

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Kewirausahaan

Kewirausahaan sosial di Indonesia mulai tumbuh ditandai dengan maraknya seminar/lokakarya tentang kewirausahaan sosial, berdirinya pusat studi kewirausahaan sosial di beberapa kampus, hadirnya organisasi yang peduli dengan pengembangan kewirausahaan sosial seperti Asoka Indonesia, dan terbentuknya Asosiasi Kewirausahaan Indonesia (AKSI) pada tanggal 16 Nopember 2009. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa banyak pihak yang meyakini bahwa kewirausahaan social merupakan salah satu solusi yang diperlukan untuk mengatasi masalah-masalah social yang terjadi di Indonesia.

Wirausaha sosial melihat masalah sebagai peluang untuk membentuk sebuah model bisnis baru yang bermanfaat bagi pemberdayaan masyarakat sekitar. Kewirausahaan sosial adalah pemanfaatan perilaku kewirausahaan yang lebih berorientasi untuk pencapaian tujuan sosial dan tidak mengutamakan perolehan laba, atau laba yang diperoleh dimanfaatkan untuk kepentingan sosial.

Menurut Mc Clelland, suatu negara untuk menjadi makmur minimum memiliki jumlah wirausaha 2 persen dari total jumlah penduduk (Siswandi, 2013:1).

Pada tahun 2009, Pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan (Dirjen Dikti Kemendikbud) telah meluncurkan Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) yang bertujuan untuk memberikan bekal pengetahuan, keterampilan dan sikap wirausaha berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi kepada mahasiswa agar dapat mengubah pola pikir dari pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja.

Kewirausahaan dianggap sebagai proses yang meliputi tiga fase: (a) fase pra-rente atau peluang identifikasi di mana pengusaha mengidentifikasi peluang bisnis yang tumbuh dan layak, (b) fase peluncuran atau pengembangan dan pelaksanaan di mana wirausahawan mengumpulkan sumber daya yang diperlukan untuk memulai suatu usaha, dan (c) fase pasca-peluncuran di mana pengusaha mengelola usaha baru sedemikian rupa sehingga ia tumbuh dan bertahan (Michael Fresse, 2014:414)

Seorang wirausahawan (*entrepreneur*) adalah seseorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang signifikan dan menggabungkan sumber-sumber daya yang diperlukan sehingga sumber-sumber daya itu bisa dikapitalisasikan. Perkenalan kewirausahaan telah menjadi obat mujarab ekonomi dalam penciptaan lapangan kerja dan kemakmuran ekonomi di negara berkembang dan maju.

Salah satu faktor pendorong pertumbuhan kewirausahaan suatu negara terletak pada peranan universitas melalui penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan.

Dorongan utama dari pendidikan kewirausahaan telah dimengerti, dan dapat mengembangkan pengetahuan dan prosedur yang diperlukan untuk membangun dan menumbuhkan kesuksesan. Lestari, B.R. (2012:2) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan dapat membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku pada mahasiswa menjadi seorang irausahawan sejati sehingga mengarahkan mereka untuk memilih berwirausaha sebagai pilihan karir.

Metode pembelajaran kewirausahaan haruslah mampu mentransfer bukan hanya pengetahuan dan keterampilan melainkan juga kemampuan untuk mewujudkan suatu usaha yang nyata, dan memperoleh jiwa dari kewirausahaan itu sendiri (Siswadi, 2013:2). Pendidikan kewirausahaan sangat tergantung pada penerimaan pola pikir kewirausahaan di universitas dan penciptaan kewirausahaan lingkungan di dalam dan sekitar Universitas (Widayanti, 2016:537).

Perkembangan persaingan global menuntut percepatan informasi ke masyarakat untuk tertarik berinvestasi (Rahma Wahdiniwati,2019:54). Sehingga pertumbuhan usaha baru sangat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi masyarakat indonesia saat ini. Usaha baru tersebut digolongkan berdasarkan aturan pemerintah dalam Undang-Undang nomor 20 tahun 2008.

2.1.2 Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia (MSDM) menurut Isniar (2018) adalah suatu ilmu yang mengatur upaya pencapaian tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat menjadi maksimal melalui manajemen hubungan dan peranan sumber daya (tenaga kerja) yang dimiliki oleh setiap individu secara efektif dan efisien. Pelaksanaannya meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian dari pengadaan, pengembangan, kompensasi, pemeliharaan. Pengembangan tenaga kerja merupakan tanggung jawab MSDM, sehingga diperlukan analisis kebutuhan pelatihan untuk proses pengembangan.

Kinerja sumber daya manusia sangat mempengaruhi tercapainya tujuan perusahaan. Penelitian mengenai manajemen sumber daya manusia sudah banyak dilakukan, dan hasilnya secara signifikan berpengaruh terhadap pencapaian tujuan perusahaan. Pada studinya Kaifeng jiang (Isniar Budiarti,2018:80), menyimpulkan bahwa manajemen sumber daya yang difokuskan pada peningkatan keterampilan karyawan hasilnya positif terhadap peningkatan peluang perusahaan. Peningkatan pengelolaan system manajemen sumber daya manusia bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan motivasi untuk dapat memberikan peluang terhadap komitmen karyawan yang lebih tinggi. Pengaruh manajemen sumber daya manusia terhadap perusahaan dikategorikan oleh Dyer and Reeve's (Isniar Budiarti,2018:103) dalam hasil sumber daya manusia, hasil operational, hasil keuangan. Hasil sumber daya mengacu pada perubahan yang terkait langsung dengan sumber daya manusia

seperti keterampilan karyawan, pengetahuan, sikap dan perilaku. Hasil operasional yang terkait pada tujuan organisasi seperti produktivitas, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan inovasi. Hasil keuangan terlihat dari pencapaian tujuan ekonomi perusahaan, seperti pertumbuhan penjualan, pengembalian modal, dan pengembalian aset. Sehingga pengelolaan manajemen sumber daya manusia yang strategis memberikan pengaruh secara berurutan mulai dari dampaknya terhadap sumber daya manusia yang meningkat kemudian berlanjut terhadap dampak operasional perusahaan dalam produktivitasnya lalu memberikan dampak signifikan terhadap keuangan perusahaan.

