

**STUDI KELAYAKAN BISNIS USAHA SABLON DI UD. ANANTA DESA  
ADAT KAPAL KECAMATAN MENGWI KABUPATEN BADUNG**

**Ni Luh Ketut Ayu Sudha Sucandrawati<sup>1</sup> dan Ni Wayan Ari Sudiartini<sup>2</sup>,**

<sup>1,2</sup>Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi, Universitas Mahendradatta

Jl. Ken Arok No 12, Peguyangan Denpasar Utara, Bali 80115

Email: [ayusucandra89@gmail.com](mailto:ayusucandra89@gmail.com); [wayan.ari1987@gmail.com](mailto:wayan.ari1987@gmail.com)

**ABSTRAK:** Usaha sablon merupakan usaha yang bergerak di bidang percetakan jasa sablon baik dari jasa sablon batik seragam sekolah hingga umum, dalam penelitian ini yaitu bertujuan untuk menganalisis studi kelayakan bisnis untuk meningkatkan usaha UD. Ananta sablon yang berada di Desa Adat Kapal Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung yang ditinjau dari beberapa aspek baik itu aspek pemasaran, aspek hukum, aspek teknis dan teknologi, aspek lingkungan hidup, aspek keuangan dan finansial, penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode wawancara. Hasil diperoleh dari penelitian ini menunjukkan pengelolaan perusahaan terdiri atas *Planning, Organizing, Actuating, Controlling*. Namun terdapat permasalahan yang terjadi di lingkungan eksternal menunjukkan tingkat persaingan baik dari ancaman penggantian seragam batik sekolah menjadi endek sekolah. Oleh karena itu strategi yang digunakan untuk pengembangan usaha sablon adalah dengan meningkatkan kualitas produksi yang akan berpengaruh hasil yang diberikan terhadap konsumen. Ditinjau dari aspek finansial didapatkan nilai NPV (*Net Present Value*) sebesar Rp.208.575.502, IRR (*Internal Rate of Return*) 13,49%, PI (*Profitability Index*) 1,6. NPV dikatakan layak karena memiliki nilai positif, IRR yang dinyatakan layak karena tingkat bunga nilai bersih arus kas suatu proyek bernilai positif dan PI layak karena diterima memiliki nilai lebih dari satu sehingga perusahaan tersebut layak untuk di realisasikan.

**Kata kunci:** Pengelolaan usaha, pengembangan usaha, analisis internal dan eksternal, strategi peningkatan kualitas

**ABSTRACT:** *The screen printing business is a business engaged in printing services both from batik uniform printing to school uniforms, in this study which aims to analyze the business feasibility study to improve the screen printing business UD. Ananta in the Desa Adat Kapal, Mengwi District, Badung Regency, viewed from several aspects of both marketing aspects, legal aspects, technical and technological aspects, environmental aspects, financial and financial aspects, this study uses descriptive qualitative research with interview methods. The results obtained from this study indicate that company management consists of Planning, Organizing, Actuating, Controlling. However, there are problems that occur in the external environment showing the level of competition both from the threat of changing school batik uniforms to school endek. Therefore the strategy used for the development of the screen printing business is to improve the quality of production which will affect the results given to consumers. From the financial aspect, the NPV (Net Present Value) value is Rp. 208,575,502, IRR (Internal Rate of Return) 13.49%, PI (Profitability Index) 1.6. NPV is said to be feasible because it has a positive value, an IRR that is declared feasible because the interest rate on the net cash flow of a project is positive and the PI is feasible because it has more than one value so that the company is feasible to realize.*

**Keywords:** *business management, business development, internal and external analysis, quality improvement strategies.*

## 1. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi tentunya perubahan semakin pesat. Persaingan bisnis yang ketat dapat memicu peningkatan berbagai usaha yang dijalani. Bersaing dan berhasil dalam lingkungan global yang dinamis berarti sumber-sumber daya yang dimiliki haruslah inovatif selalu siap untuk menanggapi perubahan dengan cepat. Dalam era sekarang banyak wirausahawan yang mencoba berwirausaha salah satu usaha yang dapat dikembangkan adalah minat berwirausaha. Belajar berwirausaha sejak dini tidak akan ada ruginya, bukan hanya keterampilan menghasilkan barang dan jasa namun juga memasarkan produk serta keterampilan menghadapi orang luar.

Banyak wirausahawan sukses yang mempunyai latar belakang keluarga wirausaha dan lingkungan tempat tinggal yang berjiwa entrepreneur. Pengangguran menjadi masalah serius di Indonesia yang masih sulit diatasi. Program pemerintah untuk mengurangi pengangguran belum mampu mengurangi pengangguran secara signifikan. Penyebabnya karena jumlah penduduk yang besar dan pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat, tidak disertai bertambahnya lapangan kerja. Pengangguran terbuka menurut pendidikan tertinggi yang ditamatkan juga terhitung masih tinggi. Hal ini dapat dikatakan pengangguran banyak terjadi pada penduduk yang berpendidikan. Membuka peluang berwirausaha juga akan berpengaruh terhadap peningkatan perekonomian masyarakat sekitar. Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti berinisiatif melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui usaha peningkatan perekonomian dalam berwirausaha. Maka dalam penelitian ini penulis mengambil penelitian terhadap peningkatan usaha sablon. Alasan dalam memilih mengembangkan usaha sablon dilihat dari sektor pasar.

Karena banyaknya kebutuhan dan luasnya cakupan dalam menggunakan jasa sablon maka, jasa sablon ini bisa menjadi referensi yang bisa dikembangkan. Di tinjau dari aspek pemasaran kebutuhan sablon banyak diminati baik dari batik untuk seragam sekolah sampai baju kaos distro yang banyak diminati dikalangan remaja. Jika ditinjau dari pemasaran jasa sablon di area kabupaten Badung hampir 70% menggunakan jasa sablon tersebut. Dilihat dari seragam sekolah TK, SD, SMP, SMA juga menggunakan jasa sablon. Diluar dari itu jasa sablon juga bisa digunakan dalam usaha distro yang banyak digemari oleh kaum remaja dengan berbagai desain yang beragam. UD. Ananta adalah suatu pabrik yang didirikan dari tahun 1990 yang merupakan salah satu pabrik pencetak sablon yang telah bekerja sama dengan sekolah dari TK, SD, SMP hingga SMA se-Bali. UD. Ananta menyediakan jasa percetakan sablon kain batik, seragam olahraga, dan seragam sekolah lainnya. Dengan menetapkan kualitas terbaik pada barang yang diproduksi dapat meyakinkan customer terhadap jasanya yang diberikan. Dalam pelaksanaan percetakan sablon menggunakan teknik manual dengan memanfaatkan kayu yang disebut screen sebagai alat cetak. Walaupun sablon dengan mesin printer

lebih cepat tetapi UD. Ananta lebih memilih manual, adapun kelebihan percetakan manual adalah kualitas hasil sablon lebih sempurna, dengan percetakan manual hasil warna lebih bagus dan tidak luntur, sablon manual mampu mencetak berbagai jenis design.

