

Modul Manajemen Kelayakan



Penulis :

Resy Kumala Sari S.T., M.S

KATA PENGANTAR

Modul ini disusun berdasarkan pengamatan penulis terhadap kesulitan yang dialami mahasiswa dalam memahami Manajemen Kelayakan. Meskipun mereka telah mendapatkan materi melalui mata kuliah terkait, penulis merasa hal tersebut belum cukup untuk menguatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam bidang ini.

Oleh karena itu, modul ini dirancang untuk membantu mahasiswa menyusun ide bisnis secara mandiri dan mampu merealisasikan, mengembangkan, serta mengelolanya sesuai ide tersebut. Materi dalam buku ini memberikan pemahaman mendalam dan referensi mengenai berbagai perspektif manajemen kelayakan. Dengan demikian, mahasiswa dapat mengembangkan konsep bisnis yang lebih layak, matang dan terarah.

Selain bermanfaat bagi mahasiswa, modul ini juga dapat digunakan oleh dosen dan praktisi sebagai bahan ajar dan panduan praktis dalam penyusunan rencana bisnis atau kegiatan serupa. Penulis berharap modul ini bisa menjadi sumber yang berharga dalam proses belajar dan praktik di lapangan.

Penulis menyadari bahwa modul ini masih memiliki kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan guna penyempurnaan modul ini di masa mendatang.

Resy Kumala Sari, S.T.,M.S,

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| KATA PENGANTAR..... | 2 |
| BAB 1 PRESPEKTIF STUDI KELAYAKAN BISNIS | 1 |
| PRESPEKTIF STUDI KELAYAKAN BISNIS | 1 |
| 1. Latar Belakang | 1 |
| 2. Pengertian Bisnis | 2 |
| 3. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis | 3 |
| 4. Tahapan Studi Kelayakan Bisnis | 6 |
| 5. Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis | 8 |
| 6. Pihak Yang Memerlukan Studi Kelayakan Bisnis | 11 |
| BAB 2 EKONOMI KREATIF SEBAGAI IDE BISNIS | 12 |
| 1. Pengertian ekonomi kreatif..... | 12 |
| 2. Pola Ekonomi Kreatif di Indonesia | 15 |
| 3. Ruang Lingkup Bisnis Kreatif | 22 |
| BAB 3 ASPEK HUKUM..... | 27 |
| 1. Pengertian Aspek Hukum..... | 27 |
| 2. Jenis-Jenis Badan Usaha..... | 28 |

BAB 1

PRESPEKTIF STUDI KELAYAKAN BISNIS

1. Latar Belakang

Studi kelayakan telah dikenal luas oleh masyarakat, terutama masyarakat yang bergerak dalam bidang dunia usaha dan bisnis. Berbagai macam peluang dan kesempatan yang ada dalam kegiatan dunia usaha, menuntut perlu adanya penilaian tentang seberapa besar kegiatan ataupun kesempatan tersebut dapat memberikan manfaat (*benefit*) bila diusahakan kepada calon pengusaha.

Studi kelayakan juga sering disebut dengan *feasibility study* yang merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima suatu gagasan usaha atau proyek yang direncanakan atau menolaknya. Pengertian layak dalam penilaian sebagai studi kelayakan maksudnya adalah kemungkinan dari gagasan usaha atau proyek yang akan dilaksanakan memberikan manfaat (*benefit*), baik dalam arti *financial benefit* maupun dalam arti *social benefit*. Layaknya suatu gagasan usaha atau proyek dalam arti *social benefit* tidak selalu menggambarkan layak dalam arti *financial benefit* dan begitu pula sebaliknya, hal ini tergantung dari segi penilaian yang dilakukan.

Proyek-proyek yang dinilai dari segi *social benefit* pada umumnya adalah proyek proyek yang *benefit*-nya dihitung atau dinilai dari segi manfaat yang diberikan proyek terhadap perkembangan perekonomian masyarakat secara keseluruhan. Kegiatan usaha atau proyek yang dinilai dari segi *financial benefit* adalah usaha-usaha yang dinilai dari segi penanaman investasi atau modal yang diberikan untuk pelaksanaan usaha atau proyek tersebut.

Walaupun sudah dilakukan identifikasi, tidak menutup kemungkinan suatu usaha atau proyek tersebut mengalami hambatan dan resiko meleset dari yang diharapkan. Terlebih apabila tidak dilakukan identifikasi kelayakan sama sekali. Selain itu, dengan dilakukan identifikasi, dapat memberikan pandangan kedepan serta meminimalkan hambatan yang timbul di masa yang akan datang.

Ketidakpastian dimasa yang akan datang menjadi satu hal yang perlu diperhitungkan dalam menjalankan usaha atau proyek yang akan dijalankan. Bidang

ekonomi, bidang hukum, sosial dan politik, serta budaya dan perubahan lingkungan serta *trend* pada masyarakat, selalu berubah dan tidak pasti. Dengan adanya studi kelayakan bisnis, setidaknya ada pedoman dan arahan usaha atau proyek yang akan dijalankan oleh calon pengusaha.

2. Pengertian Bisnis

Menurut Suliyanto (2010), Kata “bisnis” berasal dari bahasa Inggris “*busy*” yang artinya “sibuk”, sedangkan “*business*” artinya “kesibukan”. Bisnis dalam arti luas sering didefinisikan sebagai keseluruhan kegiatan yang direncanakan dan dijalankan oleh perorangan atau kelompok secara teratur dengan cara menciptakan, memasarkan barang maupun jasa, baik dengan tujuan mencari keuntungan maupun tidak bertujuan mencari keuntungan.

Bisnis biasanya bergerak dalam berbagai tujuan, baik dalam bentuk usaha maupun proyek, hal itu disesuaikan dengan tujuan bisnis yang hendak dilakukan. Menurut Sulistyanto, jika dilihat dari tujuannya, bisnis dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu, (Purnomo et al., 2017) :

a. Bisnis yang berorientasi keuntungan (*profit oriented*).

Bisnis yang berorientasi keuntungan adalah bisnis yang didirikan semata-mata bertujuan memperoleh keuntungan untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawannya serta untuk mengembangkan usaha lebih lanjut seperti perusahaan rokok, perusahaan pembuat sepatu, perusahaan bimbingan belajar, dan sejenisnya.

b. Bisnis yang tidak berorientasi keuntungan (*non-profit oriented*).

Bisnis yang tidak berorientasi keuntungan adalah bisnis yang didirikan dengan tujuan utama untuk kepentingan sosial seperti yayasan sosial yatim piatu, yayasan sosial orang jompo, yayasan sosial penyandang cacat. Bisnis bergerak dalam berbagai kegiatan baik kegiatan yang bersifat profit, sosial maupun dengan sifat keduanya (profit dan sosial). Namun, berdasarkan jenis kegiatannya secara umum bisnis dapat dibedakan menjadi empat macam (Suliyanto, 2010), yaitu :

1) Bisnis ekstraktif.

Bisnis ekstraktif adalah bisnis yang bergerak dalam penggalian barang-barang tambang. Dapat dicontohkan seperti perusahaan pertambangan

minyak, perusahaan pertambangan emas, perusahaan pertambangan batu kapur, dan sejenisnya.

2) **Bisnis Agraris.**

Bisnis agraris adalah bisnis yang bergerak dalam bidang pertanian, termasuk didalamnya perikanan, peternakan, pertanian, perkebunan, kehutanan, dan sejenisnya. Dapat dicontohkan seperti perkebunan teh, perkebunan tembakau, perkebunan karet, peternakan sapi, peternakan ayam, tambak udang, dan sejenisnya.

3) **Bisnis Industri.**

Bisnis industri adalah bisnis yang bergerak dalam bidang pengolahan (manufaktur), yaitu bisnis dengan tujuan untuk mengubah barang yang kurang berdaya guna menjadi berdaya guna. Dapat dicontohkan seperti pabrik sepeda motor, pabrik pakaian, pabrik baja, pabrik makanan, pabrik kerajinan rumah tangga, dan sejenisnya.

4) **Bisnis Jasa**

Bisnis jasa adalah bisnis yang bergerak dalam penyediaan produk yang tidak berwujud, seperti jasa dalam bidang kesehatan, jasa dalam bidang pendidikan, jasa dalam bidang konsultasi bisnis. Dapat dicontohkan seperti rumah sakit, kantor akuntan, kantor konsultan bisnis, biro perjalanan, lembaga pendidikan, dan sejenisnya.

Dapat dipahami bahwa bisnis merupakan suatu aktivitas yang memerlukan aspek pendukung sebelum dijalankan, yaitu studi kelayakan bisnis. Setelah ini kita akan membahas tentang studi kelayakan bisnis.

3. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Setelah memahami tentang pengertian bisnis, ada baiknya kita juga mengetahui dahulu tentang pengertian investasi serta usaha dan proyek. Karena dalam suatu bisnis, aspek investasi, usaha dan proyek tentunya saling berkaitan.

Investasi adalah pengaitan sumber-sumber dalam jangka panjang untuk menghasilkan laba di masa yang akan datang (Mulyadi, 2001). Investasi juga dapat didefinisikan sebagai penanaman modal atau pemilikan sumber-sumber dalam jangka panjang yang akan bermanfaat pada beberapa periode yang akan datang. Investasi dapat

pula didefinisikan sebagai penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang (Halim, 2003). Menurut Aldy Rochmat, Purnomo (2017), investasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu :

a. Investasi pada *financial assets*.

Investasi pada *financial assets* yaitu bentuk investasi yang dilakukan di pasar uang, misalnya berupa sertifikat deposito, *commercial paper*, surat berharga pasar uang dan lainnya. Kemudian Investasi pada *financial assets* yang dilakukan di pasar modal, misalnya berupa saham, obligasi, waran, opsi dan lainnya.

b. Investasi pada *real asset*.