Menurut A.F.Stoner, manajemen sumber daya manusia adalah adalah suatu rangkaian proses yang berkelanjutan dengan tujuan untuk menempatkan seseorang dalam posisi yang tepat dan waktu yang tepat di suatu perusahaan atau organisasi. Definisi Manajemen SDM menurut Dessler (Isnari Budiarti,2018:44) adalah merelasikan hubungan manajemen sumber daya manusia dengan tujuan strategis perusahaan dengan berperan serta dalam meningkatkan kinerja bisnis dan mengembangkan budaya perusahaan dalam berinovasi.

Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) dibedakan menjadi 3 sub bidang utama yaitu mikro SDM , strategis SDM , dan internasional SDM (Peter Boxal, 2007:2). Mikro SDM meliputi kebijakan SDM yang terdiri dari dua sub fungsi yaitu pengelolaan kelompok kecil untuk rekrutmen, seleksi, induksi, pelatihan dan

pengembangan, manajemen kinerja, dan remunerasi dan pengelolaan organisasi kerja termasuk serikat buruh (Peter Boxal, 2007:2).

Stavrou dan Brewster (2005:187) menggunakan set data CRANET (data ini berasal dari survei internasional praktik SDM yang telah ada sejak 1990), menemukan dukungan untuk perspektif konfigurasi MSDM strategis yang berasal dari Uni Eropa. Faktor yang mempengaruhi secara positif terkait dengan kinerja organisasi salah satunya yaitu pelatihan.

T.C. Huang (2000:437), menggunakan sampel 315 perusahaan Taiwan, menemukan bukti dalam praktik MSDM untuk memperkuat hubungan dengan kinerja organisasi bahwa perusahaan-perusahaan dengan tingkat kinerja yang lebih tinggi lebih cenderung mengadopsi praktik-praktik MSDM tertentu, seperti perencanaan, kepegawaian, penilaian, kompensasi, dan pelatihan dan pengembangan.

Praktik-praktik MSDM yang membedakan perusahaan-perusahaan berkinerja terbaik dari yang lain mengenai manajemen orang menggunakan data CRANET dan menemukan bahwa perusahaan yang sukses telah meningkatkan keterlibatan SDM dalam keputusan strategis, meresmikan praktik SDM, membangun kemampuan organisasi melalui kegiatan pelatihan dan pengembangan. Sejumlah manajer dan direktur SDM di Cina disurvei dalam penelitian Akhtar, Ding, and Ge (2008:16) bahwa kinerja keuangan dan kinerja perusahaan baik produk dan jasa dipengaruhi oleh praktik strategi sumber daya manusia seperti pelatihan, partisipasi, penilaian, dan peluang karier internal.

Hatch dan Dyer (2004:1156), menemukan bahwa investasi dalam sumber daya manusia memiliki dampak signifikan pada pembelajaran dan kinerja perusahaan. Mereka menemukan bahwa tiga faktor (pemilihan sumber daya manusia, pengembangan melalui pelatihan, dan penempatan) secara signifikan meningkatkan pembelajaran yang kemudian meningkatkan kinerja organisasi.

Menurut Huselid (1995:636) dalam Mark L (2009:65) meneliti hubungan antara sistem kerja kinerja tinggi (*High Performances Working Systems*) dan kinerja perusahaan. Sistem kerja berkinerja tinggi didefinisikan sebagai prosedur rekrutmen dan seleksi karyawan yang komprehensif, dengan kompensasi insentif dan sistem manajemen kinerja, serta keterlibatan dan pelatihan karyawan yang luas. Huselid menemukan bahwa hubungan antara sistem kerja kinerja tinggi dan kinerja keuangan perusahaan dipengaruhi oleh pergantian dan produktivitas karyawan. Sistem kerja kinerja tinggi mengurangi pergantian karyawan dan meningkatkan produktivitas, sehingga memiliki efek positif pada kinerja keuangan perusahaan.

Manajemen strategi sumber daya manusia yang berperan penting dalam peningkatan kinerja individu dan organisasi yaitu pelatihan. Pelatihan didapatkan dari inisiatif individu ataupun rencana strategis perusahaan yang pada tujuannya adalah mencapai keunggulan kompetitif dalam pasar. Manajemen sumber daya manusia adalah suatu proses yang mengatur sumber daya manusia yang ada dengan sistem secara formal, efektif dan efisien didalam suatu organisasi (Rizqia, H dan D. Sulistyono, 2017:45).

2.1.3 Pelatihan

Organisasi berhadapan dengan meningkatnya persaingan akibat perubahan teknologi, lingkungan ekonomi, globalisasi (Evans P, 2002:3). Salah satu aspek strategis perusahaan dalam menghadapi persaingan itu adalah dengan pelatihan karyawan. Pelatihan adalah alat strategis yang sangat diperlukan untuk meningkatkan kinerja karyawan dan organisasi. Organisasi terus meningkatkan anggaran pelatihan setiap tahun dengan percaya bahwa akan memberikan mereka keunggulan kompetitif. Pelatihan adalah aspek praktik sumber daya manusia yang membantu dalam meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan kompetensi karyawan yang mampu meningkatkan kemampuan karyawan untuk berkinerja lebih efisien (Palo, S, 2003:4).

Pelatihan berperan penting dalam efektivitas organisasi (Goldstein, 2002:8), hal ini adalah teknik yang paling baik untuk meningkatkan kinerja karyawan yang meningkatkan produktivitas organisasi di tempat kerja (Gupta S, 2006:2). Organisasi harus dapat mengidentifikasi kebutuhan pelatihan karyawannya dan merancang program pelatihan yang dapat meningkatkan kinerja tenaga kerja mereka secara optimal untuk mewujudkan tujuan organisasi (Kennedy, P.E, 2013:18). Organisasi harus dapat merencanakan cara mengimplementasikannya dan kemudian mengevaluasi hasil pelatihan (McCourt, W., 2003:200).