**2. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS (JIKA ADA)** - Bagian ini berisi kajian literatur yang dijadikan sebagai penunjang konsep penelitian. Kajian literatur tidak terbatas pada teori saja, tetapi juga bukti-bukti empiris. Hipotesis penelitian (jika ada) harus dibangun dari konsep teori dan didukung oleh kajian empiris.

### **3. METODE PENELITIAN –**

Dalam rancangan penelitian dapat dikemukakan masalah-masalah yang akan diteliti. Untuk membantu memecahkan masalah diperlukan teori atau literatur untuk penelitian, yaitu landasan teori yang terkait dengan Peningkatan UD. Ananta. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang pada dasarnya menggunakan pendekatan deduktif-induktif. Pendekatan ini berangkat dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli, maupun pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya, kemudian dikembangkan menjadi permasalahan-permasalahan yang diajukan untuk memperoleh pembenaran (verifikasi) atau penolakan dalam bentuk dokumen data empiris lapangan. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir, dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal dan dirancang sematang mungkin sebelumnya. Desain bersifat spesifik dan detail karena desain merupakan suatu rancangan penelitian yang akan dilaksanakan sebenarnya.

#### **Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui metode observasi, wawancara, dan teknik dokumentasi.

#### **Teknik Analisis Data**

Teknik Analisa Data merupakan cara yang digunakan untuk pengolahan data yang terkait objek yang akan diteliti. Dalam pengolahan data menggunakan cara kualitatif yaitu dengan meninjau aspek hukum, aspek pasar, aspek teknik dan teknologi, aspek lingkungan hidup, aspek finansial. Pengolahan kuantitatif menggunakan data-data yang diperoleh dari hasil penelitian setelah dilakukan tabulasi data.

#### **Metode Net Present Value (NPV)**

Pengertian dan Rumus Metode Net Present Value (NPV) digunakan untuk mengurangi kekurangan kekurangan yang terdapat pada metode Payback Period (PP). Metode Net Present Value merupakan metode yang dilakukan dengan cara membandingkan nilai sekarang dari aliran kas masuk bersih (*proceeds*) dengan nilai sekarang dari biaya pengeluaran suatu investasi (*outlays*). Oleh karena itu, untuk melakukan perhitungan kelayakan investasi dengan metode NPV diperlukan data aliran kas keluar awal (*initial cash outflow*), aliran kas masuk bersih di masa yang akan datang (*future net cash inflows*), dan *rate of return minimum* yang diinginkan. Jika hasil perhitungan NPV positif berarti investasi akan memberikan hasil yang lebih tinggi dibandingkan dengan *rate of return minimum* yang diinginkan. Sebaliknya jika NPV negatif berarti investasi akan memberikan hasil yang lebih rendah dibandingkan *rate of return minimum* yang diinginkan, maka investasi sebaiknya ditolak.

Rumus yang digunakan untuk menghitung Net Present Value (NPV) adalah sebagai berikut :

$$(NPV) = \sum \frac{A_t}{(1 + k)^t}$$

Keterangan:

$k$  = *Discount rate* yang digunakan  $A_t$  = *Cash flow* pada periode  $t$

$n$  = Periode yang terakhir dimana *cash flow* diharapkan

Kriteria kelayakan penerimaan investasi menggunakan metode Net Present Value (NPV) adalah suatu investasi yang diusulkan dinyatakan layak jika Net Present Value (NPV) lebih besar dari nol atau bernilai positif. Sebaliknya, jika Net Present Value (NPV) suatu investasi lebih kecil dari nol atau bernilai negatif maka investasi tersebut dinyatakan tidak layak. Apabila terdapat beberapa alternatif investasi maka untuk alternatif investasi yang terbaik dipilih dengan cara menentukan alternatif investasi yang mempunyai Net Present Value yang paling besar.

### Metode Internal Rate of Return (IRR)

Internal rate of return merupakan tingkat bunga dimana nilai sekarang bersih dari semua arus kas (baik positif maupun negatif) dari suatu proyek atau investasi sama dengan nol. Tingkat pengembalian Internal digunakan untuk mengevaluasi daya tarik proyek atau investasi. Jika Internal rate of Return adalah proyek baru melebihi tingkat

pengembalian yang diinginkan perusahaan, proyek itu diinginkan. Jika IRR turun di bawah tingkat pengembalian yang diminta, proyek harus ditolak.

Rumus :

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

$$0 = P_0 + P_1/(1+IRR) + P_2/(1+IRR)^2 + P_3/(1+IRR)^3 + \dots + P_n/(1+IRR)^n$$

#### A. Keterangan: IRR (Internal Rate of Return)

$i_1$  = Tingkat Diskonto yang menghasilkan NPV+

$i_2$  = Tingkat Diskonto yang menghasilkan NPV-

NPV1=Net Present Value bernilai positif

NPV2= Net Present Value bernilai negatif

### Metode PI (Profitability Index)

Profitability Index merupakan metode ini menghitung perbandingan antara nilai arus kas bersih yang akan datang dengan nilai investasi yang sekarang.

Profitability Index (PI)

**Rumus :**

$$PI = \frac{\text{Nilai Aliran Kas Masuk}}{\text{Nilai Investasi}}$$

Untuk pengambilan keputusan dari kriteria penilaian Profitability Index adalah PI harus lebih besar dari 1 baru dikatakan layak. Semakin besar PI investasi semakin layak.