Investasi pada *real asset* diwujudkan dalam bentuk pembelian aset produktif, pendirian pabrik, pembukaan pertambangan, pembukaan perkebunan dan lainnya.

Dapat diartikan juga bahwa investasi merupakan suatu bentuk penanaman modal pada suatu entitas dalam suatu kegiatan yang memiliki jangka waktu dalam suatu bidang usaha. (ZA & Wibowo, 2023)

Pada beberapa pendapat tersebut, terkandung hal terpenting dalam investasi yaitu adanya pengorbanan dan waktu (jangka periode). Makna mengorbankan disini, ialah pengorbanan sejumlah modal atau aset yang dimiliki dalam suatu usaha atau proyek. Setelah itu mengharapkan adanya pengembalian disertai tingkat keuntungan yang diharapkan. Ketika menjalankan suatu bisnis, sudah dipastikan mengeluarkan modal dan aset yang dimiliki untuk investasi. Sedangkan hasil dimasa datang bersifat tidak pasti, tergantung dari perencanaan dan identifikasi usahawan.

Umumnya investasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu Investasi pada *financial assets* dan *real assets*. Investasi pada *financial assets* yaitu bentuk investasi yang dilakukan di pasar uang, misalnya berupa sertifikat deposito, *commercial paper*, surat berharga pasar uang dan lainnya. Kemudian Investasi pada *financial assets* yang dilakukan di pasar modal, misalnya berupa saham, obligasi, waran, opsi dan lainnya.

Sedangkan Investasi pada *real asset* diwujudkan dalam bentuk pembelian aset produktif, pendirian pabrik, pembukaan pertambangan, pembukaan perkebunan dan lainnya. Dapat diartikan juga bahwa investasi merupakan suatu bentuk penanaman

modal pada suatu entitas dalam suatu kegiatan yang memiliki jangka waktu dalam suatu bidang usaha.

Secara umum, proyek ialah suatu usaha yang unik untuk mencapai tujuan yang ditentukan oleh waktu, biaya dan kualitas. Bersifat unik, karena tidak melibatkan tahapan yang berulang. Setiap proyek yang dilakukan berbeda dari yang terakhir, sedangkan kegiatan operasional sering melibatkan proses yang berulang-ulang. Memiliki skala waktu yang ditetapkan. Kemudian proyek memiliki waktu awal dan akhir yang jelas untuk mencapai tujuan sesuai waktu yang ditetapkan.

Selain itu memiliki anggaran yang sudah direncanakan dan disetujui serta memiliki keterbatasan sumberdaya. Proyek dilaksanakan dengan jumlah tenaga kerja, peralatan dan material yang telah disepakati. Melibatkan unsur yang berisiko yang membawa pada risiko bisnis dan melakukan perubahan yang menguntungkan. Karena pada dasarnya, tujuan dari proyek pada konsep disini adalah menciptakan suatu bisnis yang memiliki nilai.

Timbulnya suatu proyek biasanya disebabkan oleh permintaan pasar. Adanya kebutuhan dan keinginan yang perlu diselesaikan, maupun adanya produk yang belum mencukupi atau belum ada sama sekali. Kemudian bagi usahawan, proyek dapat dijadikan acuan untuk merealisasikan ide. Bagi pemerintah, proyek dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat akan suatu barang maupun jasa. Setelah itu, perlu diperkenalkan pengertian bisnis. Bisnis ialah suatu aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari masyarakat yang membutuhkan barang maupun jasa yang kita produksi. Namun seluruh aktivitas dan usaha yang dilakukan biasanya dalam rangka untuk mencari keuntungan. Yang mana dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian, beberapa bisnis memproduksi barang berwujud sedangkan yang lain memberikan jasa.

Setelah memahami konsep pengertian investasi, pengertian proyek dan bisnis. Dapat dijabarkan bahwa Studi Kelayakan Bisnis adalah Suatu kegiatan identifikasi dan merencanakan serta memperdalam seluruh aktivitas dan usaha untuk mencari keuntungan maupun sosial dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian, dengan output berupa keputusan penentuan layak atau tidaknya suatu usaha tersebut dijalankan. Kegiatan identifikasi disini memiliki arti bahwa sebelum

menerapkan usaha, perlu diketahui dan dijabarkan terlebih dahulu ciri-ciri, model kebutuhan dan keinginan usahawan yang nantinya akan membentuk pola usaha. Setelah itu, direncanakan dan diperdalam, yang artinya bahwa dilakukan analisa secara sungguh-sungguh dengan sumber pendukung yang dapat diukur dan dihitung. Dengan mengukur dan menghitung rencana usaha, maka dapat diperoleh hasil yang maksimal dari analisa tersebut.

Keputusan penentuan layak atau tidak, artinya bahwa analisa yang dilakukan bertujuan untuk menentukan apakah usaha yang sudah direncanakan, siap untuk dijalankan atautkah tidak. Apabila siap dijalankan, berarti usaha akan memberikan *benefit* atau manfaat yang lebih besar setelah usahawan tersebut mengeluarkan modal dan aset untuk menjalankan usaha tersebut. Manfaat yang dimaksud, ialah bisa berupa manfaat finansial maupun non- finansial sesuai dengan tujuan dibentuknya bisnis tersebut. Apabila dikaji lebih dalam, arti layak disini juga dapat dimaknai bahwa keuntungan tidak hanya dinikmati bagi usahawan, namun juga bagi investor, kreditor, pemerintah dan masyarakat luas tentunya.

4. Tahapan Studi Kelayakan Bisnis

Persiapan dan rasa tidak tergesa-gesa serta terencana dapat memberi kesempatan bagi wirausahawan untuk dapat mengatur analisa bisnisnya dengan baik. Menurut Suliyanto (2010), dalam melaksanakan studi kelayakan bisnis ada beberapa tahapan studi yang harus dikerjakan. Tahapan-tahapan yang dikerjakan ini bersifat umum antara lain:

a. Penemuan Ide.

Produk yang akan dibuat haruslah laku dijual dan menguntungkan. Oleh karena itu, penemuan ide terhadap kebutuhan pasar dan jenis produk dari proyek harus dilakukan. Dimana produk yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan pasar yang masih belum dipenuhi. Pendistribusian yang tidak merata atau tidak sesuai dengan kebutuhan konsumen dapat menimbulkan ide-ide usaha untuk menyempurnakan produk ataupun menciptakan produk baru. Kemudian dengan memperhatikan potensial konsumen terutama *needs* dan *wants* mereka, maka dapat menimbulkan ide-ide usaha baik untuk produk baru ataupun perbaikan dari produk yang sudah ada.

Seperti *need* konsumen peminum kopi yang tinggi akan macam cita rasa kopi serta *want* mereka akan tempat minum kopi yang memungkinkan mereka menikmati kopi dengan santai dan beramai ramai dengan kolega mendorong tumbuhnya warung kopi di mal-mal ataupun perkantoran baik dari luar negeri (Coffe Bean dan Starbucks) serta dari dalam negeri (Kopi Putih Luwak, Nescafe dll).

b. Tahapan Penelitian.

Dimulai dengan mengumpulkan data, lalu mengolah data berdasarkan teori yang relevan, menganalisis dan menginterpretasikan hasil pengolahan data dengan alat analisis yang sesuai, menyimpulkan hasil sampai pada pekerjaan membuat laporan hasil penelitian tersebut. Melalui penelitian memungkinkan timbulnya gagasan produk baru atau perbaikan dari produk yang sudah ada. Contohnya adalah penelitian terhadap penyakit flu menghasilkan jenis obat flu yang tidak membawa efek mengantuk.

c. Tahap Evaluasi.

Mengevaluasi usulan usaha yang didirikan. Apakah masih terdapat faktor-faktor yang belum dianalisa dan perlu dilakukan penyempurnaan sebelum usaha dilakukan. Mengalami *kemandegan* dalam sebuah usaha tentu merupakan sesuatu yang tidak diinginkan dan tidak dikehendaki. Tentu setiap orang menginginkan selalu mengalami kemajuan usaha dari waktu ke waktu.

Kemandegan dan stagnasi usaha terkadang menjadi sesuatu hal yang tidak bisa dihindarkan, bahkan terkadang harus mundur beberapa tahap. Banyak hal yang bisa mempengaruhi kondisi usaha kita, pasar yang mulai lesu, persaingan yang makin ketat, produktifitas menurun, biaya produksi yang meningkat dan lain-lain. Bagaimana agar usaha selalu mengalami kemajuan, atau paling tidak tidak surut ke belakang? Setelah rencana bisnis yang kita kuat dengan baik apakah sudah cukup? Itulah pentingnya perlu melakukan evaluasi dan monitoring sebelum dilakukan usaha.

d. Tahap Pengurutan.