Pelatihan adalah teknik yang digunakan untuk mentransfer keterampilan, pengetahuan, dan kompetensi yang relevan kepada karyawan untuk meningkatkan kinerja karyawan (Parce, J. A, 2009:2). Pelatihan diperlukan untuk meningkatkan

kemampuan pekerja yaitu kemampuan berpikir dan kompetensi (Lynton R.P, 2000). Sehingga meningkatkan kinerja organisasi dan juga membantu individu dalam mendapatkan keunggulan kompetitif (Armstrong, M, 2010:25). Hubungan antara pelatihan antara kinerja karyawan dan keunggulan kompetitif sangat kuat (Falola, 2014:56).

Kemajuan organisasi mana pun dalam pasar kompetitif terletak pada kemampuannya untuk melatih sumber daya manusianya untuk menjadi kreatif, inovatif, dan inventif yang akan selalu meningkatkan kinerja dan meningkatkan keunggulan kompetitif organisasi (Vemić, J, 2007:210). Pelatihan dapat meningkatkan efisiensi, inovasi, dan kapasitas karyawan untuk menerima teknologi dan teknik baru (McNamara, C, 2008:60). Karyawan adalah aset yang sangat diperlukan dan merupakan elemen kunci untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dari setiap organisasi sehingga pelatihan adalah alat penting untuk merealisasikannya (Houger V, 2006:27). Teori ini menjelaskan bahwa pelatihan dan pembelajaran dipengaruhi oleh keinginan seseorang dan kemampuannya untuk berhasil dengan mempelajari keterampilan baru yang dapat dipengaruhi oleh dorongan, bujukan lisan, konfirmasi logis, ataupun faktor pendorong lainnya.

Pelatihan merupakan sebagai suatu aktifitas yang bertujuan untuk membuat pegawai lebih terampil dan lebih produktif (Rizqia Helena, 2017:45). Oleh karena itu peningkatan kompetensi pegawai harus dilakukan dengan pelatihan kompetensi sesuai bidang pekerjaannya.

2.1.4 Jasa pelatihan

Pelatihan merupakan upaya meningkatkan sumber daya manusia dengan mengembangkan kemampuan agar bernilai lebih tinggi. Ada dua aspek tujuan dari pelatihan yaitu aspek untuk karyawan dan dan untuk perusahaan. Aspek untuk karyawan yaitu menambah keterampilan dan pengetahuan, meningkatkan perilaku yang baik, meningkatkan kinerja, membantu adaptasi dengan perubahan-perubahan teknologi. Adapun aspek untuk perusahaan yaitu memenuhi kebutuhan perencanaan sumber daya manusia, meminimalisir tingkat kecelakaan kerja akibat kurangnya pengetahuan dan keterampilan karyawan.

Pelatihan senantiasa membawa harapan bagi para pesertanya agar dapat dimanfaatkan dan diimplementasikan dengan baik. manfaat dari jasa pelatihan yaitu :

a. Peningkatan Kompetensi Kinerja

Tenaga kerja yang maduk ke perusahaan telah melalui tahapan pemenuhan persyaratan kualifikasi karyawan, namun kompetensi yang memenuhi kualifikasi beragam. Penerimaan karyawan yang memenuhi kualifikasi ada yang ssesuai standard an ada pula yang di atas standar. Oleh karena itu karyawan yang masih standar perlu meningkatkan kompetensinya dengan pelatihan

b. Pengurangan Kelalaian Karyawan

Kelalaian pekerjaan bias timbul seperti keterlambatan kerja, tidak masuk kerja tanpa alasan, bahkan sampai pindah kerja. Maka dengan diberikan pelatihan

diharapkan hal-hal seperti itu akan berkurang karena rasa tanggung jawab yang lebih tinggi untuk mengimplementasikan hasil pelatihannya.

c. Pengurangan kecelakaan kerja terhadap manusia, sarana dan prasarana

Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dapat menimbulkan indikasi kecelakaan kerja, kejadian yang lebih memungkinkan adalah kerusakan pada alat-alat kerja yang merupakan investasi perusahaan. Sehingga dengan pelatihan para tenaga kerja akan mampu dan paham cara penggunaan dan perawatannya.

d. Peningkatan produktivitas kerja

Keahlian tenaga kerja yang meningkat akan secara signifikan meningkatkan kinerjanya dan juga meningkatkan produktivitas personal. Peningkatan produktivitas personal juga akan menuntun pada peningkatan produktivitas perusahaan.

e. Peningkatan rasa tanggung jawab

Pelatihan yang sudah dilaksanakan senantiasa memberikan rasa tanggung jawab untuk mengimplementasikannya dengan baik. Keahlian yang sudah didapatkan selama pelatihan haruslah dapat diterapkan pada pekerjaannya dengan baik.

Proses pelatihan terdiri dari input yang merupakan sasaran pelatihan, factor yang mempengaruhi proses dan output yaitu perilaku (Isniar Budiarti, 2018: 80). Faktor yang mempengaruhi proses dibedakan menjadi 2 jenis yaitu perangkat lunak

dan perangkat keras. Perangkat lunak mencakup kurikulum, pelatihan organisasi, peraturan-peraturan, metode dan lainnya. Perangkat keras mencakup fasilitas, tenaga pengajar, alat bantu pelatihan, peraga, dan lainnya. Adapun Tahapan pelatihan yaitu :

a. Penentuan kebutuhan

Bagi individu pelatihan yang dibutuhkan cukup dengan menganalisa kemampuan diri sendiri dan menentukan tujuan atau sasaran yang akan dicapai. Sedangkan bagi perusahaan penentuan kebutuhan pelatihan perlu diidentifikasi sebagai berikut :

1. Menentukan keterampilan karyawan yang diperlukan untuk mencapai peningkatan kinerja perusahaan.
2. Melakukan penilaian pekerjaan secara periodik untuk mengidentifikasi hal-hal yang baru
3. Melakukan benchmark terhadap perusahaan lain untuk menemukan apa yang dapat dievaluasi dari perusahaan.

b. Peserta

Individu ataupun perusahaan yang bertujuan meningkatkan kinerjanya agar mampu bertahan dalam pasar kompetitif perlu mengikuti pelatihan.

c. Tempat

Tempat pelatihan disesuaikan dengan tema pelatihan. Jumlah peserta, materi pelatihan, lokasi pelatihan menentukan tempat pelatihan akan dilaksanakan.

d. Materi dan isi

Masalah kompleks yang timbul merupakan materi yang baik untuk pelatihan, karena dapat menghasilkan solusi bagi individu ataupun perusahaan.

e. Pelaksanaan

Strategi pelatihan yang baik terdapat dalam pelaksanaannya yang meliputi :

1. Pembentukan materi yang berkualitas
2. Perencanaan yang baik dari hal terkecil
3. Berpikir kreatif
4. *Customize*

f. Evaluasi

Evaluasi validitas pelatihan dilakukan dengan dua tahap yaitu :

- a. Membandingkan dokumentasi tertulis yang terkait pelatihan
- b. Menilai apakah pelatihan yang diberikan konsisten dengan dokumentasi tersebut.