Kelayakan investasi menurut standar analisa ini adalah:

Jika  $PI < 1$ : maka investasi tersebut dapat dijalankan ( diterima)

Jika  $PI > 1$ : maka investasi tersebut tidak layak dijalankan (ditolak)

### **Teknik Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah salah satu teknik analisis untuk mengkaji proses bisnis dalam suatu organisasi secara keseluruhan. Untuk mengkaji suatu organisasi perlu dilakukan analisis dengan melihat faktor internal (yang muncul dari dalam) dan faktor eksternal (yang ada atau datang dari luar). Faktor-faktor internal yang dapat dianalisis yaitu: Kekuatan (Strengths), Kelemahan (Weaknesses), sedangkan faktor-faktor eksternal yaitu: Peluang (Opportunities), Ancaman (Threats). Tahapan yang dilakukan dalam analisis SWOT yaitu:

- a. Faktor Strategi Internal  
Perusahaan atau IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)
- b. Faktor Strategi Eksternal  
Perusahaan atau EFAS (*External Factor Analysis Summary*)
- c. Matriks SWOT
- d. Diagram Analisis SWOT

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Analisis kelayakan dalam meningkatkan usaha sablon pada UD. Ananta di Kabupaten Badung menggunakan pengelolaan fungsi bisnis yaitu :

### **1. Pemasaran**

#### Planning

UD. Ananta telah menetapkan sasaran pada divisi pemasaran yaitu untuk selalu mendapatkan order dengan harga yang bagus. Hal ini dilakukan dengan cara menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan serta mempertahankan kualitas produk perusahaan. UD. Ananta juga memiliki sasaran jangka panjang yaitu memperluas daerah pemasarannya baik di pasar domestik maupun luar negeri dengan target pasar untuk kalangan kelas menengah dan menengah ke atas. **UUJ.**

#### Organizing

Dalam menjalankan fungsi pemasaran perusahaan, pengaturan aktivitas pemasaran dipimpin oleh seorang manajer pemasaran. Untuk mencari order, konsumen dapat menghubungi perusahaan untuk memberitahu jumlah order yang diinginkan yang nantinya dicatat dan siap dilanjutkan ke proses produksi. **KKK.**

#### Actuating

Pimpinan UD. Ananta memberikan pengarahan pada staff karyawan pemasaran mengenai cara mengenalkan produk sablon yang ditawarkan perusahaan, cara berkomunikasi yang baik dengan pembeli dan untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Atas usaha yang dilakukan staff pemasaran **SSA**

untuk memotivasi agar dapat bekerja lebih giat, pimpinan UD. Ananta memberikan umpan balik berupa bonus. Bonus tersebut diberikan jika staff pemasaran mendapatkan order dengan harga yang bagus dari pelanggan.

#### **Controlling**

Pengontrolan yang dilakukan pimpinan pada staf pemasaran adalah dengan laporan lisan dari karyawan dan melakukan evaluasi laporan penjualan sebulan sekali, dan juga memantau langsung lewat pelanggan. Sedangkan pengontrolan yang dilakukan staff pemasaran dilakukan setiap hari dari catatan order ataupun menghubungi pelanggan lewat telepon untuk memastikan order.

### **2. Keuangan**

#### **a. Planning**

Staff keuangan dibentuk dengan tujuan untuk mengatur dan menganalisa keuangan perusahaan agar mendapatkan keuntungan. Dalam perencanaan keuangan, perusahaan memiliki rancangan anggaran pada masing-masing staff yang ada dalam perusahaan.

#### **b. Organizing**

Dalam menjalankan fungsi keuangan perusahaan, pengaturan aktivitas keuangan dipimpin oleh seorang staf khusus keuangan atau admin. Dalam menjalankan tugasnya tersebut. Masing-masing staf memiliki pembagian kerja yaitu ada yang mengatur pemasukan dan pengeluaran secara terpisah.

#### **c. Actuating**

Staff keuangan memberikan pengarahan mengenai sistem pengajuan anggaran biaya yang akan digunakan untuk pengeluaran perusahaan baik pengeluaran untuk proses produksi, pemasaran dan kompensasi karyawan. Pemberian motivasi yang dilakukan oleh Pimpinan UD. Ananta pada staf karyawan berupa bonus.

#### **d. Controlling**

Pengontrolan keuangan dilakukan secara rutin oleh staf keuangan. Pimpinan mengecek data pemasukan dan pengeluaran yang dibuat oleh staf keuangan setiap hari. Pimpinan UD. Ananta melakukan kontrol sebulan sekali berdasar laporan keuangan perusahaan.

### **3. Produksi dan Operasional**

#### **a. Planning**

Staff produksi dan operasional memiliki sasaran yaitu dalam hal kualitas dan kuantitas. Untuk menyelesaikan proses produksi sesuai jadwal maka staf produksi terkadang harus lembur bekerja. Selain itu perusahaan juga menetapkan peraturan dalam hal absensi dan keterlambatan karyawan agar proses produksi berjalan dengan

lancar sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

#### **b. Organizing**

Staf khusus produksi membagi kerja divisi produksi dan operasional menjadi 2 bagian yaitu divisi produksi dan operasional terbagi atas, bagian screen, dan bagian proses produksi.

#### **c. Actuating**

Pimpinan UD. Ananta memberikan pengarahan kepada masing-masing staff bagian produksi untuk memproduksi sesuai dengan PO dari pelanggan. Kemudian Pimpinan UD. Ananta memberi pengarahan pada staff produksi. d.

#### **Controlling**

Pengontrolan yang dilakukan oleh Pimpinan pada staf produksi, operasional adalah dengan memberikan laporan lisan kepada Pimpinan perusahaan, serta melakukan evaluasi laporan produksi sebulan sekali. Pengontrolan juga dilakukan terhadap staf produksi dilakukan setiap hari. Pengendalian dilakukan dengan pengawasan secara langsung agar mengurangi kesalahan dan kinerja yang kurang baik pada staf produksi.

Adapun konsep “6D” yaitu: *Dream* (keinginan), *Decisiveness* (tegas), *Doers* (cekatan), *Determination* (tanggungjawab), *Dedication* (dedikasi), *devotion* (kesetiaan). Sebelum suatu produk sampai tangan konsumen hendaknya melakukan analisis baik analisis dari persiapan bahan yang digunakan hingga proses akhir percetakan. Didalam Pemasaran terdapat empat hal Khusus yang berkaitan dengan komposisi Marketing Mix yang digunakan oleh investor dalam memasuki pasar adalah sebagai berikut :

#### 1) Produk

Produk yang dihasilkan disini adalah pakaian besablon, produk dari usaha ini diharapkan dapat menjadi ikon oleh-oleh baru di Provinsi Bali.

#### 2) Harga

Harga mengambil peran penting dalam penjualan ataumarketing mix dan merupakan elemen yang paling cepat berubah. Penentuan harga dalam usaha pakaian bersablon ini disesuaikan dengan keadaan ekonomi masyarakat. Untuk itu pengusaha memberikan berbagai harga menurut jenis kain dengan minimum pemesanan sebanyak 30 pcs.