Setelah melakukan evaluasi, akan muncul usulan yang secara awal, layak dipertimbangkan untuk direalisasikan. Bisa dilanjutkan dengan membuat

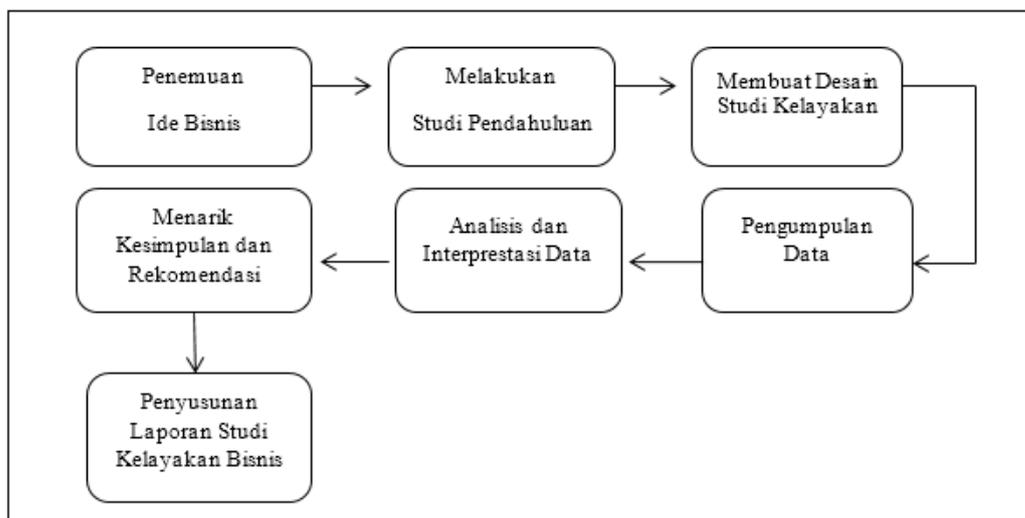
prioritas dari sekian banyak rencana bisnis yang sudah dievaluasi. Dengan membuat skala prioritas, maka kita dapat mengatur alur pergerakan perjalanan usaha dengan lebih baik. Tahap Rencana Pelaksanaan

e. Setelah tahap pengurutan.

Langkah selanjutnya ialah menentukan jenis pekerjaan, waktu yang dibutuhkan untuk jenis pekerjaan, jumlah dan kualifikasi tenaga pelaksana, ketersediaan dana dan sumber daya lain, kesiapan manajemen, dan kondisi operasional dan pelaksanaan yang sekiranya perlu direncanakan.

Hal ini dilakukan untuk memberikan gambaran secara jelas tentang pelaksanaan usaha atau bisnis dan rencana kerja pembangunan usaha atau bisnis agar sesuai dengan tahap pengurutan. Dengan begitu, perencanaan dapat stay on track mengikuti alur yang sudah dibuat. Tahap Pelaksana

Setelah semua pekerjaan telah selesai disiapkan, tahap berikutnya adalah merealisasikan pembangunan usaha tersebut. Dengan pedoman yang sudah dibuat sebelumnya, yang dimulai dari pengumpulan ide, dilanjutkan analisa dan penelitian, kemudian dievaluasi dan diurutkan. Setelah itu dibuat perencanaan, maka ditahap ini kita sudah memiliki gambaran yang dapat membuat kita lebih percaya diri dalam memulai usaha dan bisnis.



Gambar 1 Diagram tahapan studi kelayakan bisnis

5. Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Ada beberapa hal yang perlu dibahas mengenai aspek yang berkaitan dengan Studi

kelayakan bisnis, terkait keputusan layak atau tidaknya dijalankan suatu bisnis tersebut. Aspek yang berkaitan selanjutnya dinilai, diukur dan diteliti sesuai dengan standar yang ditentukan serta peraturan yang disepakati serta disahkan. Hal mendalam perlu dilakukan pada beberapa aspek kelayakan bisnis yaitu :

a. Aspek Hukum.

Aspek hukum menganalisis kemampuan pelaku bisnis dalam memenuhi ketentuan hukum dan perizinan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis di wilayah tertentu. Dengan menganalisis aspek hukum, kita dapat menganalisis kelayakan legalitas usaha yang dijalankan, ketepatan bentuk badan hukum dengan ide bisnis yang akan dilaksanakan, dan kemampuan bisnis yang akan diusulkan dalam memenuhi persyaratan perizinan.

b. Aspek Lingkungan.

Aspek lingkungan menganalisis kesesuaian lingkungan sekitar (baik lingkungan operasional, lingkungan dekat, dan lingkungan jauh) dengan ide bisnis yang akan dijalankan. Dalam aspek ini dampak bisnis bagi lingkungan juga dianalisis. Suatu ide bisnis dinyatakan layak berdasarkan aspek lingkungan jika kondisi lingkungan sesuai dengan kebutuhan ide bisnis dan ide bisnis tersebut mampu memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dampak negatifnya.

c. Aspek Pasar dan Pemasaran.

Pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan dan saling mempengaruhi satu sama lainnya. Dengan kata lain, setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar dan hal ini juga memberikan manfaat untuk memudahkan dalam transaksi.

Aspek pasar menganalisis potensi pasar, intensitas persaingan, *market share* yang dapat dicapai, serta menganalisis strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk mencapai *market share* yang diharapkan. Dengan analisis ini, potensi ide bisnis dapat tersalurkan dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar.

d. Aspek Teknis dan Teknologi.

Aspek teknis menganalisis kesiapan teknis dan ketersediaan teknologi yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis. Analisis aspek teknis dan teknologi menjadi sebuah keharusan untuk menghindari adanya kegagalan bisnis pada masa yang akan datang, sebagai akibat karena adanya masalah teknis.

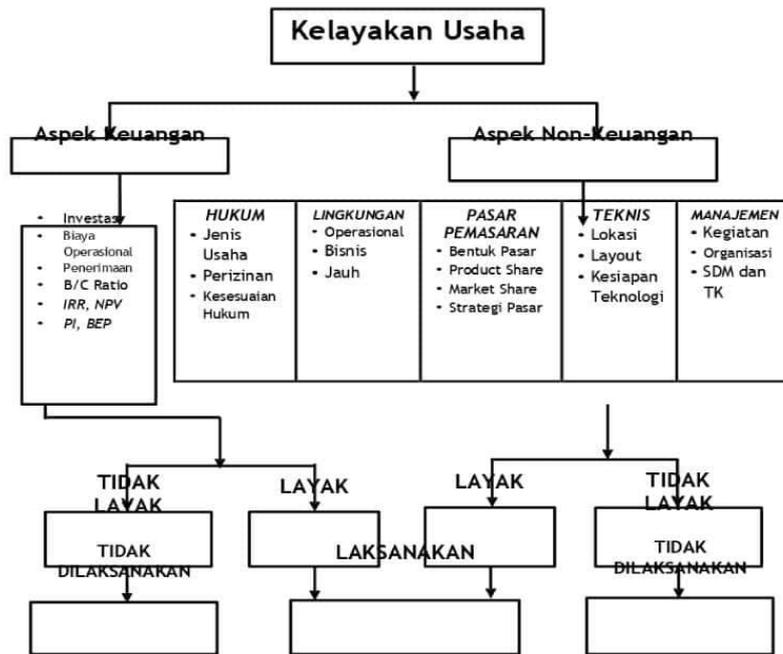
e. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia.

Aspek manajemen dan sumber daya manusia menganalisis tahap-tahap pelaksanaan bisnis dan kesiapan tenaga kerja, baik tenaga kerja kasar maupun tenaga kerja terampil yang diperlukan untuk menjalankan bisnis. Beberapa hal yang perlu dipahami dalam kaitannya dengan aspek teknis dan teknologi ialah penentuan lokasi bisnis, tata letak (*layout*) bisnis, pemilihan peralatan dan teknologi.

f. Aspek Keuangan.

Aspek keuangan menganalisis besarnya biaya investasi dan modal kerja serta tingkat pengembalian investasi dari bisnis yang akan dijalankan. Selain itu, dianalisis juga pada perihal darimana saja sumber investasi dan pembiayaan bisnis tersebut yang dihitung dengan rumusan penilaian investasi seperti *Analisis Cash Flow, Payback Period, Net Present Value, Internal Rate Of Return, Benefit Cost Ratio, Profitability Index, dan Break Event Point.*

Dengan penilaian tersebut, dapat memberikan gambaran yang jelas terhadap besaran biaya dan investasi dengan harapan pedoman penilaian tersebut dapat memberikan penilaian yang menguntungkan, sehingga usahawan dapat lebih percaya diri dalam memulai bisnisnya.



Gambar 2 Aspek kelayakan usaha

Apabila kita sudah bisa menerapkan skema diagram aspek studi kelayakan bisnis, tidak menutup kemungkinan kita bisa mengatasi risiko kerugian di masa yang akan datang baik yang sudah dapat diperkirakan maupun sesuatu yang sifatnya tidak dapat diperkirakan. Skema Diagram 1 akan mempermudah kita dalam melakukan persiapan dan kapan usaha tau bisnis atau proyek akan dijalankan. Yang jelas sudah terdapat konsep pembangunan bisnis yang siap untuk dijalankan. Selain itu, setelah dijalanannya bisnis dapat lebih efektif dan efisien ketika diawasi dan dikendalikan. Ketika pada nantinya terjadi suatu bentuk penyimpangan, bisa langsung terdeteksi.

6. Pihak Yang Memerlukan Studi Kelayakan Bisnis

Hasil studi yang kita lakukan sangat berguna ketika akan dipresentasikan kepada pihak-pihak yang memang berkepentingan terhadap usaha atau proyek yang kita jalankan. Sebagai contoh calon usahawan perlu melakukan studi kelayakan untuk meyakinkan investor dan usahawan dapat bertanggungjawab terhadap hasil yang usahawan katakan layak. Sehingga pihak yang berkepentingan dapat yakin dan percaya terhadap studi kelayakan yang telah dilakukan dengan output, dapat memberikan manfaat keringanan pajak bahkan *tax-holiday*

BAB 2

EKONOMI KREATIF SEBAGAI IDE BISNIS

1. Pengertian ekonomi kreatif

Istilah Ekonomi kreatif berkembang dari konsep modal berbasis kreatifitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu daerah. Menurut Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dalam Agung Pascasusesno (2014), “ekonomi kreatif merupakan ekonomi gelombang ke-4 yang mana kelanjutan dari ekonomi gelombang ketiga dengan orientasi pada kreativitas, budaya, serta warisan budaya dan lingkungan”.