Evaluasi pelatihan dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut (Isnir Budiarti, 2018: 81):

- a. Kriteria Evaluasi
- b. Tes pendahuluan
- c. Pelatihan
- d. Test akhir
- e. Transfer atau promosi

f. Tindak lanjut

Evaluasi dibedakan menjadi :

a. Evaluasi formatif

Dilakukan pada saat pelatihan untuk mendapatkan perbaikan proses belajar mengajar, termasuk perbaikan materi yang disampaikan. Sehingga terjadi umpan balik dalam perbaikan rancangan dan pelaksanaan prosesnya

b. Evaluasi sumatif dilakukan pada akhir pelatihan untuk mendapatkan opini tentang keseluruhan proses pelatihan.

2.1.5 Analis Kimia

Analisis kimia adalah aktivitas pekerjaan yang sistematis dan terstruktur untuk menguji, mengukur atau menetapkan sifat-sifat kimia (terutama jenis, jumlah, dan struktur senyawaan) suatu bahan. Analis kimia adalah tenaga kerja yang melaksanakan proses analisis kimia dan aktivitas kerja lainnya yang terkait dengan analisis kimia (Kemnaker No.216, 2017:4). Penerapan standar kompetensi kerja nasional Indonesia sesuai SK Menteri Ketenagakerjaan Nomor 216 Tahun 2017 tentang Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Jasa Profesional, Ilmiah dan Teknis Golongan Pokok Jasa Profesional, Ilmiah dan Teknis lainnya di Bidang Analisis Kimia telah dilakukan dengan baik, namun aktivitas analisis kimia pada dasarnya tidak hanya bertumpu pada parameter kimia, namun dapat menjadi satu kesatuan dengan parameter lain yang terkait sangat erat.

Berdasarkan hal tersebut SKKNI bidang analisis kimia sesuai SK Menteri Ketenagakerjaan Nomor 206 Tahun 2017 tentang Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Jasa Profesional, Ilmiah dan Teknis Golongan Pokok Jasa Profesional, Ilmiah dan Teknis lainnya di Bidang Analisis Kimia perlu dikembangkan, agar dapat dimanfaatkan untuk profesi analisis kimia yang menekuni bidang analisis lain penunjang analisis kimia. Pengembangan SKKNI analisis kimia diperlukan antara lain pada kegiatan ekspor import bahan pangan dan farmasi, terdapat kegiatan pengendalian mutu produk khususnya khasiat produk melalui analisis *bioassay*, atau mengendalikan komoditi yang masuk ke Indonesia dari bahan beracun, berbahaya, dan tidak halal.

Proses pembuktian memerlukan penguasaan iptek analisis kimia dan analisis lain penunjang analisis kimia serta didukung oleh sumber daya analisis kimia yang profesional untuk menjalankan instrumen-instrumen analitik modern. Tanpa analisis kimia yang berkualitas dan profesional, instrumen analitik ultra-modern yang bisa dibeli dari negara-negara maju tidak akan bisa memberikan manfaat yang berarti. Tersedianya tenaga-tenaga terdidik dan terampil pada bidang analisis kimia, bisa diharapkan Indonesia akan mampu mengembangkan teknologi analisis kimia dan terapannya, menjadi mendekati kemampuan analisis kimia dan analisis lain penunjang analisis kimia negara-negara maju. Berdasarkan kondisi-kondisi di atas, diperlukan suatu standar kompetensi yang merupakan pengembangan SKKNI bidang analisis kimia. Di sisi lain, keberadaan tenaga-tenaga analisis kimia berdaya saing

tinggi, tidak hanya akan mampu menghambat arus masuk tenaga kerja analis kimia asing ke Indonesia, tetapi juga akan bisa memanfaatkan peluang kerja di luar Indonesia.

2.1.6 Perencanaan Bisnis

Perencanaan bisnis dianggap sebagian orang sebagai keperluan untuk mengumpulkan dana dan mendokumentasikan parameter bisnis bagi investor. Namun, rencana bisnis sebenarnya adalah alur jalan yang memungkinkan individu untuk mencapai keunggulan bisnis. Banyak pengusaha membangun bisnis mereka tanpa rencana bisnis, hal ini mungkin membutuhkan waktu lebih lama dan menghasilkan biaya yang lebih tinggi. Tanpa rencana bisnis, pemilik tidak memiliki fondasi atau arahan nyata untuk mempertahankan fokus bisnis. Pemilik mungkin bahkan tidak tahu kapan bisnis menuju ke arah yang salah. Rencana bisnis harus secara jelas dan ringkas mendefinisikan misi, nilai, strategi, tujuan yang terukur, dan hasil utama yang diharapkan pemilik.

Rekomendasi untuk memulai proses perencanaan bisnis setidaknya 6 bulan sebelum memulai bisnis baru. Banyak orang mulai meneliti ide-ide mereka dan menulis rencana bisnis saat waktu senggang. Rencana yang efektif membutuhkan waktu yang cukup untuk meneliti, mendokumentasikan, menganalisis, dan meninjau. Beberapa konsultan dapat menyelesaikan tugas dalam periode yang lebih singkat.

Namun, rencana yang disusun dengan buruk dapat membuat perusahaan mundur beberapa bulan atau tahun, atau dapat mengakibatkan kegagalan bisnis. Membangun rencana bisnis adalah proses yang dinamis, eksekusi adalah tugas utama. Setelah dirumuskan, rencana tersebut selesai dan diperbarui secara berkelanjutan. Proses perencanaan bisnis memerlukan berbagai langkah.