#### 3) Distribusi (Place)

Distribusi yang digunakan yaitu menggunakan metode distribusi langsung dan tak langsung. Distribusi langsung: Pelanggan bertemu langsung dengan produsen. Distribusi tak langsung: Produsen memanfaatkan tenaga kurir sebagai agen pengantar ataupun memanfaatkan jasa pengiriman barang.

#### 4) Promosi (Promotion)

Promosi bertujuan untuk memperkenalkan usaha ini kepada masyarakat luas, sarana yang digunakan bisa memakai surat kabar, selebaran dan sarana promosi elektronik lain seperti: Instagram, Facebook, Line, Whatsaap.

Adapun alat yang digunakan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman perusahaan dalam penelitian ini yaitu:

#### 1. Ancaman Masuk Pendetang Baru A. Skala Ekonomi

Industri yang dimasuki perusahaan sablon termasuk dalam industri dengan skala ekonomi besar. Produk yang dihasilkan perusahaan ini sangat bergantung pada permintaan pelanggan. Perusahaan memproduksi satu jenis desain sablon dalam jumlah yang banyak untuk mengurangi biaya produksi dan sulitnya dalam proses pembuatan karena dilakukan secara manual. Oleh karena itu perusahaan menetapkan batas minimum order pada pelanggan.

#### Diferensiasi Produk

Sablon yang dihasilkan perusahaan memiliki keunggulan dalam hal kualitas. Kualitas sablon yang dihasilkan perusahaan berbeda dengan kualitas sablon yang ditawarkan oleh perusahaan lain karena perbedaan baku. Teknik pengerjaan sablon secara manual memiliki lebih banyak variasi tinta dan dapat menyesuaikan aneka bahan kaos dibandingkan dengan sablon digital. Dalam hal ini kemampuan SDM sangat penting dalam penentuan hasil produksi perusahaan karena seluruh proses produksi menggunakan ketrampilan SDM. Jadi pendatang baru akan kesulitan bersaing dengan perusahaan karena aset perusahaan yang utama adalah SDM, dimana kemampuan SDM perusahaan baru belum tentu dapat menyamai kemampuan SDM yang dimiliki perusahaan.

2. Persaingan di antara perusahaan yang telah ada

A. Jumlah Pesaing

Ananta Sablon memiliki jumlah pesaing untuk usaha sablon manual tidak begitu banyak, karena hanya sedikit perusahaan yang bertahan menggunakan teknik sablon manual

untuk memproduksi sablonnya. Namun pesaing muncul dari berbagai wilayah dan strategi sehingga jumlah pesaing perusahaan sebenarnya cukup banyak. Kebanyakan usaha sablon saat ini menawarkan sablon digital dimana teknik pengerjaan sudah menggunakan mesin printing yang dianggap lebih praktis, mudah dan cepat. Perusahaan memiliki 3 pesaing yang cukup kuat dan sama-sama melayani kebutuhan di tingkat ekspor.

TingkatPertumbuhanIndustri

Produk baru akan diproduksi pada saat ada pesanan. Untuk satu desain sablon perusahaan dapat memproduksi dalam jumlah yang besar karena perusahaan tidak menjual secara satuan. Namun

sablon yang dihasilkan oleh perusahaan memiliki banyak pilihan variasi tinta sablon dan juga memiliki daya tahan yang lama dan serta bisa menyesuaikan aneka bahan seragam batik sekolah maupun kaos. Produk yang dimiliki perusahaan ini tidak

mudah ditiru karena sangat bergantung pada keahlian SDM perusahaan.

Adapun hasil penelitian yang mencakup beberapa aspek yang meliputi:

### **1. Aspek Pemasaran**

Kualifikasi Tenaga Kerja Secara Umum, tenaga kerja yang ada bukan merupakan tenaga kerja tetap.

Kualifikasi pendidikan tenaga kerja pada usaha UD. Ananta ini memiliki

jenjang pendidikan SMA/SMK. Sistem pengupahan tenaga kerja semua divisi menggunakan sistem join bagi hasil. Tenaga kerja mendapatkan proses training (pelatihan) selama bekerja di usaha UD. Ananta. Pelatihan oleh pemilik usaha diadakan setiap ada jenis produk yang baru, sehingga tenaga kerja dapat langsung mempelajari proses produksi, strategi pemasaran, dan pengembangan yang akan diterapkan. Berdasarkan pembahasan aspek manajemen dan organisasi maka rencana pendirian usaha pakaian bersablon ini **Layak** untuk dikembangkan.

### **2. Aspek Teknis dan Teknologi**

Dalam aspek teknis atau produksi yang akan digambarkan secara lengkap adalah mengenai: Lokasi usaha, baik kantor pusat, cabang, pabrik atau gudang (penelitian mengenai lokasi meliputi berbagai pertimbangan, apakah harus dekat dengan pasar, bahan baku, tenaga

kerja, pemerintahan, lembaga

keuangan, atau pertimbangan lainnya. Aspek teknis dan teknologi adalah aspek yang menilai tentang suatu usaha dikatakan layak dilihat dari teknis operasional secara rutin dan teknologi yang akan digunakan sehingga pada saat operasional tidak terjadi kesalahan

fatal yang akan membuat biaya produksi semakin tinggi. Dan faktor-faktor lainnya yang akan mmembuat kerugian bagi perusahaan dimasa yang akan datang. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam menganalisis aspek ini adalah

pemilihan produk, perencanaan kapasitas produksi, perencanaan proses, dan fasilitas produksi, dan perencanaan lokasi bisnis.

### **3. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia**

Dalam aspek manajemen dan Sumber Daya Manusia yang harus dinilai yaitu:

- a. Pemilik usaha (jumlah dan komposisi modal)
- b. Pengolahan usaha (manajemen) dengan jumlah serta kualifikasi pendidikan yang berpengalaman
- c. Struktur organisasi yang ada sekarang, gambaran mengenai jabatan rencana kerja seperti target, sasaran dan tujuan.

Informasi yang digunakan untuk menilai performance pribadi tersebut biasanya bersumber dari sesama pengusaha, media masa, perbankan, dan lain-lain.

#### **4. Aspek Hukum**

Dalam aspek ini yang akan dibahas adalah masalah kelengkapan dan keabsahan dokumen perusahaan, mulai dari bentuk badan usaha sampai surat izin-izin yang dimiliki.