Terdapat pergeseran orientasi gelombang ekonomi dalam sejarah manusia. Dimulai dari perubahan era pertanian ke era industrialisasi, setelah itu terbentuk era informasi yang diikuti dengan penemuan-penemuan bidang teknologi informasi. Pergeseran gelombang ini telah membawa peradaban yang baru dan semakin berkembang bagi manusia. Industrialisasi menciptakan suatu pola kerja, pola produksi dan pola distribusi yang lebih murah dan lebih efisien. Adanya perkembangan seperti penemuan baru di bidang teknologi informasi dan komunikasi seperti adanya internet, email, *Google PlayStore*, dan sebagainya. semakin mendorong manusia menjadi lebih aktif dan produktif dalam menemukan teknologi-teknologi baru. Dampak yang muncul akibat dari fenomena perubahan gelombang ini adalah munculnya daya saing atau kompetisi pasar yang semakin besar. Kondisi ini menuntut perusahaan mencari cara agar bisa menekan biaya semurah mungkin dan se-efisien mungkin guna mempertahankan eksistensinya.

Negara-negara maju mulai menyadari bahwa saat ini mereka tidak bisa hanya mengandalkan bidang industri sebagai sumber ekonomi di negaranya tetapi mereka harus lebih mengandalkan **sumber daya manusia yang kreatif** karena kreativitas manusia itu berasal dari daya pikirnya yang menjadi modal dasar untuk menciptakan inovasi dalam menghadapi daya saing atau kompetisi pasar yang semakin besar.

Sehingga pada tahun 1990-an dimulailah era ekonomi baru yang mengutamakan informasi dan kreativitas dan populer dengan sebutan Ekonomi Kreatif yang digerakkan

oleh sektor industri yang disebut Industri Kreatif. Pola gelombang dapat dilihat juga pada Gambar 3.



Gambar 3 Gambar ekonomi kreatif

Ekonomi kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreativitas. Pemanfaatan **sumber daya** yang bukan hanya terbarukan, bahkan **tidak terbatas**, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas dan imajinasi.

Mengutip dari Cetak Biru Ekonomi Kreatif 2025, ekonomi kreatif merupakan suatu penciptaan nilai tambah (ekonomi, sosial, budaya, lingkungan) berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Kreativitas tidak sebatas

pada karya yang berbasis seni dan budaya, namun juga bisa berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi, *engineering* dan ilmu telekomunikasi. Terdapat 3 hal pokok yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif, antara lain kreativitas, inovasi dan penemuan ekonomi kreatif (Sektianingsih, 2021).

A. Kreativitas (*Creativity*). Dapat dijabarkan sebagai suatu kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, *fresh*, dan dapat diterima umum. Bisa juga menghasilkan ide baru atau praktis sebagai solusi dari suatu masalah, atau melakukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada (*thinking out of the box*). Seseorang yang memiliki kreativitas dan dapat memaksimalkan kemampuan itu, bisa menciptakan dan menghasilkan sesuatu yang berguna bagi dirinya sendiri beserta orang lain.

B. Inovasi (*Innovation*). Suatu transformasi dari ide atau gagasan dengan dasar kreativitas dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk ataupun proses yang lebih baik, bernilai tambah, dan bermanfaat. Sebagai contoh inovasi, cobalah melihat beberapa inovasi di video-video *youtube.com* dengan kata kunci "*lifehack*". Di video itu diperlihatkan bagaimana suatu produk yang sudah ada, kemudian di-inovasikan dan bisa menghasilkan sesuatu yang bernilai jual lebih tinggi dan lebih bermanfaat.

C. Penemuan (*Invention*). Istilah ini lebih menekankan pada menciptakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya dan dapat diakui sebagai karya yang mempunyai fungsi yang unik atau belum pernah diketahui sebelumnya. Pembuatan aplikasi-aplikasi berbasis android dan iOS juga menjadi salah satu contoh penemuan yang berbasis teknologi dan informasi yang sangat memudahkan manusia dalam melakukan kegiatan sehari-hari.

Istilah Ekonomi Kreatif mulai ramai diperbincangkan sejak John Howkins, menulis buku "*Creative Economy, How People Make Money from Ideas*". Howkins mendefinisikan Ekonomi Kreatif sebagai kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah Gagasan. Atau dalam satu kalimat yang singkat, esensi dari kreativitas adalah gagasan. Maka dapat dibayangkan bahwa hanya dengan modal gagasan, seseorang yang kreatif dapat memperoleh penghasilan yang relatif tinggi.

Kondisi ekonomi yang diharapkan oleh Indonesia adalah ekonomi yang berkelanjutan dan juga memiliki beberapa sektor sebagai pilar maupun penopang kegiatan ekonomi di Indonesia. Keberlanjutan yang dimaksud adalah kemampuan untuk beradaptasi terhadap kondisi geografis dan tantangan ekonomi baru, yang pada akhirnya menghasilkan keberlanjutan pertumbuhan (*sustainable growth*).

Pertumbuhan yang tinggi tercermin dari kompetensi individu-individu dalam menciptakan inovasi. Ekonomi Kreatif yang di dalamnya terdapat industri-Industri kreatif memiliki daya tawar yang tinggi di dalam ekonomi berkelanjutan karena individu-individunya memiliki modal kreativitas (*creative capital*) yang mereka gunakan untuk menciptakan inovasi-inovasi.

Jadi bisa disimpulkan bahwa ekonomi kreatif merupakan suatu konsep untuk mengembangkan perekonomian di Indonesia dengan pengembangan ide dan talenta dari

rakyat Indonesia untuk dapat menginovasi dan menciptakan suatu hal.

2. Pola Ekonomi Kreatif di Indonesia

Ekonomi kreatif saat ini sudah menjadi salah satu pendorong pada sektor pertumbuhan dan pembangunan ekonomi di Indonesia. Bahkan aspek usaha dan bisnis pun saat ini bergerak ke arah sektor kreatif. Ada beberapa fakta baru yang membuat konsep ekonomi kreatif berkembang di Indonesia. Antara lain:

A. Perubahan Pola Pasar dan Masyarakat.

Dengan semakin baiknya prasarana dan sarana pendidikan serta kesehatan di negara-negara ASEAN, taraf hidup manusia juga semakin meningkat yang mengakibatkan sudut pandang manusia terhadap sesuatu juga semakin berkembang. Globalisasi dan internasionalisasi sudah menciptakan suatu “strata” dimana tidak relevan lagi jika ada perbedaan antara negara maju maupun negara berkembang.

Saat ini, setiap negara berlomba untuk mendagangkan “identitas diri” kepada negara lain dengan harapan akan semakin banyak pemasukan dari penjualan “identitas diri” itu. Sebagai contoh saat ini di Indonesia sudah digalakan program kreatif seperti desa wisata, hal ini diharapkan bahwa dengan semakin banyak para wisatawan baik pribumi maupun non- pribumi yang berkunjung ke desa wisata, maka akan menambah pundi-pundi pendapatan secara lingkup mikro (pendapatan masyarakat setempat) maupun kontribusi secara makro (PDRB). Dalam konteks perdagangan bilateral maupun multilateral, semakin lama masyarakat menyukai barang atau jasa yang tidak hanya mampu memberikan kepuasan secara fungsional saja, namun juga bisa memberikan dirinya suatu identitas serta membuat dirinya bisa diterima dan dihargai oleh masyarakat disekitarnya. Industri fesyen, industri informasi dan komunikasi bisa menjadi contoh yang menarik untuk menggambarkan kondisi ini.

Pada industri fesyen, hasil barang seperti pakaian, celana, sepatu, sandal yang memikat, fungsional, dan tidak monoton terhadap suatu gaya. Maka masyarakat dapat tertarik untuk membeli produk tersebut. Disinilah sisi kreatif berperan, karena industri fesyen harus bisa menyerap fenomena-fenomena sosial di masyarakat dan

menuangkannya ke konsep produk yang akan dilepaskepasar. Produk dari industri informasi dan komunikasi seperti nulisbuku.com, bukalapak.com, aplikasi yang terdapat di *Google PlayStore* merupakan beberapa contoh konsep sukses yang memadukan antara sisi kreativitas, fenomena sosial, dan penambahan nilai produk yang menghasilkan.

Dengan motivasi dan aktualisasi serta aksi yang tepat, maka produk informasi dan komunikasi dapat “disulap” dengan memiliki nilai tambah yang lebih baik. Menjadi manusia dengan latar belakang pendidikan tinggi merupakan suatu bentuk kesuksesan, untuk dapat memperbaiki pola hidup sendiri dan orang lain. Dalam proporsi yang pas, masyarakat yang kurang mengecap pendidikan tinggi pun memiliki motivasi sosial, motivasi aktualisasi diri dan motivasi percaya diri yang sama untuk bisa menghasilkan suatu hal yang bermanfaat.

B. Industri Kreatif : Era Pembaharuan.

Saat ini tidak dapat dipungkiri bahwa semakin lama, faktor selera semakin mendominasi perilaku manusia dalam mengkonsumsi suatu barang ataupun jasa. Permintaan konsumen dapat mengubah pendekatan industri. Saat ini model pendekatan industri ialah berorientasi konsumen (*demand driven*). Pada model ini, produk yang dibuat tidak terlalu banyak namun memiliki variasi-variasi yang beragam dengan waktu tertentu. Waktu tertentu disini ialah jarak *launching* produk satu dengan produk baru lainnya yang tergantung dari kebijakan perusahaan. Namun dengan waktu yang pas, maka masyarakat dapat menerima pembaruan produk tersebut. Sebagai contoh pada industri komunikasi, *launching* variasi jenis android yang terjadi saat ini sangat beragam dengan waktu yang tergolong cepat apabila dibandingkan dengan industri komunikasi pada awal tahun 2000-an. Yang tidak disadari oleh banyak orang dari fenomena ini adalah karena adanya faktor emosional dan selera dari masyarakat itu sendiri. Fenomena ini dapat dimanfaatkan bagi para pelaku industri dengan mengkombinasikan sisi kreatif, karena industri kreatif sarat akan kandungan emosional yang dapat mendorong perkembangan teknologi industri. Selain itu, industri kreatif dapat memanfaatkan teknologi yang sudah semakin baik dalam menciptakan suatu produk yang lebih beraneka ragam dan multifungsi.

C. Indonesiaku : Pangsa Yang Besar.

Sudah menjadi informasi umum bahwa Indonesia menempati peringkat 4 dalam aspek banyaknya penduduk di dunia. Hal ini memberikan informasi juga bahwa Indonesia merupakan suatu negara dengan potensi pasar yang sangat besar apabila dapat memaksimalkan hasil produksi di dalam negeri. Potensi ekspor Indonesia bisa saja naik dan bisa saja turun. Ketika nilai ekspor turun, perekonomian sebaiknya memaksimalkan sektor ekonomi domestik.

A. Industri kreatif dapat mengisi pasar domestik dengan hasil yang berkualitas sama atau lebih baik dengan produk impor.

Industri kreatif berbasis jasa seperti musik dan piranti lunak, dapat didistribusikan secara digital sehingga dapat menghemat operasional yang berkaitan dengan infrastruktur fisik. Penduduk yang banyak, sejalan dengan keanekaragaman budaya dan kultur dari masyarakat Indonesia. Promosi-promosi budaya di Indonesia terkadang terkendala pada kesulitan mencari pemirsa, baik pribumi maupun para turis mancanegara. Salah satu alasan sulitnya mencari pemirsa, ialah sajian yang terlalu tradisional. Bagi para pelaku industri kreatif, keragaman sosial dan budaya dapat menjadi sumber kreasi dan inovasi karena dapat memberikan suatu gagasan dan hasil tontonan pagelaran budaya dengan lebih modern dan kontemporer serta sarat kepopuleran, seperti desainer, arsitek, pagelaran musik, dan pentas pagelaran perupa. Usaha untuk tetap meregenerasi warisan budaya kepada generasi muda tetap harus selalu digalakan dan pemanfaatan kearifan serta warisan budaya ini juga butuh kerjasama antara stakeholder seperti pemerintah pusat dan daerah serta pelaku industri kreatif, sehingga kelestarian warisan budaya dapat terjamin dan tetap menjadi sesuatu yang dapat dinikmati Bangsa Indonesia.

D. Lembaga Pendidikan : Kreator Insan Kreatif Indonesia.

Dapat disadari bahwa sistem pembelajaran dan kurikulum yang bersifat menghafal saja, tidak akan berdampak pada sesuatu yang dihasilkan seorang anak didik di dunia kerja maupun dunia yang riil. Perjuangan yang sebenarnya ialah bagaimana seseorang itu dapat mengolah kreativitas dan memaksimalkan potensi kreativitasnya dalam menghadapi dan memecahkan suatu permasalahan. Bila seorang itu tidak cukup kreatif, maka yang ada orang tersebut tidak dapat menyelesaikan permasalahan dan ia dapat tersingkirkan oleh orang yang memiliki cukup kreativitas. Tidak sedikit ditemui para lulusan-lulusan

perguruan tinggi, baik negeri dan swasta yang memiliki Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) yang tinggi, namun menjadi “pengacara” (pengangguran banyak acara). Sejak dini, pendidikan perlu diimbangi kurikulum berbasis memahami dan menghafal dengan kurikulum yang bertuju pada pengembangan kreativitas dan olah jiwa kewirausahaan. Maksud dari kreativitas disini, ialah membantu dalam mengasah kesiapan dan kepekaan seseorang untuk bisa tanggap dan pro-aktif terhadap lingkungan sekitar dan perubahan-perubahan yang ditemui.

E. Hak Kekayaan Intelektual : Apa kabarmu? .

Kondisi ekonomi saat ini dipengaruhi oleh iklim globalisasi. Salah satu program dari globalisasi adalah Hak atas Kekayaan Intelektual (HKI), yang merupakan hasil dari intelektualitas manusia yang dikapitalisasi. Konsepnya yaitu seseorang yang memiliki ide dan gagasan, dapat memproteksi atau melindungi idenya itu dan tidak memperbolehkan orang lain untuk menggunakannya tanpa seijin dari penemu atau penciptanya. Ide bisa didaftarkan sebagai hak cipta, hak merk, hak paten atau hak desain. Apabila kita cermati, kondisi ini membuat orang lain tidak bisa semauanya sendiri membajak dan mengeksploitasi produk, merk, desain ataupun paten seseorang secara bebas. Inovasi berlandaskan kearifan dan warisan budaya nusantara tercermin melalui indikasi jumlah paten, hak cipta, merek dan desain industri yang diciptakan oleh *entrepreneur* nasional.

- 1) **Paten.** Berdasarkan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2001 Tentang Paten: Paten adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada inventor atas hasil invensinya di bidang teknologi, yang untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri invensinya tersebut atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakannya (Pasal 1 Ayat 1).
- 2) **Merek.** Berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek : Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka- angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa (Pasal 1 Ayat 1).
- 3) **Desain Industri.** Berdasarkan Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000

Tentang Desain Industri : Desain Industri adalah suatu kreasi tentang bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis atau warna, atau garis dan warna, atau gabungan daripadanya yang berbentuk tiga dimensi atau dua dimensi yang memberikan kesan estetis dan dapat diwujudkan dalam pola tiga dimensi atau dua dimensi serta dapat dipakai untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri, atau kerajinan tangan (Pasal 1 Ayat 1).

- 4) **Hak Cipta.** Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta: Hak Cipta adalah hak eksklusif bagi Pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberikan izin untuk tidak mengurangi isi menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku (Pasal 1 ayat 1). Berbicara mengenai HKI memang merupakan sesuatu yang masih sangat perlu diperhatikan dan ditingkatkan. Upaya pemerintah dalam memberikan fasilitas untuk melindungi hak cipta dalam negeri sebenarnya sudah ada, namun alangkah lebih baiknya apabila pemerintah juga memberikan pandangan- pandangan ke masyarakat secara massif tentang peraturan-peraturan dalam konvensi internasional yang menyangkut HKI dibawah naungan *World Trade Organization (WTO)* dan *World Intellectual Property Organization (WIPO)*.

Di dalam negeri, masih sering dijumpai pelanggaran hak cipta. Contoh mudahnya kita bisa melihat banyaknya pembajakan cakram optik (CD, VCD, DVD), mulai dari yang bertema kartun, musik, drama, permainan (*game*), sampai dengan kumpulan aplikasi- aplikasi komputer berbayar. Walaupun demikian, produk- produk berbasis hak cipta asal Indonesia masih memiliki kesempatan yang besar dalam menembus mancanegara, dengan daya tawar (*bargaining position*) dan diplomasi negara yang baik, serta produk yang kreatif, inovatif dan menarik serta dibantu pemerintah dalam hal perlindungan karya cipta, maka tidak menutup kemungkinan ekspor produk berbasis hak cipta dari Indonesia bisa meningkat.

F. MEA 2016 : #Indonesia_tidak_takut

Negara-negara barat sudah lebih dulu mengadopsi sistem industri kreatif. Dengan alamnya, individu- individu dari negara barat sudah mempelajari dan memahami serta mempraktekkan tentang bagaimanan menyusun sistem industri kreatif dengan lokasi yang berbeda-beda, serta dengan operasional yang ekonomis.

Indonesia dengan segudang potensi alam dan aset sosial budaya yang melimpah, secara langsung telah menjadi daya tarik bagi orang asing untuk “mencicipi” Indonesia. Namun yang sangat disayangkan, kedatangan para orang asing ini terkadang tidak disertai dengan komitmen untuk membangun Indonesia yang berkelanjutan, tapi hanya mengeksploitasi dan mengeksplorasi saja.

Masyarakat Ekonomi ASEAN merupakan salah satu program multilateral di area ASEAN yang sifatnya memberikan ijin kepada negara lain untuk datang dan “menikmati” Indonesia. Dengan harapan pula agar para investor kakap dari negara lain di area ASEAN mau menanam modalnya dalam bentuk investasi di Indonesia.

G. Cuaca bisnis Indonesia hari ini

Perlu adanya pemahaman bahwa dengan semakin kondusifnya “cuaca bisnis” di Indonesia, maka penanaman modal oleh investor di dalam negeri akan semakin besar. Salah satu upaya untuk merangsang investasi di Indonesia ialah dengan memanfaatkan industri kreatif dengan pengolahan dari lingkungan yang kondusif dan diikuti oleh penciptaan suatu tatanan tempat yang berlatar kreativitas dan inovasi, seperti kota kreatif, desa kreatif.

Selain penciptaan suatu tatanan tempat, perlu juga dukungan dari infrastruktur baik dalam bidang transportasi, komunikasi maupun informasi. Hal ini akan secara langsung mengundang hasrat para pelaku kreatif untuk berkumpul dalam tempat tersebut. Para pelaku dalam berbagai sektor seperti kesenian, teknologi, kuliner, dan lainnya secara alami akan membentuk suatu komunitas dan bisa saling berhubungan. Dengan demikian akan muncul ide-ide menarik, dan menjadikan adanya energi baru dalam hasil produk yang dihasilkan. Contoh nyata ialah kota Bandung dan kota Yogyakarta.