Bisnis plan/perencanaan bisnis adalah dokumen tertulis yang disiapkan oleh pengusaha yang menjelaskan semua elemen eksternal dan internal yang relevan yang terlibat dalam memulai usaha baru. Pembuatan bisnis plan dilakukan untuk melakukan analisis terhadap berbagai aspek yang berhubungan dengan bisnis produk serta memaksimalkan keunggulan yang dimiliki oleh produk agar dapat dijadikan strategi dalam memenangkan kompetisi pasar.

Dalam pembuatan bisnis plan, ada beberapa hal yang penulis perhatikan, yaitu:

1. Bisnis Plan harus dapat diterima oleh semua pihak
2. Bisnis Plan harus fleksibel dan realistis.
3. Bisnis Plan harus mencakup seluruh aspek kegiatan usaha.
4. Bisnis Plan harus merumuskan cara-cara kerja usaha yang efektif dan efisien.

Penyusunan bisnis plan tiap usaha berbeda-beda, disesuaikan dengan jenis usahanya. Langkah yang dilakukan dalam membuat bisnis plan adalah sebagai berikut (Rizal Sukmanegara, 2014: 40):

1. Membuat Ringkasan Eksekutif

Ringkasan eksekutif meliputi latar belakang bisnis, produk yang dihasilkan, dan peluang dari bisnis yang dihasilkan.

2. Pembuatan Gambaran Perusahaan

Merupakan deskripsi profil perusahaan, profil pengusaha, serta visi misi dan tujuan perusahaan.

3. Membuat Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan dilakukan dengan 4 tahapan. *Pertama*, menganalisis lingkungan eksternal: dilakukan dengan cara analisis *Opportunities* (Peluang) dan analisis *Threat* (Ancaman). *Kedua*, menganalisis lingkungan internal: dilakukan dengan cara analisis *Strenghts* (kekuatan) dan analisis *Weakness* (Kelemahan). *Ketiga*, menganalisis *Situational Strategic*. Analisis situasional dilakukan untuk mengetahui situasi yang terjadi. *Keempat*, menganalisis potensi dan permasalahan.

4. Membuat Analisis Produk atau Jasa

Produk atau jasa yang ditawarkan dideskripsikan dengan jelas untuk memudahkan berbagai pihak memahami perencanaan bisnis. Analisis produk atau jasa pen

Adapun Komponen perencanaan bisnis menurut annete dalam rizal (2014:40) :

1. Ringkasan Eksekutif (*Executive Summary*)

Merupakan abstrak dari status perusahaan saat ini dan arah kedepannya. Hal yang penting dalam ringkasan eksekutif adalah meringkas konsep-konsep dasar, mengidentifikasi konsep dan tujuan usaha, mengidentifikasi target pasar dan keunggulan kompetitif, menguraikan strategi pemasaran dan penjualan, mengidentifikasi peluang pertumbuhan, mengkuantifikasi sumber daya.

2. Struktur bisnis (*Business Structure*)

Legalitas perusahaan harus terdaftar dan perubahan struktural, manajemen, atau kepemilikan didokumentasikan dengan baik.

3. Deskripsi produk jasa (*Product service description*)

Meliputi keunggulan kompetitif dari produk layanan pesaing. Pengusaha harus membuat daftar keuntungan dari produk atau layanan yang disediakan, bersama dengan perbaikan atas produk dan layanan yang ada. Pengusaha juga harus menjelaskan strategi untuk memenuhi atau mendominasi persaingan. Rencana untuk memperkenalkan produk dan layanan baru harus dimasukkan.

4. Analisa Tren dan Pasar (*Market and Trend Analysis*)

Meliputi penelitian pasar, strategi pemasaran, kekuatan dan kelemahan, target pemasaran, penentuan potensi pasar, distribusi, iklan, dan promosi. Analisis pasar dilakukan dengan mengobservasi lingkungan internal dan eksternal sehingga perlu dilakukan analisis lingkungan eksternal dan internal.

Teknik analisi yang secara luas digunakan untuk menentukan strategi berdasarkan faktor internal dan eksternal adalah Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, and Threat*). Analisis SWOT merupakan perencanaan strategis yang bermanfaat untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu proyek bisnis. Selanjutnya adalah strategi kombinasi SWOT, dimana kombinasi dua poin SWOT menghasilkan strategi bisnis. Kombinasi fokus tersebut adalah :

- a. Fokus pada kekuatan-peluang (S-O) untuk mendapatkan strategi alternatif yang bersifat ofensif dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang
- b. Fokus pada kekuatan-ancaman (S-W) yaitu mendapatkan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman

- c. Fokus pada kelemahan - peluang (W-O) membuat strategi dengan menyiasati kelemahan untuk mendapatkan keuntungan dari peluang yang ada
- d. Fokus pada kelemahan - ancaman (W-T) mendapatkan alternatif strategi defensif memanfaatkan kelemahan untuk mengurangi ancaman

Analisis SWOT dan Quantitative Strategic Planning Matix (QSPM) adalah rujukan yang biasa digunakan untuk meningkatkan perumusan strategi (Alamanda,2019:49). Sebelum merumuskan strategi dengan QSPM harus dibuat analisis *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS) dan *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS).

5. Operational (*Operations*)

Operasi dari rencana bisnis menjelaskan fungsi sehari-hari perusahaan. Bagian ini bervariasi, tergantung pada jenis bisnisnya. Persyaratan yang berbeda digambarkan dengan mempertimbangkan ritel dan manufaktur. Operasi perusahaan ritel secara konseptual mudah, bisnis pembuatan produk teknis lebih kompleks, tetapi mekanika lebih mudah dipahami. Operasi untuk bisnis ritel hanya melibatkan membeli produk, mengangkutnya, menyimpannya, menjualnya, dan mengirimkannya. Untuk bisnis manufaktur, kualitas dan keandalan produk bergantung pada proses pembuatannya.