Kelengkapan dan keabsahan dokumen sangat penting karena hal ini merupakan dasar hukum yang harus dipegang apabila di kemudian hari timbul masalah. Keabsahan dan kesempurnaan dokumen dapat diperoleh dari pihak-pihak yang akan menerbitkan atau mengeluarkan dokumen tersebut. Dokumen yang diperlukan meliputi:

- a) Bentuk badan usaha serta keabsahannya dan untuk badan usaha tertentu, seperti perseroan terbatas atau yayasan harus disahkan oleh departemen kehakiman.
- b) Tanda daftar perusahaan
- c) Nomor pokok wajib pajak (NPWP)

#### **5. Aspek Lingkungan Hidup**

Aspek Lingkungan Hidup adalah untuk mengetahui dampak yang ditimbulkan jika suatu investasi jadi dilakukan, baik dampak negatif maupun positif. Dampak yang timbul ada yang langsung mempengaruhi pada kegiatan usaha dilakukan sekarang atau baru kelihatan dimasa yang akan datang. Oleh karena itu sebelum usaha dijalankan perlu dilakukan studi tentang dampak lingkungan untuk mengetahui dampak yang akan timbul dandicari jalan keluarnya untuk mengatasinya

#### **6. Aspek Finansial**

Dalam aspek finansial hal-hal yang perlu digambarkan adalah jumlah investasi, biaya-biaya, dan pendapatan yang diperoleh. Besarnya investasi, jumlah dana yang akan dibutuhkan, baik untuk modal investasi, pembelian aktiva tetap maupun modal kerja. Selain itu, juga biaya-biaya yang diperlukan selama umur investasi dan pendapatan. Menilai jumlah kebutuhan investasi dan pembuatan cash flow. Setelah itu baru dinilai kelayakan usaha melalui metode penilaian investasi. Metode penelitian yang digunakan Net Present Value, Internal Rate of Return, Profitability Indeks.

**Tabel 1 Jumlah Modal Usaha, dan Laba Usaha UD. Ananta Desa Adat Kapal Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung Tahun 2017-2019**

| Tahun | Modal Usaha | Laba Usaha |
|-------|-------------|------------|
|       | (Rp)        | (Rp)       |
| 2017  | 200.130.000 | 66.710.000 |
| 2018  | 235.510.000 | 78.503.000 |
| 2019  | 203.399.000 | 67.800.000 |
|       | Rata – rata | 71.004.333 |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Pada tabel 1 hal ini menunjukkan bahwa rata-rata pasar potensial yang dapat diserap oleh UD. Ananta sebesar 71.004.333 pada periode 2017- 2019. Penyerapan pasar selama tiga tahun terakhir menunjukkan peningkatan pada periode 2017 ke 2018, sedangkan pada periode 2019 mengalami penurunan dikarenakan pada periode ini pesanan menurun khususnya pada Kabupaten Badung dikarenakan para seolah dianjurkan menetapkan dan beralih pada kain seragam endek

namun ada beberapa sekolah lain yang masih tetap pada seragam batiknya. Tetapi dalam hal tersebut pemesanan batik menuju periode 2020 berangsur normal karena pemesanan datang dari berbagai kalangan. Berdasarkan analisis tersebut diketahui bahwa yang menyatakan berdasarkan aspek pasar dan pemasaran UD. Ananta layak untuk didirikan, diterima. Dalam pendirian sebuah industri aspek pasar dan pemasaran sangat penting karena dari aspek ini kita dapat melihat peluang usaha serta serapan pasar dari usaha kita. Kita juga memperhitungkan pesaing agar tetap bisa bersaing dengan sehat.

**Tabel 2 Laporan Perubahan Ekuitas Pemilik Usaha UD. Ananta**

| <b>Modal Aktiva</b>        | <b>Total</b>       |
|----------------------------|--------------------|
| 1) Investasi Awal          | 100.000.000        |
| 2) Biaya Pra Operasional   | 62.680.000         |
| 3) Kas / saldo             | 37.320.000         |
| <b>Total Jumlah Aktiva</b> | <b>200.000.000</b> |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Pada tabel 2 laporan perubahan ekuitas pemilik usaha UD. Ananta menunjukkan bahwa penggunaan modal awal yang digunakan sebesar 100.000.000 dan biaya operasional yang digunakan sebesar 62.680.000 baik digunakan sebagai biaya gaji karyawan dan biaya bahan baku, jumlah atau saldo yang dimiliki saat ini sebesar 37.320.000, jadi total jumlah aktiva atau assets total yang dimiliki perusahaan saat ini sebesar 200.000.000.

**Tabel 3 Biaya Operasional Usaha UD. Ananta**

| <b>Biaya Operasional</b> | <b>Total<br/>(Pertahun)</b> |
|--------------------------|-----------------------------|
| 1 Biaya Gaji Karyawan    | 24.000.000.                 |
| 2 Biaya Bahan Baku       | 80.580.000                  |
| 3 Biaya Listrik          | 3.600.000                   |
| <b>Total Biaya</b>       | <b>108.180.000</b>          |

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Pada tabel 3 Biaya Operasional UD. Ananta menunjukkan bahwa biaya operasional yang digunakan sebagai biaya gaji karyawan sebesar 24.000.000 pertahun dengan jumlah karyawan 5 orang, adapun biaya bahan baku sebesar 80.580.000 dan biaya listrik pertahun sebesar 3.600.000.

**Tabel 4 Perincian Alat dan Perlengkapan Kebutuhan UD. Ananta**

| <b>No</b> | <b>Macam Kebutuhan</b> | <b>Jumlah (unit)</b> | <b>Harga Satuan</b> | <b>Jumlah Harga</b> |
|-----------|------------------------|----------------------|---------------------|---------------------|
| 1.        | Bingkai Screen (besar) | 200                  | 250.000             | 50.000.000          |
| 2.        | Bingkai Screen (kecil) | 75                   | 50.000              | 3.750.000           |
| 3.        | Meja Sablon            | 3                    | 800.000             | 2.400.000           |
| 4.        | Lampu Afdruk           | 4                    | 500.000             | 2.500.000           |
| 5.        | Rakel besar            | 4                    | 100.000             | 400.000             |
| 6.        | Rakel kecil            | 8                    | 30.000              | 240.000             |
| 7.        | Couter (48cm)          | 2                    | 100.000             | 200.000             |
| 8.        | Kipas angin            | 1                    | 350.000             | 350.000             |
| 9.        | Hairdrayer             | 1                    | 280.000             | 280.000             |

|     |                |          |         |           |
|-----|----------------|----------|---------|-----------|
| 10. | Waterpump      | 1        | 600.000 | 600.000   |
| 11. | Kaca           | 2        | 530.000 | 1.060.000 |
| 12. | Busa Afdruk    | 2        | 50.000  | 100.000   |
| 13. | Kain Monyl T55 | 10 meter | 80.000  | 800.000   |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Pada tabel 4 Perincian Alat dan Perlengkapan Kebutuhan Usaha UD. Ananta menunjukkan bahwa berikut merupakan alat-alat yang digunakan pada proses produksi kain sablon dengan menggunakan dengan cara percetakan sablon dengan teknik manual, peralatan diatas seperti bingkai screen memiliki ukuran berbeda-beda merupakan alat pokok yang digunakan percetakan sablon dengan teknik manual.