H. Kreativitas membangun Identitas Indonesia

Bebicara tentang warisan Indonesia dalam aspek sosial dan budaya, memang sudah tidak dapat dipungkiri bahwa rasa dan karsa kreasi bangsa Indonesia telah ada sejak ratusan tahun yang lalu. Candi Prambanan, Candi Cetho, Candi Borobudur adalah bukti dari kejayaan kreasi arsitektur bangsa Indonesia, kebaya dan batik adalah hasil fesyen ratusan tahun yang lalu, jamu adalah bukti kemampuan bangsa Indonesia dalam riset dan pengembangan bidang kesehatan hingga bisa dikembangkan sampai saat ini. Bahasa juga merupakan bukti kreasi bangsa Indonesia.

I. Pengembangan Budaya Kreatif menciptakan Nilai Tambah Kreatif

Industri kreatif sudah menjadi pusat perhatian karena kontribusi positifnya terhadap perekonomian Indonesia. Sebenarnya industri kreatif dapat memberikan manfaat yang tidak hanya dari sudut pandang ekonomi saja, namun juga meningkatkan citra dan identitas bangsa, kemudian dapat meningkatkan inovasi dan mengolah kreativitas masyarakat Indonesia, dan juga memberikan pola industri yang memanfaatkan sumber daya yang tidak terbatas dan selalu terbarukan.

Pembangunan ekonomi yang mengarah pada sektor industri kreatif berbasis budaya bisa menciptakan dan memperkenalkan serta lebih memamerkan karakter budaya suatu tempat. Salah satu misi industri kreatif ialah memperjuangkan Hak dan Kekayaan Intelektual yang salah satu upayanya ialah memperjuangkan secara proaktif, bentuk warisan budaya dan pengembangannya.

Potensi pasar di Indonesia sangatlah besar dengan ragam segmentasinya. Sebagai contoh jamu bermerk Nyonya Meneer dan Sido Muncul merupakan bukti riset dan pengembangan (sektor industri kreatif) dari produk jamu-jamu di Indonesia pada masa lalu. Berbagai penelitian dan pengembangan dibidang keragaman hasil cipta karya bangsa Indonesia yang kemudian dipatenkan, juga merupakan komitmen dari industri kreatif. Hal ini juga berkaitan dengan sektor teknologi pertanian dan ilmu pengetahuan yang lain dan berhubungan dengan industri kreatif, agar tidak ada pengambilalihan hak cipta dari pihak yang tidak bertanggungjawab.

J. Pengetahuan Tidak Pernah Terbatas

Talenta setiap manusia, ketrampilan dan kreativitas merupakan suatu rahmat dan pemberian dari Tuhan yang patut kita syukuri. Potensi itu diberikan dengan tujuan

agar manusia dapat menjadi pemimpin di muka bumi dan memanfaatkan sumber daya yang sudah disiapkan Sang Pencipta. Pembangunan yang berdasar pada sumber daya insani, maka dapat berperan juga pada peningkatan kualitas pada sumber daya insani di Indonesia. 4G LTE adalah salah satu contoh bentuk inovasi dari pengembangan industri komunikasi di Indonesia. Peluang dan pangsa produk telekomunikasi di Indonesia sangat besar, apabila melihat kebutuhan dan kebiasaan masyarakat Indonesia yang saat ini yang sudah sangat terintegrasi dengan dunia digital, mulai dari segmen anak-anak hingga dewasa. Dengan perhatian lebih pada sisi pengembangan pengetahuan, maka iklim inovasi dapat lebih produktif.

K. Move On to Creative Economy 2025

Pengembangan konsep ekonomi kreatif di Indonesia yang berjalan saat ini merupakan alur lanjutan dari penerapan pada tahap penguatan (2008- 2014). Mulai tahun 2015 lalu, tahapan ekonomi kreatif sudah pada arah akselerasi, yang memiliki sasaran utama yaitu tercapainya pendapatan per kapita pada tahun 2025 yang setara dengan negara berpendapatan menengah.

3. Ruang Lingkup Bisnis Kreatif

Dengan adanya konsep ekonomi kreatif, sisi industrialisasi-pun bisa dikembangkan kearah industri kreatif. Industri kreatif merupakan industri yang menghasilkan output dari pemanfaatan kreativitas, keahlian, dan bakat individu untuk menciptakan nilai tambah, lapangan kerja, dan peningkatan kualitas hidup. Ekonomi kreatif sering dilihat sebagai sebuah konsep yang memayungi juga konsep lain yang populer di awal abad ke-21 ini, yaitu Industri Kreatif.

Industri kreatif sendiri sebenarnya merupakan sebuah konsep yang telah muncul lebih dahulu sebelum munculnya konsep ekonomi kreatif. Tercatat istilah “industri kreatif” sudah muncul pada tahun 1994 dalam Laporan “*Creative Nation*” yang dikeluarkan Australia.

Namun istilah ini benar-benar mulai terangkat pada tahun 1997 ketika *Department of Culture, Media, and Sport (DCMS) United Kingdom* mendirikan *Creative Industries Task Force*.

Definisi industri kreatif menurut *DCMS Creative Industries Task Force (1998)*, adalah “*Creative Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content*”.

Definisi *DCMS* inilah yang menjadi acuan definisi industri kreatif di Indonesia seperti yang tertulis dalam Buku Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015 yang dikeluarkan Kementerian Perdagangan RI (2008) sebagai berikut: “Industri kreatif yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.” Sampai dengan saat ini, Pemerintah Indonesia sendiri telah mengidentifikasi lingkup industri kreatif mencakup 15 sub-sektor, antara lain:

- a. Periklanan (*advertising*). Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan, yakni komunikasi satu arah dengan menggunakan media dan sasaran tertentu. Meliputi proses kreasi, operasi, dan distribusi dari periklanan yang dihasilkan, misalnya dimulai dari riset pasar, setelah itu dibuat perencanaan komunikasi periklanan, media periklanan luar ruang, produksi material periklanan, promosi dan relasi kepada publik. Selain itu, tampilan periklanan dapat berupa iklan media cetak (surat kabar dan majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan media reklame, serta penyewaan kolom untuk iklan pada situs-situs website, baik website kelas mikro maupun website kelas makro.
- b. Arsitektur. Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain bangunan secara menyeluruh, baik dari level makro (*town planning, urban design, landscape architecture*) sampai level mikro (detail konstruksi). Misalnya arsitektur taman kota, perencanaan biaya konstruksi, pelestarian bangunan warisan sejarah, pengawasan konstruksi, perencanaan kota, konsultasi kegiatan teknik dan rekayasa seperti bangunan sipil dan rekayasa mekanika dan elektrik;
- c. Pasar Barang Seni. Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan

barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni dan sejarah yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan dan internet, meliputi barang-barang musik, percetakan, kerajinan, *auto-mobile*, dan film. Seperti halnya barang-barang berbau *vintage* maupun barang-barang peninggalan orang-orang terkenal.

- d.** Kerajinan (*craft*). Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat atau dihasilkan oleh tenaga pengrajin. Biasanya berawal dari desain awal sampai proses penyelesaian produknya. Antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, batu mulia, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu dan besi), kaca, porselen, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal);
- e.** Desain. Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan. Pembuatan desain apartement, desain rumah susun misalnya.
- f.** Fesyen (*fashion*). Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, dan juga bisa terkait dengan distribusi produk fesyen;
- g.** Video, Film dan Fotografi. Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron, dan pameran atau festival film;
- h.** Permainan Interaktif (*game*). Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer ataupun android serta iOS maupun video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Subsektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata, tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi;
- i.** Musik

- j.** Kegiatan kreatif yang berupa kegiatan dengan kreasi atau komposisi, pertunjukkan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara; Seni Pertunjukkan (*showbiz*). Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukkan. Misalnya, pertunjukkan wayang, balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan;
- k.** Penerbitan dan Percetakan. Kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi, saham dan surat berharga lainnya, paspor, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir (*engraving*) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film;
- l.** Layanan Komputer dan Piranti Lunak (*software*) atau Teknologi Informasi. kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi, termasuk layanan jasa komputer, pengolahan data, pengembangan database pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal termasuk perawatannya;
- m.** Televisi & Radio (*broadcasting*). Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti games, kuis, reality show, infotainment, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan station relay (pemancar) siaran radio dan televisi;
- n.** Riset dan Pengembangan (*R&D*). kegiatan kreatif terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi, serta mengambil manfaat terapan dari ilmu dan teknologitersebut guna perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Termasuk yang

berkaitan dengan humaniora, seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen;

- o. Kuliner. Kegiatan kreatif dengan usaha inovatif yang menawarkan produk-produk kuliner yang menarik, mulai dari penyajian, cara pembuatan, sampai dengan komposisi makanan atau minuman yang disajikan. Seperti anak dari Presiden Indonesia, Joko Widodo yaitu Gibran yang membuat bisnis catering dengan mengkombinasikan sektor inovasi dan kreasi kedalam makanan dan minuman.

BAB 3

ASPEK HUKUM

1. Pengertian Aspek Hukum

Usaha atau bisnis dapat mengalami kegagalan karena terbentur masalah hukum atau tidak memperoleh izin dari pemerintah, baik dari tingkat daerah maupun tingkat yang lebih tinggi. Oleh karena itu, sebelum ide bisnis dilaksanakan, analisis secara mendalam terhadap aspek hukum harus dilakukan agar di kemudian hari bisnis yang akan dilaksanakan tidak gagal karena terbentur masalah hukum dan perizinan. Aspek hukum merupakan aspek yang pertama kali harus dikaji karena jika berdasarkan analisis aspek hukum sebuah ide bisnis tidak layak, maka proses analisis aspek yang lain tidak perlu dilakukan.

