (2010), harga adalah sejumlah uang dan atau barang yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi dari barang lain yang disertai dengan pemberian jasa. Penentuan tingkat harga sangat menentukan keberhasilan sebuah bisnis. Menurut Rahmawati (2009), harga adalah unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah secara cepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan dari perusahaan atau pendapatan bagi perusahaan.

#### **c. Tempat atau distribusi**

Menurut Suliyanto (2010), distribusi merupakan semua kegiatan yang dilakukan perusahaan dagang tujuan membuat produk yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen dapat dengan mudah diperoleh pada waktu dan tempat yang tepat. Sedangkan saluran distribusi merupakan saluran yang digunakan untuk menyalurkan barang dari produsen sampai ketangan konsumen.

#### **d. Promosi**

Pengertian promos menurut Suliyanto (2010), adalah kombinasi dari periklanan, *personal selling*, dan alat promosi lainnya yang direncanakan untuk mencapai tujuan program penjual.

### **2.3.4 Aspek Keuangan**

Menurut Suliyanto (2010), aspek keuangan menganalisis besarnya biaya investasi dan modal kerja serta tingkat pengembalian investasi dari bisnis yang akan dijalankan. Dalam

melakukan analisis keuangan terdapat jenis-jenis biaya yaitu biaya investasi, adalah penanaman modal untuk satu atau lebih aktiva yang dimiliki dan biasanya berjangka waktu lama dengan harapan mendapatkan keuntungan dimasa-masa yang akan datang. Biaya operasional yaitu semua biaya yang harus dikeluarkan agar kegiatan bisnis dapat beroperasi atau berjalan secara normal. Pengetahuan akan jenis permodalan untuk mengetahui sumber-sumber permodalan yang dapat digunakan untuk menjalankan ide bisnis. Jenis-jenis permodalan yaitu modal asing, merupakan modal yang berasal dari luar perusahaan, yang sifatnya bekerja dalam suatu perusahaan. Modal sendiri, merupakan modal yang berasal dari pemilik perusahaan, yang tertanam dalam perusahaan untuk jangka waktu yang tidak tertentu. Menurut Supit (2015), kriteria penilaian investasi dari aspek keuangan terdiri dari:

1) *Net Present Value* adalah selisih *Present Value* dari keseluruhan *Proceed* dengan *Present Value* dari keseluruhan investasi.

$$NPV = \sum_{i=1}^n \frac{NB_i}{(1+i)^n}$$

Dimana:

$NB_i = \text{Net benefit} = \text{Benefit} - \text{cost}$

$I = \text{Discount factor}$

$N = \text{Tahun(waktu)}$

Kriteria perhitungan *NPV*:

Jika  $NPV > 0$ , maka usaha layak untuk dijalankan.

Jika  $NPV < 0$ , maka usaha tidak layak untuk dijalankan.

2) *Internal Rate of Return* adalah suatu tingkat bunga (bukan bunga bank) yang menggambarkan tingkat keuntungan proyek dimana nilai sekarang *netto* dari seluruh ongkos investasi proyek, jumlahnya sama dengan biaya investasi dari investasi.

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

Dimana :

$NPV_1 = NPV$  yang diperoleh dari tingkat *discount factor* 1

$NPV_2 =$  Yang diperoleh dari tingkat *discount factor* 2

$i_1 =$  Tingkat *discount factor* 1

$i_2 =$  Tingkat *discount factor* 2

Kriteria perhitungan *IRR* = Jika  $IRR > \text{discount factor}$  yang telah ditentukan, maka usaha layak dijalankan. Jika  $IRR < \text{discount factor}$  yang telah ditentukan, maka usaha tidak layak dijalankan.

### **2.3.5 Aspek Teknis Dan Teknologi**

Aspek teknis menurut Suliyanto (2010), untuk menganalisis kesiapan teknis dan ketersediaan teknologi yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis. Hal yang perlu dianalisis pada aspek teknis dan teknologi adalah (1) pemilihan lokasi pabrik, karena lokasi pabrik yang strategis merupakan salah satu sumber keunggulan bersaing, (2) penentuan skala produksi yang optimal karena skala produksi yang terlalu besar akan menimbulkan pemborosan, namun sebaliknya skala yang terlalu kecil akan kehilangan peluang untuk mendapatkan keuntungan, (3) pemilihan mesin dan peralatan karena mesin dan peralatan yang digunakan sangat berpengaruh pada keberhasilan proses produk, (4) penentuan *layout* pabrik dan bangunan karena *layout* yang baik akan meningkatkan efisiensi dan efektifitas proses produksi, dan (5) pemilihan teknologi karena teknologi yang tepat memapukan perusahaan menghasilkan produk dengan kualitas yang baik dalam waktu yang cepat dan biaya yang murah.