**Tabel 5 Kelayakan Usaha UD. Ananta**

| No | Alat Analisis | Hasil Analisis | Kesimpulan                                       | Keterangan |
|----|---------------|----------------|--|------------|
| 1. | NPV           | 208.575.502    | Diterima karena bernilai positif                 | LAYAK      |
| 2. | IRR           | 13,49 %        | Diterima karena suku bunga pinjaman kredit ritel | LAYAK      |
| 3. | PI            | 1,6            | Diterima >1                                      | LAYAK      |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Metode NPV (*Net Present Value*)

Merupakan metode analisis keuangan yang memperhatikan adanya perubahan nilai uang karena faktor waktu; proyeksi arus kas data dinilai sekarang (periode awal investasi) melalui pemotongan nilai dengan faktor pengurang yang dikaitkan dengan biaya modal (prosentase bunga).

$NPV = Total PV = Aliran Kas Bersih \pm Total PV Investasis$

Kriteria penerimaan:

Diterima jika bernilai positif

Ditolak jika bernilai negatif

B. Metode (*Internal Rate of Return*)

IRR adalah tingkat bunga yang akan diterima (*PV Future Procceds*) sama dengan jumlah nilai sekarang dari pengeluaran modal (*PV Capital Outlays*).

$RR = \frac{PIM - CI \times P2 \pm PI}{C2 \pm C1}$

Keterangan : P1 =Tingkat bunga 1 P2 = Tingkat bunga 2 C1 = NPV 1 C2 = NPV 2  
Kriteria penerimaan: Diterima jika > suku bunga pinjaman kredit ritel.

### C. Metode PI ( *Profitability Indeks*)

Indeks profitability adalah rasio atau perbandingan antara jumlah nilai sekarang arus kas selama umur ekonomisnya dan pengeluaran awal proyek.

$$PI = \frac{\text{Total PV Kas Bersih}}{\text{Total Investasi}}$$

Total Investasi

Kriteria penerimaan: Diterima jika lebih dari 1 , ditolak kurang dari 1

**Tabel 6 Faktor Strategi Internal ( IFAS) UD. Ananta**

| No.                  | Faktor Internal                                 | Bobot | Rating | Skor |
|----------------------|---|-------|--------|------|
| <b>Kekuatan</b>      |   |       |        |      |
| 1.                   | Perusahaan memiliki kualitas produk yang unggul | 0,14  | 4      | 0,56 |
| 2.                   | Perusahaan memiliki modal yang cukup besar      | 0,11  | 4      | 0,44 |
| 3.                   | Lokasi usaha yang strategis.                    | 0,12  | 4      | 0,48 |
| 4.                   | Perusahaan memiliki SDM yang terampil           | 0,10  | 4      | 0,4  |
| 5.                   | Perusahaan memiliki pelanggan yang loyal        | 0,12  | 4      | 0,48 |
| Total Skor Kekuatan  |   | 0,59  |        | 2,36 |
| <b>Kelemahan</b>     |   |       |        |      |
| 1.                   | Adanya produk gagal dalam proses produksi.      | 0,09  | 3      | 0,27 |
| 2.                   | Tingginya turnover karyawan                     | 0,06  | 2      | 0,12 |
| 3.                   | Kapasitas produksi penuh                        | 0,08  | 3      | 0,24 |
| 4.                   | Biaya tetap tinggi                              | 0,05  | 2      | 0,1  |
| Total Skor Kelemahan |   | 0,28  |        | 0,73 |

|                   |          |  |             |
|-------------------|----------|--|-------------|
| <b>Total IFAS</b> | <b>1</b> |  | <b>3,09</b> |
|-------------------|----------|--|-------------|

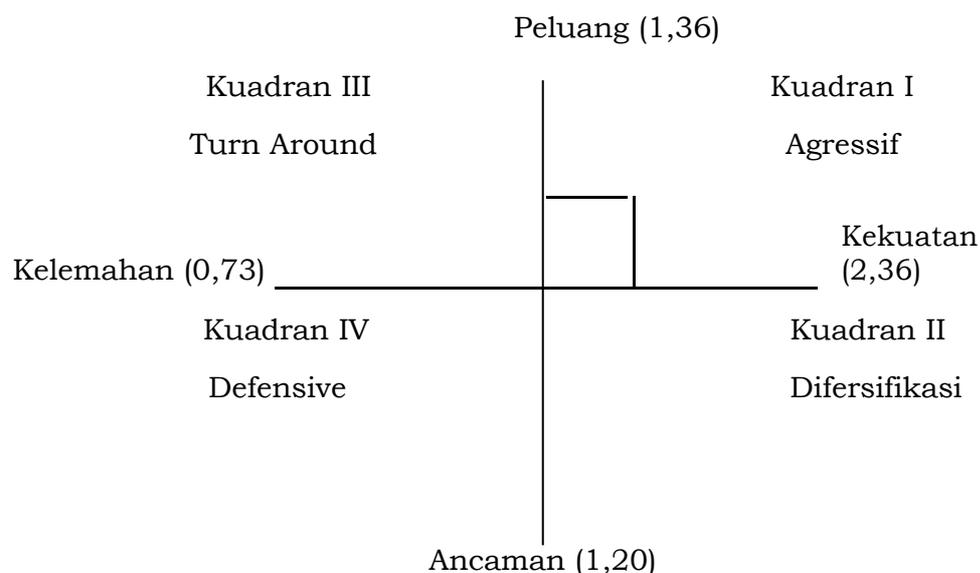
Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