Aspek hukum mengkaji ketentuan hukum 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 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.

Pemerintah menetapkan ketentuan hukum dan perizinan investasi dengan tujuan menjaga ketertiban masyarakat secara luas. Masyarakat di sekitar lokasi bisnis diharapkan akan mendapatkan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan dampak negatif dari adanya suatu investasi bisnis.

2. Tujuan Analisis Aspek Hukum

Analisis aspek hukum dilakukan dengan tujuan menjawab pertanyaan “*Apakah bisnis yang akan dijalankan dapat memenuhi ketentuan hukum dan perizinan di suatu wilayah?*” Secara spesifik analisis aspek hukum pada studi kelayakan bisnis bertujuan untuk :

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

3. Jenis-Jenis Badan Usaha

Kegiatan bisnis tidak dapat dilepaskan dari bentuk badan usaha dan perizinan yang diperlukan untuk menjalankan usaha. Bentuk badan usaha yang dipilih tergantung pada modal yang dibutuhkan dan jumlah pemilik. Pemilihan usaha didasarkan oleh beberapa pertimbangan sebagai berikut :

- a. Besarnya modal yang diperlukan untuk menjalankan bisnis,
- b. Tingkat kemampuan dan tanggung jawab hukum dan keuangan,
- c. Bidang industri yang dijalankan,
- d. Persyaratan perundang-undangan yang berlaku.

Untuk memilih badan usaha yang tepat, kita perlu mengetahui definisi, ciri-ciri badan usaha, serta kelebihan dan kekurangan masing-masing bentuk badan usaha. Berikut ini adalah beberapa bentuk badan hukum beserta kelebihan dan kekurangannya masing-masing.

A. Perusahaan Perseorangan

Perusahaan Perseorangan merupakan salah satu bentuk usaha yang dimiliki oleh seseorang dan ia bertanggung jawab sepenuhnya terhadap semua resiko dan kegiatan perusahaan. Dengan tidak adanya pemisahan pemilikan antara hak milik pribadi dengan milik perusahaan, maka harta benda pribadi juga merupakan kekayaan perusahaan.

Untuk mendirikan perusahaan perseorangan sangatlah sederhana dan tidak memerlukan persyaratan khusus, sebagaimana bentuk badan hukum lainnya. Tujuan utama didirikan perusahaan perseorangan adalah semata-mata hanya untuk mencari keuntungan.

Penjabaran ciri-ciri dari perusahaan perseorangan, sebagai berikut :

- 1) Dimiliki perseorangan (individu atau perusahaankeluarga),
- 2) Pengelolaannya sederhana,
- 3) Modalnya relatif tidak terlalu besar,
- 4) Kelangsungan usahanya tergantung pada para pemilikinya,
- 5) Nilai penjualannya dan nilai tambah yang diciptakan relatif kecil.

Dengan beberapa ciri tersebut maka perusahaan perseorangan memiliki beberapa kelebihan, seperti :

- 1) Kebebasan bergerak. Pemilik perusahaan perseorangan mempunyai kebebasan yang sepenuhnya pada setiap tindakannya. Segala keputusan adalah mutlak harus dilaksanakan sesuai keputusan.
- 2) Menerima seluruh keuntungan. Hanya perusahaan perseorangan yang memungkinkan seluruh keuntungan diperuntukkan bagi seseorang.
- 3) Pajak yang rendah. Bagi perusahaan perseorangan hingga saat ini pemerintah tidak memungut pajak dari perusahaan itu sendiri. Pemungutan pajak hanya dilakukan pada pemilik yaitu, pajak penghasilan.
- 4) Rahasia perusahaan terjamin. Perusahaan perseorangan merupakan suatu jenis perusahaan dimana rahasia-rahasia seperti data usaha, resep dan sebagainya dapat dijamin tidak akan bocor, lebih-lebih jika pemilik perusahaan itu sendirilah yang menjalankan segala tugas-tugas yang penting. Di beberapa perusahaan, keuntungan yang besar terletak atas dasar dipunyainya suatu proses atau formula rahasia yang tidak diketahui perusahaan lain.
- 5) Organisasi yang murah dan sederhana. Pada perusahaan perseorangan bagian-bagiannya tidak banyak seperti halnya PT karenanya ongkos yang dibutuhkan untuk itu adalah relatif rendah.
- 6) Peraturan minim. Jika pada persekutuan dengan badan usaha yang melibatkan banyak sumber daya, terdapat banyak peraturan-peraturan yang harus dituruti maka perusahaan perseorangan hanya sedikit peraturan yang dikenakan.
- 7) Keputusan dapat cepat diambil. Keputusan-keputusan dalam perusahaan perseorangan akan dapat cepat diambil karena pemilik perusahaan dapat

mengatur perusahaan menurut kehendaknya yang sekiranya terbaik dan terefektif, juga karena tidak adanya perselisihan pendapat yang mengakibatkan perundingan yang berlarut-larut yang tentu saja merugikan apalagi dalam dunia bisnis.

- 8) Lebih mudah memperoleh kredit. Perusahaan perseorangan lebih mudah mendapatkan kredit karena tanggung jawab atau jaminannya tidak terbatas pada modal usaha sendiri saja tetapi juga kekayaan pribadi dari pemilik maka resiko kreditnya lebih kecil.

Namun, terdapat beberapa hal yang perlu diketahui mengenai kekurangan Perusahaan Perseorangan, antara lain:

- 1) Tanggung jawab tidak terbatas. Dalam perusahaan perseorangan, tanggung jawab perusahaan terletak di tangan pemilik perusahaan, sehingga seluruh resiko atas perusahaan ditanggung oleh pemilik perusahaan. Jika perusahaan tidak dapat melunasi seluruh hutangnya maka kekayaan pribadi menjadi jaminannya.
- 2) Penanaman modal yang dijalankan oleh perusahaan perseorangan adalah terbatas, walaupun pemilik berusaha memperluas perusahaan, kredit yang diperolehpun terbatas pula.
- 3) Kelangsungan perusahaan tidak terjamin. Dengan kondisi masa depan yang tidak pasti, perlu diperhatikan potensi meninggalnya pemimpin atau dipenjarakannya pemilik perusahaan atau sebab lain. Yang dapat mengakibatkan aktivitas perusahaan dapat berhenti karena tidak ada sumber daya utama yang mengelola perusahaan.
- 4) Sumber keuangan terbatas. Karena pemiliknya hanya satu orang, maka usaha-usaha yang dilakukan untuk memperoleh sumber dana hanya bergantung pada kemampuan pemilik perusahaan.
- 5) Kesulitan dalam manajemen. Dalam perusahaan semua kegiatan seperti pembelian, penjualan, pembelanjaan, pencarian kredit, pengaturan karyawan dan sebagainya, dipegang oleh seorang pemimpin. Ini lebih sulit dibandingkan apabila manajemen dipegang beberapa orang..
- 6) Kurangnya kesempatan pada karyawan. Karyawan yang bekerja pada perusahaan perseorangan ini akan tetap menduduki posisinya dalam jangka

waktu yang relatif lama. Dalam menjalankan aktivitasnya, perusahaan perseorangan seringkali tidak mengelola administrasinya secara baik, sehingga dokumentasi dari setiap transaksi sulit untuk dicari. Bahkan terkadang setiap transaksi tidak didukung dengan dokumen yang seharusnya dibutuhkan.

B. Firma (Fa)

Firma adalah suatu perkumpulan yang didirikan untuk menjalankan perusahaan dibawah nama bersama dan yang mana anggota-anggotanya tidak terbatas tanggung jawabnya terhadap perikatan perseroan dengan pihak ketiga (**Mollengraff**).

Pendirian sebuah firma dilakukan dengan membuat akta perjanjian di hadapan notaris. Perjanjian tersebut memuat nama pendiri firma, cara pembagian keuntungan firma, serta waktu mulai dan berakhirnya perjanjian firma. Apabila firma didirikan dengan akta resmi, maka harus didaftarkan ke panitera pengadilan negeri dan selanjutnya diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia (BNRI).

Firma mengandung unsur-unsur pokok sebagaiberikut :

- 1) Persekutuan perdata,
- 2) Menjalankan perusahaan,
- 3) Dengan nama bersama,
- 4) Tanggung jawab sekutu bersifat pribadi untuk keseluruhan. Pada dasarnya, firma juga memiliki sifat atau ciri-ciri. Adapun sifat atau ciri-ciri firma antara lain :
 - 5) Bentuk firma ini telah digunakan baik untuk kegiatan usaha berskala besar maupun kecil,
 - 6) Dapat berupa perusahaan kecil yang menjual barang pada satu lokasi, atau perusahaan besar yang mempunyai cabang atau kantor di banyak lokasi,
 - 7) Masing-masing sekutu menjadi agen atau wakil dari persekutuan firma untuk tujuan usahanya,
 - 8) Pembubaran persekutuan firma akan tercipta jika terdapat salah satu sekutu mengundurkan diri atau meninggal,
 - 9) Tanggung jawab seorang sekutu tidak terbatas pada jumlah investasinya,
 - 10) Harta benda yang diinvestasikan dalam persekutuan firma tidak lagi

dimiliki secara terpisah oleh masing-masing sekutu,

- 11) Masing-masing sekutu berhak memperoleh pembagian laba persekutuan firma.