### **2.3.6 Aspek Manajemen Dan Sumber Daya Manusia**

Menurut Suliyanto (2010), aspek manajemen dan sumber daya manusia menganalisis tahap-tahap pelaksanaan bisnis dan kesiapan tenaga kerja, baik tenaga kerja kasar maupun tenaga kerja trampil yang diperlukan untuk menjalankan bisnis. Analisis aspek sub manajemen lebih menekankan pada proses dan tahap-tahap yang harus dilakukan pada proses pembangunan bisnis, sedangkan analisis sub aspek sumberdaya manusia menekankan pada ketersediaan dan kesiapan tenaga kerja, baik jenis atau mutu maupun jumlah sumber daya manusia dibutuhkan untuk menjalankan bisnis.

Aspek sumber daya manusia adalah aspek analisis pengadaan sumber daya manusianya untuk menduduki dan memegang bagian dan fungsi organisasi sesuai dengan yang bisnis atau organisasi yang direncanakan. Aspek sumber daya manusia ini diawali dengan gambaran umum mengenai bisnis yang akan dibuat, struktur perusahaan atau organisasinya, dan siapa yang akan mendudukinya berdasarkan kriteria yang telah ditentukan.

Dalam setiap pelaksanaan ide usaha pasti memerlukan adanya aspek sumber daya yang akan menjalankan usaha atau ide menjadi usaha. Menurut Helmi (2013), dalam beberapa perencanaan sumber daya manusia, perlu menganalisis hal-hal berikut:

- 1) Desain Pekerjaan. Setelah penentuan organisasi, maka kita akan menjalankan desain pekerjaan apa saja yang diperlukan untuk menjalankan organisasi. Perusahaan di bidang jasa akan sangat berbeda dengan perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur, apalagi untuk manufaktur teknologi tinggi.



- 2) 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.
- 3) *Job Value*. Tujuan dari *job value* adalah penentuan nilai jabatan dengan kapasitas atas orang yang diperlukan. Nilai jabatannya akan dihubungkan dengan penghasilan yang akan diterima dengan tunjangan-tunjangan yang akan diterima, termasuk juga kesempatan jenjang karier.
- 4) Kapasitas sumber daya manusia. Kapasitas akan menentukan produktivitas dan profitabilitas perusahaan, kapasitas yang sesuai dengan kemampuan produksi perusahaan menjadi sangat penting.
- 5) *Recruitment*. Pencarian sumber daya manusia menjadi penting karena disinilah dimulainya tahapan pertama pengenalan usaha kita. Sumber daya yang tepat akan bertumbuh di posisi yang tepat dalam organisasi yang tetap. Perusahaan akan menentukan kriteria penyeleksian karyawan baru baik untuk nilai indeks prestasi waktu kuliah, harus lulus psikologi test dan wawancara serta harus lulus test kesehatan. Dalam *recruitment* perusahaan juga harus menganut beberapa hal yang harus diperhatikan seperti misalnya:
  - a. Pemberian kesempatan yang sama untuk semua golongan dan ras.
  - b. Pemberian kesempatan kepada kelompok wanita untuk bisa serta kerja dengan kaum pria.
  - c. Memperhatikan himbauan pemerintah setempat untuk mempekerjakan karyawan yang berasal dari daerah setempat.
- 6) *Productivity*. Setelah seseorang bergabung dalam organisasi, maka produktivitas menjadi perhatian kita, karena kontribusi positif dari pada setiap individu akan menghasilkan organisasi yang positif dan bertumbuh. Sejalan dengan kapasitas yang sesuai, maka produktivitas menjadi penting karena pengukuran produktivitas harus terpenuhi agar perusahaan bisa melaksanakan efisiensi kerja.
- 7) *Training and Development*. Sejalan dengan tuntutan lingkungan dan perkembangan teknologi, maka setiap sumber daya semestinya diberikan pelatihan dan pengembangan yang sesuai dengan tuntutan jaman dan pekerjaan. Pelatihan dan pengembangan juga membawa apresiasi kepada sumber daya manusia karena merasa dihargai dan dibimbing. 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. *Hard skill* lebih kepada pelatihan yang berhubungan langsung dengan pekerjaan agar bisa bekerja lebih lagi dari waktu ke waktu.

- 8) *Performance Appraisal*. Biasanya dalam masa setahun, setiap karyawan akan mengalami masa-masa konsultasi dengan mendapatkan umpan balik dari kinerja yang dicapai selama masa waktu tertentu. Dalam penilaian karyawan ini, yang dinilai tidak semata-mata pencapaian hasil kuantitatif tapi juga faktor-faktor proses dan kuantitas lainnya. Yang akan dinilai ada faktor kepuasan konsumen, cara manajemen dan juga kerjasama team.
- 9) *Compensation and Benefit*. Dalam setiap industry pasti terdapat struktur kompetisi yang akan diberikan kepada karyawannya yang terbaik. Selain gaji dasar, perusahaan juga akan memberikan tunjangan-tunjangan yang disesuaikan dengan tingkat jabatan dan kompetisi di pasar. Biasanya juga karyawan yang berprestasi bagus akan diberikan bonus pada akhir tahun.
- 10) *Career Planning*. Selain pengembangan akan kemampuan karyawan, perlu diperhatikan juga pengembangan karir yang akan dicapai karyawan. Sebelum penentuan karir, perusahaan biasanya juga akan mengkategorikan karyawan kedalam beberapa kelompok. Kompensasi dan tunjangan-tunjangan bukan satu-satunya yang dicari karyawan, mereka juga ingin mencapai kemajuan untuk dipromosikan kejabatan yang semakin tinggi maka diperlukan sebuah perencanaan karir yang lebih jelas untuk setiap individu yang ada dalam perusahaan khususnya untuk karyawan yang sangat bagus.
- 11) *Retrenchment* (penghematan). Setelah karyawan berbakti dalam waktu tertentu, maka karyawan juga akan memasuki tahapan berpisah yakni pensiun. Dalam hal pemutusan hubungan kerja ini, perusahaan semestinya memberikan kompensasi yang sesuai baik itu uang jasa maupun uang pisah sesuai dengan undang-undangan yang berlaku. Dalam rangka mengembangkan dan mempertahankan karyawan agar karyawan tidak mudah tertarik untuk pindah kerja keperusahaan lain, selain memberikan kompensasi dan tunjangan, karyawan juga bisa di motivasi dengan:
- Memperluas cakupan pekerjaan (*job enlargement*)
  - Rotasi pekerjaan (*job rotation*)
  - Pemberdayaan dan partisipasi manajemen

Pada saat ini, perusahaan memiliki dua jenis kerjasama dengan karyawan yakni:

- Karyawan telah berpengalaman kerja biasanya akan diterima dengan memberikan masa percobaan selama 3 bulan untuk melihat prestasi kerjanya.
- Karyawan yang belum berpengalaman akan diterima dengan masa kerja kontrak untuk masa tertentu seperti 12 bulan misalnya. Kontrak bisa diperpanjang dengan maksimal satu kali untuk jangka waktu yang sama dengan sebelumnya.

- c. Selain kedua tipe tersebut, beberapa perusahaan menempuh cara *out sourcing* untuk pekerjaan yang dianggap penting, biasanya *out sourcing* yang dilakukan seperti untuk bagian keamanan perusahaan, bagian *general affair* tetapi ada juga untuk bagian pembayaran gaji.
- d. Semua hal tersebut dilakukan harus sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku dimana saat ini yang berlaku adalah Undang-Undang No. 13 Tahun 2003.

## 2.4 Risiko Usaha

Menurut Lokobal (2014), kata risiko berasal dari bahasa Arab yang berarti hadiah yang tidak diharap-harap datangnya dari surga. Risiko adalah sesuatu yang mengarah pada ketidak pastian atas terjadinya suatu peristiwa selama selang waktu tertentu yang mana peristiwa tersebut menyebabkan suatu kerugian baik itu kerugian kecil yang tidak begitu berarti maupun kerugian besar yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup dari suatu perusahaan. Risiko pada umumnya dipandang sebagai sesuatu yang negatif, seperti kehilangan, bahaya, dan konsekuensi lainnya. Kerugian tersebut merupakan bentuk ketidak pastian yang seharusnya dipahami dan dikelola secara efektif oleh organisasi sebagai bagian dari strategi sehingga dapat menjadi nilai tambah dan mendukung pencapaian tujuan organisasi.

Menurut Umar (2010), didalam proses produksi atau operasi produk barang dan jasa cukup banyak risiko yang perlu diantisipasi. Risiko-risiko tersebut antara lain mengenai:

- a. Masalah pemasok. Risiko terjadi apabila perusahaan menggunakan pemasok yang ternyata tidak memenuhi komitmen yang sudah mereka buat.
- b. Kerusakan kualitas. Risiko karena penarikan kembali barang-barang yang ditawarkan dipasar yang disebabkan oleh dua hal. Pertama, karena kualitas dan kuantitas barang yang ditawarkan dipasar.
- c. Berkurangnya daya saing. Risiko karena berkurangnya daya saing produk dengan produk sejenis di pasar.