**Tabel 7 Faktor Strategi Eksternal ( EFAS) UD. Ananta**

| No.                              | Faktor Eksternal   | Bobot    | Rating | Skor        |
|----------------------------------|--|----------|--------|-------------|
| <b>Peluang<br/>(Opportunity)</b> |  |          |        |             |
| 1.                               | Permintaan pasar meningkat.  | 0,10     | 4      | 0,4         |
| 2.                               | Mendapatkan pelanggan yang baru.   | 0,12     | 4      | 0,48        |
| 3.                               | Pelayanan jasa sesuai selera pelanggan.                                  | 0,12     | 4      | 0,48        |
| Total Skor Kekuatan              |  | 0,34     |        | 1,36        |
| <b>Ancaman<br/>(Threats)</b>     |  |          |        |             |
| 1.                               | Ketersediaan bahan baku dan harga bahan baku yang naik sewaktu- waktu    | 0,09     | 3      | 0,27        |
| 2.                               | Perusahaan pesaing yang Banyak menciptakan produk yang lebih bervariasi. | 0,10     | 2      | 0,2         |
| 3.                               | Biaya pengalihan kecil   | 0,08     | 2      | 0,16        |
| 4.                               | Perusahaan pesaing merebut karyawan perusahaan                           | 0,10     | 3      | 0,3         |
| 5.                               | Kendala musim hujan  | 0,09     | 3      | 0,27        |
| Total Skor Kekuatan              |  | 0,46     |        | 1,20        |
| <b>Total EFAS</b>                |  | <b>1</b> |        | <b>2,56</b> |

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Dari perhitungan diatas, diketahui bahwa nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci, strengths (kekuatan) 2,36 weaknesses (kelemahan) 0,73 opportunities (peluang) 1,36 threats (ancaman) 1,20 maka diketahui bahwa faktor strength (kekuatan) yang dimiliki oleh UD. Ananta lebih tinggi dari factor kelemahan (weakness) dengan selisih 1,63 dan faktor peluang lebih tinggi dari ancaman dengan selisih 0,16. Maka dari hasil identifikasi faktor- faktor tersebut, posisi UD. Ananta dapat digambarkan adalah diagram SWOT sebagai berikut:



**Gambar 1 Diagram SWOT**

Dari gambar diagram 4.4 diatas, sangat jelas menunjukkan bahwa UD. Ananta berada pada kuadran *growth* dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategi*), dengan penerapan GOS tersebut perusahaan dapat memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk merebut berbagai peluang yang ada sehingga perusahaan dapat menyeimbangi pesaing lain yang mengeluarkan produk sejenis.

#### Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk mengukur faktor- faktor strategi perusahaan. Penggunaan matriks SWOT yang merupakan *matching tool* dapat membantumanager mengembangkan empat tipe strategi yaitu: strategi SO, stratetgi WO, strategi ST, strategi WT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki. Penentuan strategi yang sesuai bagi pengembangan usaha sablon UD. Ananta adalah dengan cara membuat matriks SWOT yakni sebagai berikut:

**Tabel 8 Kombinasi Strategi Matriks SWOT**

|                          | <b>IFAS</b> | <b>Strenghts (S)</b>                                    | <b>Weaknesses (W)</b>                                  |
|--------------------------|-------------|---|--|
| <b>EFAS</b>              |             |   |  |
| <b>Opportunities (O)</b> |             | <b>Strategi SO</b><br>2,36 + 1,36<br>3,72<br><b>I</b>   | <b>Strategi WO</b><br>0,73 + 1,36<br>2,09<br><b>II</b> |
| <b>Threat (T)</b>        |             | <b>Strategi ST</b><br>2,36 + 1,20<br>3,56<br><b>III</b> | <b>Strategi WT</b><br>0,73 + 1,20<br>1,93<br><b>IV</b> |

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

**Tabel 9**

**Matriks SWOT Pada UD. Ananta**

|                  | <b>INTERNAL</b> | <b>STRENGTH(S)</b>  | <b>WEAKNESS (W)</b>  |
|------------------|-----------------|---|--|
| <b>EKSTERNAL</b> |                 | 1. Perusahaan memiliki kualitas produk yang unggul<br>2. Perusahaan memiliki modal yang cukup besar<br>3. Lokasi usaha yang strategis<br>4. Perusahaan memiliki SDM yang terampil.<br>5. Perusahaan memiliki pelanggan yang loyal | 1. Adanya produk gagal dalam proses produksi.<br>2. Tingginya turnover karyawan.<br>3. Kapasitas produksi penuh.<br>4. Biaya tetap tinggi. |

| <b><i>OPPORTUNITY (O)</i></b>  | <b><i>STRATEGI SO</i></b>   | <b><i>STRATEGI WO</i></b>  |
|--|---|--|
| 1. Permintaan pasar meningkat<br>2. Mendapatkan pelanggan yang baru<br>3. Pelayanan jasa sesuai selera pelanggan | 1. Dengan kualitas produk yang unggul, perusahaan berpotensi untuk memperluas pasar. (S1,O1,O2)<br><br>2. Dengan modal yang cukup besar, perusahaan dapat memperbesar kapasitas perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar dan pelanggan baru. (S2,O1,O2) | 1. Mengurangi produk gagal untuk meningkatkan permintaan. (W1, O1)<br><br>2. Mengurangi turnover karyawan, untuk dapat memenuhi permintaan pasar. (W2, O1)<br><br>3. Memenuhi permintaan yang meningkat untuk menutup biaya tetap. (W4,O1) |

| <b><i>THREATS (T)</i></b>  | <b><i>STRATEGI ST</i></b>  | <b><i>STRATEGI WT</i></b>  |
|--|--|--|
| 1. Ketersediaan bahan baku dan harga bahan baku naik sewaktu-waktu<br>2. Perusahaan pesaing yang banyak menciptakan produk yang lebih bervariasi<br>3. Biaya pengalihan kecil<br>4. Perusahaan pesaing merebut karyawan perusahaan | 1. Dengan menjaga loyalitas pelanggan, perusahaan dapat mempertahankan pelanggan agar tidak berpindah pada barang substitusi. (S4,T1)<br><br>2. Dengan adanya kualitas yang unggul dan mempertahankan SDM yang terampil, pelanggan akan tetap memilih produk perusahaan. (S2,S3,T2,T3) | 1. Memiliki kapasitas yang memadai agar pelanggan tidak beralih pada produk substitusi. (W3,T1)<br><br>2. Meminimalkan biaya tetap per unit dan mengurangi produk gagal untuk memperbesar biaya pengalihan. (W1,W4,T3)<br><br>3. Mempertahankan karyawan agar pesaing tidak dapat merebut karyawan perusahaan. (W2,T4) |

Dari hasil tabel matriks SWOT diatas, strategi yang dapat dihasilkan untuk usaha sablon UD. Ananta dalam pengembangan usahanya adalah strategi SO yang memiliki nilai tertinggi yaitu mencapai 3,72. Strategi ini dibuat dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Adapun strategi utama yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha sablon UD. Ananta yaitu:

A. Strategi SO

1. Dengan kualitas produk yang unggul, perusahaan berpotensi untuk memperluas pasar (S1,O1,O2). Perusahaan dapat memasarkan produk ke pelanggan-pelanggan baru di luar daerah pemasarannya yang sekarang. Dengan mengenalkan keunggulan kualitas sablon yang mungkin belum diketahui oleh calon pembeli yang potensial, dapat menggugah minat calon pembeli untuk membeli produk perusahaan. Sehingga perusahaan
2. Dengan modal yang cukup besar, perusahaan dapat memperbesar kapasitas perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar dan pelanggan baru (S2,O1,O2). Untuk memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat, maka perusahaan perlu meningkatkan kapasitas produksi sehingga perusahaan dapat memproduksi lebih banyak lagi. Dengan modal yang dimiliki, perusahaan dapat menambah beberapa alat produksi sablon.