Adapun setiap anggota firma harus memenuhi hal-hal berikut :

- 1) Memberikan dan menyerahkan seluruh atau sebagian kekayaannya untuk badan usaha firma dan harus dicantumkan dalam akta pendirian, dibuat di hadapan notaris, didaftarkan di pengadilan, dan diumumkan dalam berita negara,
- 2) Mempunyai tanggung jawab penuh termasuk kekayaan pribadinya terhadap perjanjian yang dilakukan oleh firma,
- 3) Mempunyai kuasa penuh untuk bertindak atas nama firma sehingga unsur kepercayaan sangat diperlukan. Setelah kita memahami pemahaman dasar mengenai firma dan ciri-cirinya. Kita dapat mengkategorikan kelebihan dari firma. Antara lain:
 - a) Prosedur pendirian firma mudah,
 - b) Dalam firma, setiap keputusan diambil bersama sehingga dimungkinkan adanya keputusan yang lebih baik.
 - c) Firma memiliki status hukum jelas,
 - d) Adanya pembagian kerja diantara anggota firma sesuai dengan kecakapan serta keahliannya masing-masing.

Selain kelebihan, firma juga memiliki beberapa kekurangan antara lain :

- a) Adanya tanggung jawab tak terbatas atas utang-utang perusahaan,
- b) Kontinuitas firma kurang terjamin karena keluarnya salah satu anggota berarti firma bubar,
- c) Kekurangcakapan salah satu anggota menimbulkan kerugian atas firma, yang mengakibatkan anggota lain turut menanggung,
- d) Rawan konflik internal, yaitu ketegangan diantara anggota firma yang dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan.

Dapat kita pahami bersama bahwa kepemimpinan firma berada sepenuhnya ditangan pemilik sekaligus bertanggungjawab terhadap segala resiko yang mungkin timbul. Sama seperti halnya perusahaan perseorangan tujuan firma adalah untuk mencari

keuntungan.

C. Persekutuan Komanditer (CV)

Perseroan komanditer adalah suatu perseroan yang dibentuk antara satu orang atau beberapa orang persero yang secara tanggung menanggung bertanggung jawab untuk seluruhnya pada satu pihak, dan satu orang atau lebih sebagai pelepas uang pada pihak lain. Dalam Perseroan Komanditer terdapat beberapa sekutu yang secara penuh bertanggung jawab atas sekutu lainnya. Kemudian ada satu atau lebih sekutu sebagai pemberi modal. Tanggung jawab sekutu komanditer hanya terbatas pada sejumlah modal yang ditanamkan didalam perusahaan.

Terdapat beberapa ketentuan dalam mendirikan persekutuan komanditer, seperti :

- a. Para pendiri dan pengurus perusahaan adalah warga negara Indonesia yang berjumlah minimal 2 (dua) orang,
- b. Pengurus terdiri dari seorang atau lebih Direktur dan seorang atau lebih sebagai Pesero Komanditer,
- c. Perusahaan harus berkedudukan di salah satu Kota atau Kabupaten di wilayah Republik Indonesia,
- d. Memiliki tempat usaha sebagai kantor yang berada dilingkungan komersial seperti Gedung Perkantoran, RUKO/RUKAN, dll,
- e. Maksud dan tujuan perusahaan yaitu bidang usaha tidak bertentangan dengan hukum dan peraturan yang berlaku,
- f. Pendirian perusahaan harus dibuat dengan Akta Otentik sebagai Akta Pendirian oleh Notaris dalam bahasa Indonesia.
- g. Tujuan pendirian Perseroan Komanditer adalah untuk memberikan peluang bagi perseorangan untuk ikut menanamkan modalnya dengan tanggung jawab terbatas. Sebelum menyusun tahapan pendirian persekutuan komanditer.

D. Perseroan Terbatas (PT)

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 dalam pasal 1, Perseroan Terbatas yang selanjutnya disebut Perseroan adalah badan hukum yang merupakan

persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Undang-Undang ini serta peraturan pelaksanaannya. Pemakaian nama perusahaan untuk badan hukum Perseroan Terbatas harus mendapatkan persetujuan terlebih dahulu dari menteri untuk bisa digunakan. Nama Perseroan didahului dengan frase Perseroan Terbatas atau disingkat PT. Khusus untuk Perseroan terbuka selain didahului nama PT dibelakangnya nama Perseroan juga ditambah singkatan Tbk.

Dalam website Lawindo.biz (2016), Adapun komponen dasar perseroan yang diperlukan untuk membentuk sebuah perseroan terbatas, antara lain :

- 1) Nama para pendiri Perseroan Terbatas,
- 2) Nama Perseroan Terbatas,
- 3) Tempat dan kedudukan Perseroan Terbatas,
- 4) Jangka waktu berdirinya Perseroan Terbatas,
- 5) Modal Perseroan Terbatas terdiri dari modal dasar, modal ditempatkan dan modal disetor,
- 6) Jumlah saham dan nama para pemegang saham Perseroan Terbatas,
- 7) Nama jabatan dan jumlah anggota Direksi dan Komisaris,
- 8) Penetapan tempat dan tatacara penyelenggaraan Rapat Umum Pemegang Saham,
- 9) Pengangkatan, penggantian, pemberhentian anggota Direksi dan Dewan Komisaris,
- 10) Tatacara penggunaan laba dan pembiayaan deviden.

Untuk mendapatkan status sebagai badan hukum resmi, anggaran dasar Perseroan Terbatas (PT) harus mendapatkan pengesahan dari Menteri Hukum dan HAM RI. Setelah mendapatkan statusnya sebagai Badan Hukum, maka Pemegang Saham Perseroan tidak bertanggung jawab secara pribadi atas perikatan yang dibuat atas nama perseroan dan tidak bertanggung jawab atas kerugian Perseroan melebihi saham yang dimiliki. PT mendapatkan statusnya sebagai badan hukum pada tanggal dikeluarkan Surat Keputusan Menteri.

Perseroan Terbatas saat ini bisa menjadi primadona bagi para pengusaha yang memiliki aset dan ingin menyusun serta membangun suatu usaha atau bisnis. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa faktor atau alasan yang menguntungkan, seperti:

1) **Badan Hukum Lebih Aman**

Sebagai salah satu badan hukum, Perseroan Terbatas dirasakan lebih menjaga keamanan dalam melakukan kegiatan usaha di Indonesia. Hal ini karena anggaran dasar perusahaan mulai dari pendirian perusahaan, perubahan, penggabungan perusahaan (*merger*), pengambilalihan serta pembubaran perusahaan diatur secara hukum sesuai dengan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Peraturan lain yang terkait.

2) **Varian dari Bidang Usaha**

Berbagai jenis kegiatan usaha dapat dikelola dan dilakukan oleh badan usaha perorangan. Namun ada beberapa jenis bidang usaha yang hanya bisa di kelola dan dilaksanakan oleh badan usaha berbentuk badan hukum seperti Perseroan Terbatas (PT) seperti Bidang usaha sektor Perhubungan meliputi; Usaha Jasa Pengurusan Transportasi (Forwarding), Usaha Salvage, dll. Kemudian Bidang usaha pariwisata antara lain; Usaha biro perjalanan wisata, usaha konsultan pariwisata, dll. Selain itu seperti Usaha jasa konstruksi dengan kualifikasi besar, serta jenis usaha lain yang diatur oleh Undang-Undang atau peraturan yang berlaku.

3) **Kucuran Investasi dari Pihak Lain**

4) **Pengusaha berencana mendirikan sebuah perusahaan dalam rangka penanaman modal asing (PMA)**, yakni usaha patungan antara pemilik modal Indonesia dengan pemilik modal asing, dimana salah satu atau lebih pemilik modal asing menjadi pemegang saham perusahaan. Setiap perusahaan yang didirikan dalam rangka Penanaman Modal Asing (PMA) harus berbentuk Perseroan Terbatas. Resiko Bisnis Pengusaha atau pemilik modal merasa lebih aman dalam melakukan investasi dan menanamkan modal dengan mendirikan badan hukum Perseroan Terbatas (PT) sebagai legalitas perusahaan. Hal ini karena adanya pemisahan kekayaan pribadi para pemilik (pemegang saham) perusahaan dengan kekayaan pribadinya. Sehingga segala resiko bisnis yang dilaksanakan untuk dan atas nama perusahaan bukan lagi menjadi tanggung jawab para pendiri atau pemegang saham melainkan menjadi tanggung jawab perusahaan.

5) Peluang Meningkatkan Nilai Investasi.

Hampir semua jenis usaha dengan nilai investasi besar yang ada di Indonesia berbentuk badan hukum Perseroan Terbatas (PT) baik yang didirikan dalam rangka penanaman modal asing (PMA), penanaman modal dalam negeri (PMDN) atau berbentuk perusahaan BUMN atau BUMN. Hal ini tidak lepas dari strategi bisnis yang menjadi visi dan misi perusahaan untuk mengembangkan bisnis, melakukan perluasan usaha, mendirikan pabrik, menciptakan produk baru dan lain sebagainya dengan tujuan memperoleh keuntungan sebesar-besarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Purnomo, R. A., Riawan, & Sugianto, L. O. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis. In UNMUH Ponorogo Press (Pertama)*. UNMUH Ponorogo Press.
- Sektiyaningsih, I. S. (2021). *Analisis Kelayakan Bisnis. In Analytical Biochemistry (Vol. 11, Issue 1)*. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002->
- ZA, S. Z., & Wibowo, A. (2023). *Analisis Studi Kelayakan Bisnis Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Mojo'O Coffee Di Gang Mawar, Sempaja Samarinda)*. *PRIMER: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 144–151. <https://doi.org/10.55681/primer.v1i2.62>
- Purnomo, Rochmat Aldy. 2015. *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Ziyad Visi Media : Surakarta.
- Purnomo, Rochmat Aldy. 2014. *Studi Kelayakan Bisnis Pelatihan Motivasi di Kawasan Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas*. Skripsi. IESP. Universitas Jenderal Soedirman. Purwokerto.