6. Rencana Teknologi (*Technology Plan*)

Setiap bisnis membutuhkan teknologi pemilik perlu menentukan fungsi apa yang diperlukan atau dapat mengambil manfaat dari teknologi. Dengan banyaknya sistem teknologi yang tersedia saat ini, pemilik dapat memperoleh manfaat besar dengan menggunakan layanan konsultan teknologi untuk membantu dalam memilih produk dan sistem terbaik untuk memenuhi kebutuhan bisnis.

7. Organisasi dan Manajemen (*Management and Organization*)

Berbagai penelitian yang menganalisis faktor-faktor utama dalam kegagalan bisnis kecil telah menentukan bahwa 98% kegagalan berasal dari kelemahan manajerial. Sebagian besar faktor-faktor ini karena kurangnya pengetahuan tentang produk atau layanan bisnis, personil hanya terkait dengan operasi bisnis. Pengalaman kerja personil harus menjelaskan apakah pengalaman itu terkait langsung dengan usaha bisnis. Pengalaman bisnis yang tidak terkait dapat menunjukkan kelemahan dalam struktur manajemen

8. Proyeksi data keuangan (*Financial data projections*)

Bagian ini berisi serangkaian laporan keuangan, termasuk laporan pendapatan dan pengeluaran, neraca, dan laporan arus kas. Laporan-laporan ini standar untuk sebagian besar perusahaan. Pemilik bisnis harus memahami bagaimana masing-masing dokumen ini

dikembangkan. Pemilik bisnis baru dapat belajar tentang laporan keuangan melalui buku kerja, kursus, dan konsultan.

Proyeksi data keuangan berawal dari perhitungan modal dimana modal awal meliputi modal tetap dan modal kerja. Selanjutnya perlu diperhatikan jangka waktu pengembalian modal berdasarkan keuntungan. Keuntungan didapat dari selisih biaya dan pendapatan, sehingga perlu direncanakan biaya dan pendapatan yang akan diperoleh selama beberapa waktu yang akan datang. Perencanaan estimasi biaya dan pendapatan berdasarkan asumsi-asumsi pihak yang mengetahui kondisi pasar kemudian dituangkan dalam arus kas. Setelah itu dapat dilihat kelayakan investasi dengan kriteria kelayakan investasi melalui pendekatan nilai *Payback Periode*, *Net Present Value*, *Profitability Index* (Wandi Saputra A. Dan H. Soegoto, 2018:14)

- *Payback Periode*

Adalah teknik penilaian terhadap jangka waktu pengembalian investasi suatu proyek.

$$\text{Payback Period} = n + (a-b) / c \times 1 \text{ tahun}$$

- *Net Present Value* (NPV)

Adalah nilai bersih sekarang yang merupakan perbandingan antara arus kas bersih dengan investasi selama umur investasi. Nilai NPV positif menyatakan bisnis tersebut layak diterima

$$NPV = \sum_{t=1}^N \frac{R_t}{(1+i)^t}$$

Dimana:

N = Jumlah periode

t = Waktu arus kas yang diukur

R_t = Arus kas pada waktu t

- *Profitability Index (PI)*

Adalah rasio *present value* dari *cash flow* setelah investasi awal pada tahun ke-0 dengan jumlah investasi awal tahun ke-0.

Aturan pengambilan keputusan terhadap rasio PI: Proyek investasi akan diterima bila nilai PI lebih besar daripada 1.

$$PI = 1 + (NPV + ICO)$$

dimana:

PI = *Profitability Index*

NPV = *Net Present Value*

ICO = *Initial Cash Flow* (biaya Investasi)

2.1.7 Perancangan Produk Jasa

Konsep design produk jasa pada intinya terletak pada pengembangan konsep. Crawford dalam (Irvan, 2011:263) mengemukakan bahwa konsep desain adalah gabungan dari lisan, tulisan, dan atau bentuk prototipe yang akan dilakukan perbaikan dan seperti apa respon konsumen menunjukkan kelebihan dan kekurangannya.

Hal penting yang dapat mengangkat ide/perencanaan produk jasa untuk dikembangkan adalah konsep bentuk, teknologi, dan keuntungan. Bentuk, merupakan bentuk pelayanan jasa itu sendiri, alur pelayanan, ruang lingkup pelayanan, dan sebagainya. Teknologi, meliputi prinsip, teknik, perlengkapan mekanika, kebijakan dan lainnya yang dapat digunakan untuk menciptakan produk jasa. Keuntungan, disebut juga nilai lebih yang didapatkan konsumen dari pelayanan jasa ini. Adapun proses pengembangan konsep meliputi identifikasi kebutuhan pelanggan, penetapan spesifikasi target, penyusunan konsep, pemilihan konsep, pengujian konsep, penentuan spesifikasi akhir, perencanaan proyek (Irvan, 2011:264).

Fase-fase dalam proses perancangan berbeda satu dengan yang lainnya. Setiap fase terdiri dari beberapa kegiatan yang dinamakan langkah-langkah dalam fase. Proses perancangan produk jasa terdiri dari fase-fase berikut menurut Ginting dalam (Rizal, 2014: 53) :

1. Langkah pra perancangan produk
 - a. Penetapan asumsi perancangan.
 - b. Orientasi produk jasa.

2. Langkah Perancangan produk jasa

- a. Fase informasi: Tujuannya adalah untuk memahami seluruh aspek yang berkaitan dengan jasa yang hendak dikembangkan dengan cara mengumpulkan informasi-informasi yang dibutuhkan secara akurat. Fase informasi dimulai dari mengumpulkan dan menyimpulkan data-data yang diperoleh dari kuosioner dan observasi.
- b. Fase kreatif: fase ini bertujuan untuk menampilkan alternatif yang dapat memenuhi fungsi yang dibutuhkan. Fase Kreatif dimulai dari *brainstorming* berdasarkan informasi yang diperoleh dari fase informasi kemudian mengaplikasikannya kedalam perancangan alternatif desain. *Brainstorming* adalah sebuah metode yang digunakan untuk membangkitkan sejumlah besar ide-ide yang kebanyakan dari ide-ide tersebut akan di buang. Tetapi mungkin ada beberapa ide yang telah dikenali sebagai suatu kemajuan yang berharga dan akan dipilih (Ginting, 2010:51).
- c. Fase analisa: fase ini bertujuan untuk menganalisa alternative-alternatif yang dihasilkan pada fase kreatif dan memberikan rekomendasi terhadap alternatif-alternatif terbaik.
- d. Fase pengembangan: fase ini bertujuan untuk memilih salah satu alternatif tunggal dari beberapa alternatif yang terbaik dan merupakan output dari fase analisa.