## **5. SIMPULAN dan SARAN**

### **KESIMPULAN**

Aspek Pasar dan Pemasaran untuk aspek pasar dan pemasaran dapat diketahui bahwa untuk usaha UD. Ananta ini adalah dilihat dari 3 tahun periode terdapat peningkatan penghasilan yang diperoleh yang menyatakan suatu usaha sablon UD. Ananta LAYAK. Aspek Finansial Dari aspek finansial investasi yang dibutuhkan untuk pendirian usaha pakaian bersablon ini adalah Rp 100.000.000 yang berasal dari modal sendiri .berdasarkan analisis Net Present Value (NPV) sebesar Rp 201.575.502, serta PI sebesar 1,6 waktu ini lebih singkat dibandingkan dengan umur proyeknya sehingga usaha ini Layak untuk direalisasikan. Aspek Teknis untuk aspek teknis usaha pakaian bersablon UD. Ananta ini didirikan di perumahan Lingkungan Kapal, Kabupaten Badung, Bali. Lumayan dekat dengan sekolah-sekolah ternama di Bali, dan merupakan jalan penghubung antar daerah lainnya, sehingga mempermudah mendapatkan customer dari luar daerah. Aspek Manajemen dan Organisasi dari aspek manajemen, usaha UD. Ananta ini menggunakan struktur organisasi garis dan staf, beranggotakan lima (5) orang yang terdiri 4 bagian Produksi dan 1 bagian Distribusi. Aspek Hukum dari aspek hukum/yuridis usaha ini merupakan usaha perseorangan. Aspek Ekonomi dan Sosial dengan adanya usaha ini diharapkan dapat menambah lapangan pekerjaan baru, mengurangi jumlah pengangguran dan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat di Kabupaten Badung

### **SARAN**

Dengan adanya kesimpulan tersebut maka saran yang dapat diberikan adalah:

1. Pelaku bisnis harus menyusun strategi pemasaran yang jitu mengingat persaingan bisnis sangat ketat
2. Pimpinan usaha harus mampu menggerakkan usaha tersebut dengan anggota profesional yang memiliki tanggungjawab yang besar terhadap pekerjaannya.

## **JUIMA : Jurnal Ilmu Manajemen**

p-ISSN 2337-9804

e-ISSN 2549-8843

3. Sebaiknya kegiatan usaha UD. Ananta terus dikembangkan karena layak untuk dilaksanakan karena dilihat dari segi proyeksi permintaan yang cenderung semakin meningkat sehingga menjadikan prospek usaha yang bagus.

4. Pelaku bisnis harus menyusun strategi pemasaran yang jitu mengingat persaingan bisnis sangat ketat

5. Pimpinan usaha harus mampu mengerakkan usaha tersebut dengan anggota profesional yang memiliki tanggungjawab yang besar terhadap pekerjaannya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **Jurnal :**

- Abhad, Arwan, Pramono (2019) Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Komputer Vol.3 No. 9 September, hlm 8514-8522
- Yunita, R. Ediati, T., (2016). IbMKOMUNITAS SABLON KAOS MANUAL. Jurnal Pengabdian Masyarakat Kewirausahaan Indonesia, 2(1), pp. 19-34

#### **Book Chapter :**

- Azwar, S. (2005). Metode penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anoraga, Pandji. 2007. Pengantar Bisnis. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2003). Metodologi penelitian kualitatif. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- David, F.G. (2009). Manajemen strategis (12th ed.). (Dono Sunardi, Trans.). Jakarta: Salemba Empat.
- Dessler, G. (2004). Manajemen sumber daya manusia (9th ed.). (Eli Tanya, Trans.). Jakarta: PT Indeks, kelompok Gramedia
- Dessler, G. (2005). Manajemen sumber daya manusia (9th ed.). (Eli Tanya, Trans.). Jakarta: PT Indeks, kelompok Gramedia.
- Griffin, R.W. & Ebert, R.J. (2006). Business (8th ed.). New York : Pearson education Inc.
- Humphrey, Albert (2005). SWOT Analysis for Management Consulting. SRI Newsletter Alumni er (SRI International)
- Hunger, J.D. & Wheelen, T.L. (2001). Manajemen strategis (5th ed.). (Julianto Agung Trans) Yogyakarta: Andi.
- Kuncoro, M. (2003). Metode riset untuk bisnis & ekonomi. (Yati Sumiharti & Wisnu Chandra Kristiaji, Eds). Jakarta: Erlangga.
- Madura, J. (2007). Introduction to business (4th ed.). (Ali Akbar Yulianto & Krista, Trans.). Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyana, D. (2004). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- McHugh, J.M. & McHugh, S.M. (2008). Understanding business (8th ed.). New York: McGraw-Hill Companies.

## **JUIMA : Jurnal Ilmu Manajemen**

p-ISSN 2337-9804

e-ISSN 2549-8843

- Noe, R.A., Hollenbeck, J.R., Gerhart, B. (2008). Human resource
- Purwanto, I. (2006). Manajemen strategi. Bandung: CV Yrama Widya.
- Schermerhorn, J.R. (2000). Manajemen (5th ed.). (Parnawa Putranta, Surya Dharma Ginting
- Solihin, I. (2009). Pengantar manajemen. (Novieta I Sallama Eds.). Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sunardi & Prismatiwi, A. (2012). Bisnis pengantar. Yogyakarta: CAPS.
- Umar, H. (2003). Metode riset bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H. (2005). Evaluasi kinerja perusahaan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Waters, D. (2001). 101 Cara meningkatkan kinerja bisnis. (Gus Gusmanta, Trans). Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Wibisono, D. (2006). Manajemen kinerja. (Ratri Medya & Wisnu Chandra Kristiaji, Eds.). Jakarta: Erlangga.