- e. Fase presentasi: fase ini bertujuan untuk mengkomunikasikan secara baik dan menarik terhadap hasil pengembangan produk jasa.

2.1.8 Sistem Informasi Manajemen (SIM)

Sistem Informasi Manajemen merupakan penerapan sistem teknologi informasi dan komunikasi pada organisasi bisnis. Pada abad 21 ini, peran dan daya dukung teknologi informasi dan komunikasi pada organisasi bisnis sangat penting. Hal ini disebabkan adanya arus perubahan atau transformasi yang bersifat global yang digerakkan oleh teknologi informasi dan komunikasi. Sistem informasi adalah kombinasi sumber daya yang terorganisir dari manusia, perangkat keras, piranti lunak, jaringan komputer dan data yang mengumpulkan, mengubah dan mendistribusikan informasi pada suatu organisasi

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) saat ini sangatlah cepat dan mencakup hampir seluruh sisi kehidupan manusia. Terdapat empat perubahan kuat di dunia telah mengubah lingkungan bisnis yaitu munculnya ekonomi global, transformasi ekonomi industri, transformasi perusahaan-perusahaan bisnis, lahirnya perusahaan digital(Kenneth C.Laudon, 2012:4).

Beragamnya fungsi-fungsi utama pada organisasi bisnis berakibat pada beragamnya sistem informasi yang ada pada organisasi bisnis tersebut. Hal ini terjadi karena sistem informasi merupakan sarana penting dalam mendukung pekerjaan pada

organisasi. Setiap level mempunyai sistem informasi dengan karakteristik yang berbeda-beda. Karakteristik yang ada pada sistem informasi disesuaikan dengan dukungan dan layanan yang harus disediakan oleh sistem informasi tersebut

Pada umumnya terdapat tiga tipe utama sistem informasi melayani 3 level organisasi: operational level system, management level system, dan strategic level system (Kenneth C. Laudon, 2009 : 4). Bisnis dan organisasi bisnis selalu mengacu pada proses yang sistematis. Hal ini disebabkan bisnis mencakup hal-hal yang berkaitan dengan data, informasi, bahan baku, peralatan, sistem, sumber daya manusia, teknologi dan hal-hal lain yang selalu terkait. Tidak ada elemen yang berdiri sendiri. Pada proses bisnis dapat diketahui bagaimana pekerjaan ditata, dikoordinasikan, dipusatkan dan juga dioptimalkan untuk menghasilkan barang atau jasa yang memiliki nilai. Proses bisnis merupakan arus kerja nyata dari aktivitas kumpulan pengetahuan, material dan informasi. Keterpaduan elemen-elemen yang ada pada proses bisnis tersebut dapat menjadi sumber kekuatan dan daya saing apabila proses bisnis tersebut mampu mendorong perusahaan atau organisasi melakukan tindakan-tindakan inovatif.

Desain sistem konseptual adalah “pusat”, titik tumpu, dari proses pengaturan kelayakan yang memastikan keberhasilan penyusunan sistem informasi. Desain itu juga sebagai penggambaran, perencanaan, dan pembuatan sketsa atau pengaturan atau mengkonfigurasi dari beberapa elemen /komponen yang terpisah kedalam satu kesatuan bentuk yang utuh dan berfungsi. Berarti desain atau rancangan konseptual

menentukan arah sistem terbuka dengan lingkaran umpan balik interaksi materi-energi-entitas informasi. Untuk membuat desain konseptual SIM secara berurutan dimulai dengan mendefinisikan masalah, diikuti menetapkan kendala sistem dilanjutkan menetapkan kebutuhan informasi, menetapkan sumber informasi, mengembangkan beberapa desain konseptual alternatif \dan memilih salah satu disain, seterusnya mendokumentasikan konsep sistem dan yang terakhir adalah menyiapkan laporan disain konseptual.

Sistem informasi manajemen bisnis standar di lembaga pendidikan memungkinkan untuk memantau dan menghitung semua proses administrasi bisnis mereka yang meliputi administrasi siswa, administrasi akademik, administrasi keuangan, manajemen sumber daya manusia dan pengembangan dan manajemen asset. Pemantauan dan evaluasi merupakan indikator keberhasilan utama, tidak hanya penting bagi manajemen lembaga pendidikan tersebut, tetapi juga sangat penting bagi pemerintah untuk mengevaluasi keberhasilan kebijakannya.

Sistem informasi yang saat ini berkembang luas harus dapat mengimplementasikan kecanggihan teknologi dalam sistemnya. Bentuk sistem informasi tersebut adalah *mobile application* yang dapat diakses dimana dan kapan saja. Target konsumen adalah individu yang mudah beradaptasi dengan teknologi. *Mobile application* yang saat ini banyak dikembangkan adalah berbasis android (Wahdiniwati:2019). Penggunaan *smartphone* dengan fitur lengkap saat

ini tidak lepas dari setiap aktivitas masyarakat dari berbagai profesi (Herman S., 2019:1249)

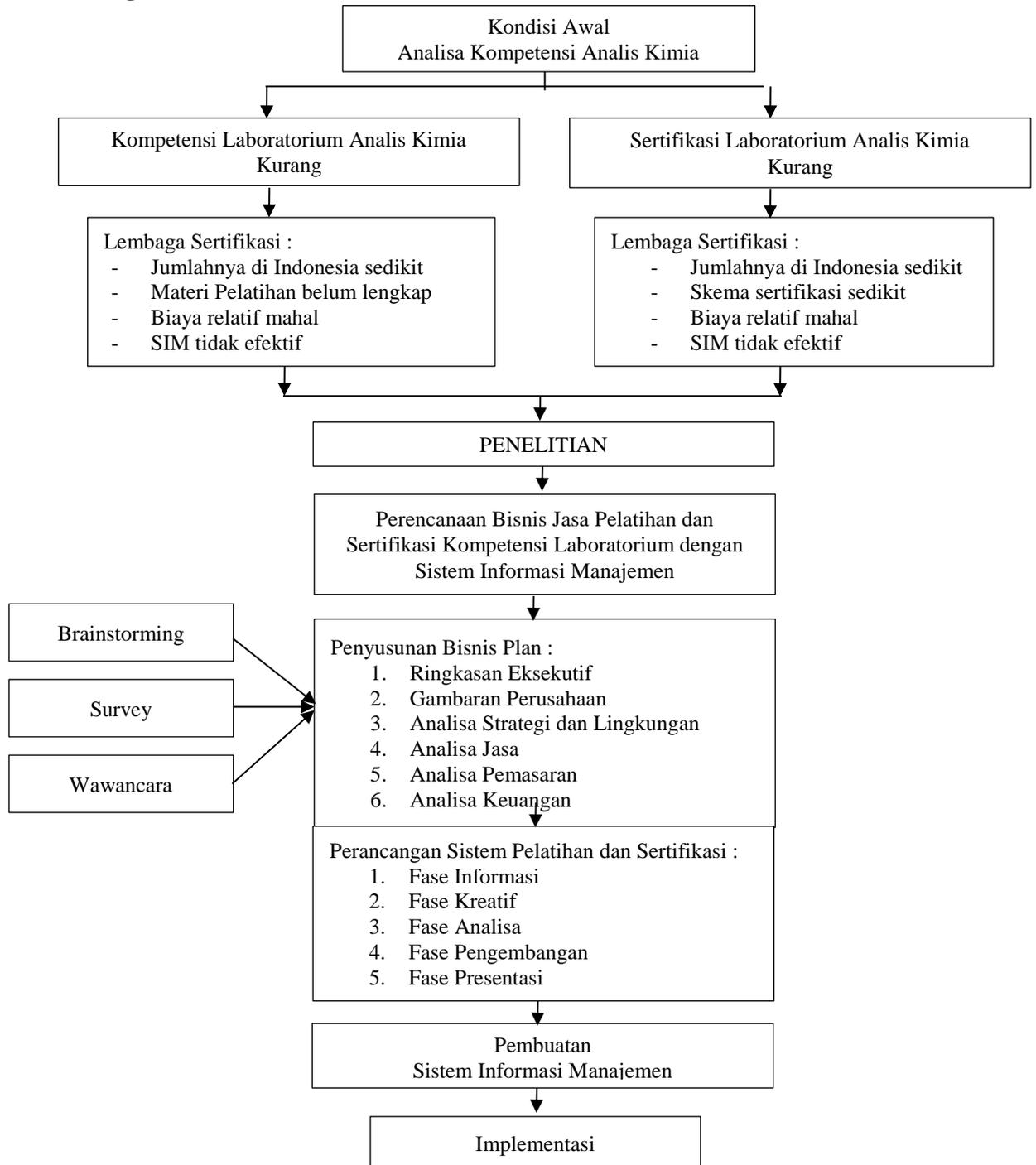
2.2 Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya

No	Nama Penulis, Judul, Tahun	Persamaan	Perbedaan
1	Abdullah Al'Aliyi Surtawijaya, Studi Kelayakan Usaha dan Business Plan Matabelo Bandung Florist, 2019	Tahapan penyusunan perencanaan bisnis	Penelitian tidak berfokus pada perencanaan dan perancangan produk baru
2	Rizal Sukmanagara, Perancangan dan Perencanaan Tas yang dapat digunakan sebagai Laptopper, 2014	Penelitian fokus pada perencanaan dan perancangan produk baru	Objek penelitian adalah sebuah produk sehingga analisa pemasarannya berbeda.
3	Wandi Saputra Ali, Studi kelayakan dan Business Plan Ali Bakri Cake & Drinks, 2014	Tahapan penyusunan perencanaan bisnis	Penelitian tidak berfokus pada perencanaan dan perancangan produk
4	Kate McCready, Developing a Business Plan for a Library Publishing Program, 2018	penyusunan perencanaan bisnis	Aspek keuangan tidak mencakup proyeksi keuangan
5	Suryatno W.S., Business Plan Analysis of Housing Company in Bandung, 2018	Apek Keuangan dalam perencanaan bisnis	Hanya berfokus pada aspek keuangan saja.
6	Herman Soegoto, <i>Smartphone Usage Among College Students</i> , 2019	Aspek teknologi dalam memilih <i>Smartphone</i>	Hanya berfokus pada penggunaan aplikasi pada <i>smartphone</i>
7	Rahma Wahdiniwaty, Eko Budi Setiawan, Fajri	Aapek teknologi informasi yang digunakan adalah	Hanya berfokus pada aplikasi dengan

	Auliardi, Deden A Wahab Application Model for travel Recommendation Based on Android, 2019	Android	android
8	Rahma Wahdiniwaty, Eko Budi Setiawan, Deden A Wahab Model Potensi Industri Kreatif Skala Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berbasis Sistem Informasi Geografis Di Kabupaten Bandung Barat Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan, 2019	Tujuan teknologi informasi untuk mengembangkan bisnis	Aspek fasilitas teknologi yang dipakai
9	Sulung Rahmawan Wiraghani, Perancangan dan pengembangan produk alat potong sol sandal, 2017	Aspek perancangan produk	Tahapannya berbeda dengan penelitian ini
10	Rizqia, Helena dan Dedi Sulistyo. Pengaruh Pelatihan, Kemampuan Dan Pengalaman Terhadap Kinerja Internal Auditor, 2017	Manfaat pelatihan untuk kinerja	Tidak mencakup jasa pelatihan

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.

2.4 Hipotesis

Berdasarkan kajian pustaka dan kerangka pemikiran yang telah disusun, hipotesis untuk penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

H1. Bisnis pelatihan kompetensi laboratorium yang komprehensif dapat direncanakan dan dirancang berdasarkan latar belakang permintaan pasar

H2. Sistem informasi manajemen untuk pelatihan kompetensi laboratorium dapat dirancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan