



PENGANTAR BISNIS

**DANIS IMAM BACHTIAR, S.E., M.M.
DR. FIRMAN BACHTIAR**

PENGANTAR BISNIS

Danis Imam Bachtiar
Firman Bachtiar



PENGANTAR BISNIS

Penulis:
Danis Imam Bachtiar
Firman Bachtiar

Editor:
Erik Santoso

Layouter :
Tim Kreatif PRCI

Cover:
Rusli

Cetakan Pertama : Januari 2024

Hak Cipta 2024, pada Penulis. Diterbitkan pertama kali oleh:

Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT
Pondok Karisma Residence Jalan Raflesia VI D.151
Panglayungan, Cipedes Tasikmalaya – 085223186009

Website : www.rcipress.rcipublisher.org
E-mail : rumahcemerlangindonesia@gmail.com

Copyright © 2024 by Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
All Right Reserved

- Cet. I – : Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2024
; 18 x 25cm
ISBN : 978-623-448-774-9

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan
cara apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang
Hak Cipta Pasal 72

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
Pasal 72

Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya kepada kami sehingga kami berhasil menyelesaikan Buku dengan judul Pengantar Bisnis sesuai yang ditargetkan.

Buku dengan judul Pengantar Bisnis ini berisikan mengenai hakikat dan dasar-dasar bisnis, kemudian ruang lingkup bisnis, kemudian konsep kewirausahaan sampai dengan bisnis global atau internasional. Kami menyadari bahwa Buku ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu kami harapkan demi kesempurnaan buku ini.

Akhir kata, kami sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam penyusunan Buku ini dari awal sampai akhir. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa meridhoi segala usaha kita. Amin.

Januari 2024, Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	I
DAFTAR ISI	II
DASAR-DASAR BISNIS	1
A. Deskripsi Mata Kuliah	1
B. Tujuan Kompetensi Umum	1
C. Tujuan Kompetensi Khusus	1
 BAB I RUANG LINGKUP BISNIS	 3
A. Tujuan Kompetensi Khusus	3
B. Tugas Latihan	3
C. Pengertian Bisnis	3
D. Jenis-Jenis Bisnis	4
E. Tujuan dan Fungsi Bisnis	5
F. Sistem Perekonomian dan Sistem Pasar	7
G. Kesempatan Bisnis/Usaha	10
H. Unsur-Unsur penting Dalam Aktivitas Bisnis	11
I. Sistem dan Subsistem dalam Bisnis	12
J. Tantangan-tantangan yang dihadapi Bisnis	13
 BAB II PERUSAHAAN DAN LINGKUNGAN PERUSAHAAN	 14
A. Tujuan Kompetensi Khusus	14
B. Tugas Latihan	14
C. Pengertian Perusahaan	14
D. Tempat kedudukan dan letak perusahaan	15
1. Pengertian Tempat Kedudukan Perusahaan	15
2. Pengertian / Arti Definisi Lokasi Perusahaan	15
3. Jenis-Jenis Letak/Lokasi Perusahaan	15
E. Perusahaan dan lembaga sosial	16
1. Tujuan dari pendirian perusahaan	16
2. Perusahaan Sebagai Suatu Sistem	17
3. Fungsi-fungsi Perusahaan	17
4. Ciri-ciri perusahaan	19
F. Pengertian dan Jenis-jenis lingkungan perusahaan	19
G. Pengaruh lingkungan terhadap perusahaan	22

BAB III BENTUK-BENTUK BADAN USAHA	23
A. Tujuan Kompetensi Khusus	23
B. Tugas Latihan	23
C. Bentuk Badan Usaha	23
1. Bentuk Yuridis Perusahaan	23
2. Lembaga Keuangan	26
3. Kerja Sama, Penggabungan, dan Ekspansi	29
 BAB IV KEWIRAUSAHAAN DAN PERUSAHAAN KECIL	 30
A. Tujuan Kompetensi Khusus	30
B. Tugas Latihan	30
C. Kewirausahaan dan Unsur Penting Kewirausahaan	30
D. Perusahaan Kecil dalam Lingkungan Perusahaan	32
E. Kekuatan dan Kelemahan Usaha Kecil	33
F. Kegagalan Usaha Kecil dan Solusi Mengatasinya	33
G. Cara-cara Mengembangkan Usaha Kecil	34
H. Perbedaan antara kewirausahaan dan bisnis kecil	34
 BAB V MANAJEMEN DAN ORGANISASI	 36
A. Tujuan Kompetensi Khusus	36
B. Tugas Latihan	36
C. Manajemen	36
1. Pengertian Manajemen Peranan Manajemen	36
2. Latar Belakang Sejarah Manajemen	37
3. Fungsi-Fungsi dan Proses Manajemen	38
4. Ciri-ciri Manajer Profesional	39
D. Organisasi	40
1. Pengertian Organisasi	40
2. Pentingnya mengenal Organisasi	41
3. Bentuk-bentuk Organisasi	41
4. Prinsip-prinsip Organisasi	45
5. Keterampilan Manajemen yang Dibutuhkan	46
6. Sebab Keberhasilan dan Kegagalan Organisasi	46
 BAB VI FUNGSI PEMASARAN PERUSAHAAN	 47
A. Tujuan Kompetensi Khusus	47
B. Tugas Latihan	47
C. Pengertian Pasar dan Pemasaran	47
1. Pengertian Pasar	47
2. Pengertian Pemasaran	48

D. Jenis-Jenis Pasar	48
E. Konsep Konsep Inti Pemasaran	49
F. Manajemen Pemasaran	49
G. Bauran Pemasaran	50
H. Tujuan Sistem Pemasaran	55
I. Pendekatan Dalam Mempelajari Pemasaran	55
 BAB VII FUNGSI PRODUKSI	 56
A. Tujuan Kompetensi Khusus	56
B. Tugas Latihan	56
C. Perkembangan Manajemen Produksi	56
D. Pengertian Manajemen Produksi	57
E. Proses Produksi	58
F. Pengambilan Keputusan Dalam Manajemen Produksi	58
G. Ruang Lingkup Manajemen Produksi	59
H. Fungsi Serta Sistem Produksi Dan Operasi	59
 BAB VIII FUNGSI KEUANGAN PERUSAHAAN	 61
A. Tujuan Kompetensi Khusus	61
B. Tugas Latihan	61
C. Pengertian dan Konsep Manajemen Keuangan	61
D. Fungsi Manajemen Keuangan	62
E. Tujuan dan Manfaat Manajemen Keuangan	62
F. Tugas/Fungsi Manajer Keuangan	63
G. Klasifikasi Modal	63
H. Sumber Permodalan	65
 BAB IX FUNGSI MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA	 68
A. Tujuan Kompetensi Khusus	68
B. Tugas Latihan	68
C. Pengertian MSDM	68
D. Tujuan MSDM	69
E. Peran, Fungsi, Tugas dan Tanggung Jawab MSDM	70
1. Peran Departemen Sumber Daya Manusia	70
2. Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia	71
3. Fungsi Operasional	72
4. Tugas dan Tanggung Jawab Departemen Sumber Daya Manusia	72
F. Pengembangan Tenaga Kerja	73
G. Pemeliharaan Tenaga Kerja	75
H. Hubungan Industrial	76

I.	Penyelesaian Konflik	76
J.	Pemberhentian dan Pemutusan Hubungan Kerja	77
BAB X ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN		78
A.	Tujuan Kompetensi Khusus	78
B.	Tugas Latihan	78
C.	Benturan Dengan Kepentingan Masyarakat	79
D.	Dorongan Tanggung Jawab Sosial	80
E.	Etika Bisnis	81
F.	Kepentingan Etika Dalam Bisnis	82
G.	Membangun Etika Bisnis Dan Bisnis Yang Beretika	83
H.	Tanggung Jawab Sosial Bisnis	84
BAB XI BISNIS INTERNASIONAL/ GLOBAL		85
A.	Tujuan Kompetensi Khusus	85
B.	Tugas Latihan	85
C.	Hakikat Bisnis Internasional	85
D.	Perdagangan Internasional (<i>International Trade</i>)	86
E.	Pemasaran Internasional (<i>International Marketing</i>)	86
F.	Alasan Melaksanakan Bisnis Internasional	87
G.	Konsep Keunggulan Absolut	88
H.	Tahap-Tahap dalam Memasuki Bisnis Internasional	89
I.	Hambatan Dalam Memasuki Bisnis Internasional:	89
J.	Perusahaan Multinasional (PMN)	91
DAFTAR PUSTAKA		93

DASAR-DASAR BISNIS

A. Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini bertujuan untuk membekali mahasiswa mengenai berbagai konsep yang terkait dengan Ilmu Bisnis & Keuangan dalam kaitannya dengan perkembangan dunia bisnis dan organisasional, agar mahasiswa mengetahui, memahami, mampu dan memiliki wawasan yang memadai terhadap bidang bisnis agar membantu dirinya dalam membentuk watak yang mandiri, sehingga mampu menentukan sikap, mencapai alternatif solusi, memprediksikan jauh ke depan, menentukan strategi yang tepat, mengaplikasikan strategi bisnis dalam organisasi/perusahaan, mampu memahami dan mempraktikkan keseluruhan konsep dan praktik bisnis, secara efektif dan efisien khususnya di dalam situasi kerja, dan seterusnya.

B. Tujuan Kompetensi Umum

Setelah mengikuti perkuliahan ini, mahasiswa mengetahui, memahami dan mampu mengenai hal-hal sebagai berikut :

1. Mampu memahami berbagai konsep dasar, fungsi dan peran ruang lingkup bisnis dalam kegiatan bisnis serta organisasi manajemen bisnis.
2. Mampu memahami dan menganalisis bentuk-bentuk badan usaha serta perbedaannya dengan kewirausahaan.
3. Mampu merancang, mempersiapkan, menyusun dan mengaplikasikan fungsi personalia, fungsi pemasaran, fungsi produksi, fungsi keuangan, fungsi akuntansi dalam manajemen perusahaan bisnis.

C. Tujuan Kompetensi Khusus

Sesudah mengikuti kegiatan belajar, Mahasiswa mampu :

- Memahami Ruang Lingkup Bisnis
- Memahami Perusahaan dan Lingkungan Perusahaan
- Mengerti dan memahami Bentuk-Bentuk Badan Usaha

- Mengerti dan memahami Kewirausahaan dan Perusahaan Kecil
- Mengerti dan memahami manajemen dan organisasi
- Mengerti dan memahami fungsi pemasaran perusahaan
- Mengerti dan memahami fungsi produksi
- Mengerti dan memahami fungsi keuangan perusahaan
- Mengerti dan memahami fungsi manajemen sumber daya manusia
- Mengerti dan memahami etika dan tanggung jawab sosial perusahaan
- Mengerti dan memahami bisnis internasional

BAB I

RUANG LINGKUP BISNIS

A. Tujuan Kompetensi Khusus

Sesudah mengikuti kegiatan belajar, mahasiswa mampu :

- Mengetahui pengertian bisnis
- Mengetahui jennis-jenis bisnis
- Mengetahui dan memahami tujuan dan fungsi bisnis
- Mengetahui dan memahami sistem perekonomian dan sistem pasar
- Mengetahui dan memahami kesempatan bisnis/usaha
- Mengetahui unsur-unsur penting dalam aktivitas bisnis
- Mengetahui dan memahami sistem dan subsistem dalam bisnis
- Mengetahui dan memahami tantangan-tantangan yang dihadapi bisnis

B. Tugas Latihan

Mahasiswa membuat suatu ilustrasi tentang bisnis dan ruang lingkup bisnis

C. Pengertian Bisnis

Pengertian bisnis diungkapkan banyak para ahli. Berdasarkan asal katanya, bisnis berasal dari bahasa Inggris yang berarti : Perusahaan, Urusan atau Usaha. *Business is an organisation that provides goods or services to earn profit (Ebert and Griffin, 2007).*

Sedangkan Hughes dan Kapoor menyatakan: *Business is the organized effort of individuals to produce and sell for profit, the goods and service that satisfy society's needs. The general term business refers to all such efforts within a society or within an industry.* Maksudnya bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisir untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara

umum kegiatan ini ada di dalam masyarakat, dan ada dalam industry. Orang yang berusaha menggunakan uang dan waktunya dengan menanggung resiko, dalam menjalankan kegiatan bisnis disebut *entrepreneur*. Untuk menjalankan kegiatan bisnis maka entrepreneur harus mengkombinasikan empat macam sumber yaitu: material, human, financial, dan informasi.

Tokoh lain menyebutkan : *A business is an enterprise that provides products or services desired by customers* (Jeff Madura, 2008). Pandangan lain lagi menyatakan bahwa bisnis ialah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa, dan pemerintahan, yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa ke konsumen.

D. Jenis-Jenis Bisnis

Jenis-Jenis Usaha Dalam Bidang Ekonomi

a. Agraris

Usaha dalam bidang agraris menggunakan lahan tanah sebagai faktor produksi utama. Misalnya pertanian, perkebunan, peternakan dan perikanan.

b. Industri

Usaha bidang industri merupakan jenis usaha yang mengolah bahan mentah menjadi bahan jadi, bahan mentah menjadi bahan setengah jadi, dan bahan setengah jadi menjadi bahan jadi.

c. Perdagangan

Usaha dalam bidang perdagangan adalah jenis usaha menjual barang-barang produksi kepada pihak lain tanpa mengolah bahan tersebut. Misalnya pedagang beras, bahan bangunan dan makanan.

d. Jasa

Usaha bidang jasa adalah jenis usaha yang tidak menghasilkan benda melainkan memberikan pelayanan kepada pihak lain sesuai kebutuhan. Misalnya guru, dokter dan paramedis.

Berdasarkan jenis dan klasifikasinya menurut KADIN terdiri dari :

- Distributor/Perdagangan Besar - Jasa Kontraktor

- Eksporter
- Importer
- Industri
- Jasa
- Manufaktur
- Perdagangan
- Produsen
- Penambangan

Sedangkan macam-macam kegiatan dalam bisnis dalam upaya menciptakan nilai manfaat suatu produk, ada tiga aktivitas yang harus dilakukan oleh usaha bisnis, sehingga kepentingan kedua belah pihak (produsen dan konsumen) terpenuhi yaitu:

- *Productions activities*
- *Distribution activities*
- *Consumption activities*

Dilihat dari jenis produk yang diproduksi, ada 3 macam jenis produksi :

- Produk primer (dasar)
- Produk sekunder (lanjutan)
- Produk tersier (diluar produk primer dan sekunder)

E. Tujuan dan Fungsi Bisnis

Tujuan bisnis merupakan hasil akhir yang ingin dicapai oleh para pelaku bisnis dari bisnis yang mereka lakukan dan merupakan cerminan dari berbagai hasil yang diharapkan bisa dilakukan oleh bagian-bagian organisasi perusahaan (produksi, pemasaran, personalia, dll) yang akan menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Secara umum tujuan dari bisnis adalah menyediakan produk berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta memperoleh keuntungan dari aktivitas yang dilakukan.

Dalam jangka panjang, tujuan yang ingin dicapai tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumen, namun terdapat banyak hal yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam bisnisnya, diantaranya:

- *Market standing*, yaitu penguasaan pasar yang akan menjadi jaminan bagi perusahaan untuk memperoleh pendapatan penjualan dan profit dalam jangka panjang.

- *Innovation* yaitu inovasi dalam produk (barang atau jasa) serta inovasi keahlian. Tujuan bisnis yang ingin dicapai melalui inovasi adalah menciptakan nilai tambah pada suatu produk, misalnya shampoo 2 in 1.
- *Physical and financial resources*, perusahaan memiliki tujuan penguasaan terhadap sumber daya fisik dan keuangan untuk mengembangkan perusahaan menjadi semakin besar dan semakin menguntungkan.
- *Manager performance and development*, manager merupakan orang yang secara operasional bertanggung jawab terhadap pencapaian tujuan organisasi. Untuk dapat mengelola perusahaan dengan baik, manager perlu memiliki berbagai kemampuan dan keahlian yang sesuai dengan profesinya. Maka diperlukan peningkatan kinerja dan pengembangan kemampuan manager melalui serangkaian kegiatan kompensasi yang menarik dan program training and development yang berkelanjutan.
- *Worker Performance and Attitude*, untuk kepentingan jangka panjang, maka sikap para karyawan terhadap perusahaan dan pekerjaan perlu diperhatikan agar dapat bekerja dengan baik.
- *Public Responsibility*, bisnis harus memiliki tanggung jawab sosial seperti memajukan kesejahteraan masyarakat, mencegah terjadinya polusi dan menciptakan lapangan kerja, dll

Fungsi bisnis adalah untuk menciptakan nilai (kegunaan) suatu produk, yang semula kurang bernilai, setelah diubah atau diolah menjadi menjadi dapat memenuhi kebutuhan masyarakat / konsumen. Nilai kegunaan (*utility Value*) yang diciptakan oleh kegiatan bisnis, sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat adalah terangkum dalam fungsi utama bisnis.

Fungsi utama bisnis adalah menciptakan nilai suatu produk atau jasa dengan cara :

- Mengubah bentuknya (*form utility*), yang tidak lain dari fungsi produksi
- Memindahkan tempat produk itu (*place utility*), atau fungsi distribusi
- Mengubah kepemilikan (*possessive utility*), yaitu fungsi penjualan
- Menunda waktu kegunaan (*time utility*), atau fungsi pemasaran

Steinhoff menyebutkan ada tiga fungsi utama bisnis, yaitu :

- Mencari bahan mentah (acquiring raw material)
- Mengubah bahan mentah menjadi barang jadi (manufacturing raw materials into product)
- Menyalurkan barang yang sudah jadi tersebut ketangan konsumen (distributing product to consumers)

F. Sistem Perekonomian dan Sistem Pasar

Perusahaan sebagai bagian dari lingkungan ekonomi perlu mencermati situasi dan kondisi ekonomi. Optimaslisasi kekuatan dan kelemahan tidak menjamin perusahaan sukses. Manajemen perlu antisipatif terhadap peluang dan ancaman lingkungan makro khususnya lingkungan ekonomi.

Kondisi ekonomi merefleksikan kondisi bisnis nyata. Peningkatan pertumbuhan ekonomi cenderung konsumsi dan permintaan meningkat, sebaliknya pertumbuhan ekonomi yang menurun mengakibatkan konsumsi dan permintaan menurun. Besaran sensitifitas atas pertumbuhan ekonomi tiap-tiap industri berbeda.

Permintaan atas barang dan jasa juga dipengaruhi oleh faktor suku bunga. Peningkatan suku bunga cenderung merubah pola konsumsi. Konsumsi cenderung menurun dan menabung cenderung meningkat. Dari sisi perusahaan, peningkatan suku bunga mendorong biaya meningkat dan pada akhirnya harga jual juga meningkat.

Dari ketiga indikator kondisi ekonomi kita mendapat gambaran bahwa manajemen harus antisipatif atas perubahan konsisi ekonomi.

Ilmu Ekonomi mempelajari:

1. Kondisi Makroekonomi (*Macroeconomic Conditions*) : Merefleksikan seluruh ekonomi.
2. Kondisi Mikroekonomi (*Microeconomic Conditions*) : Fokus pada bisnis atau perhatian pada industri.

Faktor makro ekonomi mempengaruhi kinerja bisnis dalam hal:

1. Pertumbuhan ekonomi (*growth economic*)
2. Inflasi (*inflation*)

3. Tingkat bunga (*rate of interest*)

Tiga ukuran pertumbuhan ekonomi:

1. Tingkat total produksi dari produk dan jasa : GDP adalah total nilai seluruh produk dan jasa yang dihasilkan domestik.
2. *Total aggregate expenditures*: Total jumlah pengeluaran dalam ekonomi.
3. Alternatif indikator ekonomi : Tingkat Pengangguran.

Tolok ukur dari pertumbuhan ekonomi adalah tingkat total produksi dari barang dan jasa dalam perekonomian suatu Negara dan jumlah total pengeluaran atau yang disebut dengan Agregat Pengeluaran.

Produk Domestik Bruto (PDB) : Nilai Pasar Total dari barang dan jasa final yang diproduksi dalam negeri suatu Negara.

Tolak ukur lainnya yaitu pengangguran.

Empat tipe pengangguran:

1. Pengangguran Friksi → jaminan kerja setelah menganggur
 2. Pengangguran musiman
 3. Pengangguran siklis → pengangguran karena PHK akibat menurunnya tingkat perekonomian suatu Negara
 4. Pengangguran structural → tidak sekolah/kuliah juga tidak bekerja.
- Inflasi: adalah peningkatan tingkat harga umum dari barang dan jasa yang cenderung menaik terus menerus dalam waktu tertentu.

Jenis inflasi :

1. *Cost Push Inflation* (Inflasi Biaya Dorong)

Inflasi ini disebabkan karena kenaikan dari bahan baku yang mengakibatkan pula harga jual suatu barang naik.

2. *Cost Pull Inflation* (Inflasi Permintaan tarik)

Inflasi ini disebabkan adanya kenaikan barang dan jasa yang disebabkan permintaan konsumen.

Sistem Pasar

Penentuan harga pasar

1. Skedul Permintaan (*Demand schedule*) : Indikasi kuantitas produk yang diminta pada harga tertentu.
2. Skedul Penawaran (*Supply schedule*) : Indikasi kuantitas produk yang ditawarkan pada harga tertentu.
3. Interaksi Permintaan-Penawaran (*Interaction of supply and demand*) :
4. Keseimbangan Pasar (*Equilibrium price*) : Harga pada kuantitas yang ditawarkan sama dengan kuantitas yang diminta.

Skedul permintaan

1. Kuantitas permintaan meningkat atau menurun
2. Ekuilibrium harga meningkat atau menurun. Contoh : Komputer menjadi sangat populer, karena permintaan meningkat.

Skedul penawaran

1. Kuantitas ditawarkan meningkat atau menurun.
2. Ekuilibrium Harga meningkat atau menurun. Contoh : Teknologi memberikan kontribusi kepada perusahaan untuk menghasilkan komputer dengan biaya yang lebih rendah, maka perusahaan adalah rela untuk menyediakan pada harga yang lebih rendah.

Faktor -faktor yang mempengaruhi harga pasar (*factors that influence market pricing*)

1. Pendapatan pelanggan (*Consumer Income*).
2. Kesukaan pelanggan (*Consumer Preferences*).
3. Biaya-biaya produksi (*Production Expenses*).

Dua kebijakan pemerintah yang mempengaruhi ekonomi

1. Kebijakan Moneter :

- Mengendalikan uang beredar.
- Menetapkan Cadangan Pemerintah
- Menaikkan atau menurunkan tingkat bunga

2. Kebijakan Fiskal : Mengendalikan Pajak dan pembelanjaan

Bentuk Pasar

1. Pasar Persaingan Sempurna. Ciri-cirinya:
 - a. Pasar harus terorganisir secara sempurna
 - b. Pembeli dan penjual harus bebas bertindak (tidak ada perjanjian)
 - c. Tidak ada campur tangan pemerintah
 - d. Barang-barang yang diperjualbelikan bersifat homogeny
 - e. Informasi pasar mudah diperoleh
2. Pasar Persaingan Tidak Sempurna
 - a. *Pasar Monopoli*, yaitu apabila seluruh penawaran terhadap sejenis barang pada pasar dikuasai oleh seseorang penjuaaql atau sejumlah penjual tertentu. Karena kedudukan penjual demikian kuatnya di pasar, maka penjual dapat mengemudikan harga dan menentukan harga menurut kehendaknya sendiri.
 - b. *Pasar Duopoli*. yaitu suatu pasar dengan penawaran barang/jasa yang dikuasai oleh dua orang atau dua perusahaan
 - c. *Pasar Oligopoli*, yaitu terjadi apabila seluruh penjualan barang dan jasa dikuasai oleh beberapa perusahaan. Mereka saling bersaing dan berperang harga, promosi, dan kualitas barang.
 - d. *Pasar Persaingan Monopolistik*, yaitu pada pasar ini perusahaan besar menguasai pasar dengan pengaruh yang besar. Akan tetapi terdapat perusahaan-perusahaan kecil yang menyainginya dengan memproduksi barang yang sama. Dengan demikian perusahaan besar tidak dapat menguasai sepenuhnya keadaan pasar.

G. Kesempatan Bisnis/Usaha

Sebagai seorang manusia, kita ingin mendapat pekerjaan yang layak, mendapat kepuasan dari pekerjaan, dan ingin mendapat tantangan serta harapan buat masa depan. Peluang-peluang semacam ini disediakan oleh bisnis secara tidak terbatas, diperuntukan bagi anak-anak muda yang penuh semangat, energik dan berani. Bisnis menyediakan lapangan pekerjaan dari berbagai tingkatan dan lapangan. Mau jadi pekerja atau direktur, mau di bidang teknik atau perdagangan dan banyak lagi peluang-peluang lainnya.

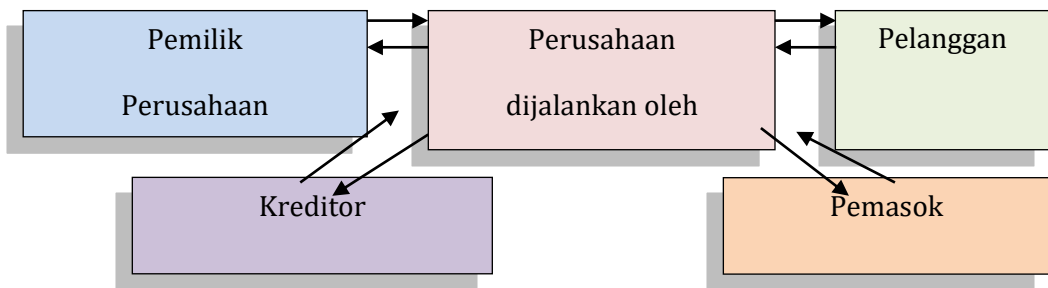
Dunia bisnis sangat tanggap akan kekurangan barang di pasar guna memenuhi kebutuhan manusia sepanjang masa. Kegiatan ini tidak akan henti-hentinya, dan menantang terus. Dunia bisnis bertumbuh dan berkembang pesat, sehingga sekarang di pasar dijumpai berjuta-juta macam barang dan jasa dihasilkan, dan membutuhkan berpuluh-puluh juta tenaga kerja muda.

H. Unsur-Unsur penting Dalam Aktivitas Bisnis

Lima pemegang kepentingan utama dalam bisnis (*five key Stakeholders in a business*)

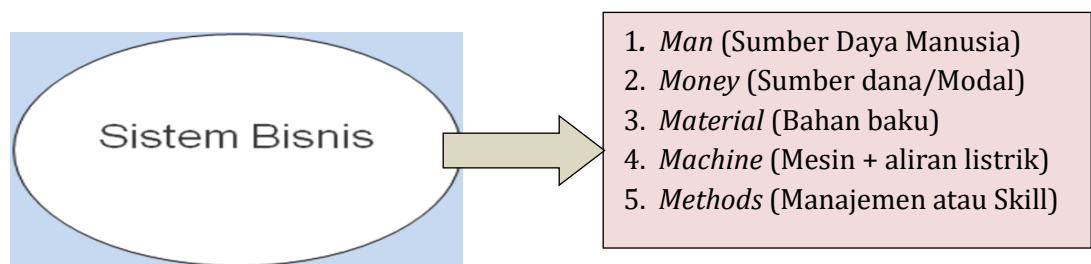
- Pemilik (*Owners*): Setiap bisnis dimulai dari hasil ide mengenai barang dan jasa oleh orang yang disebut wirausaha (*entrepreneur*). Ia mengorganisasikan (*Organize*) dan mengelola resiko yang dihadapi mulai dari permulaan bisnis.
- Kreditur (*Creditors*): Kreditur dapat memberikan solusi sebagai penyedia pinjaman untuk memulai bisnis. Contoh : Bank Mandiri, Bank BNI, Bank BCA, Bank Muamalat dan sebagainya.
- Pekerja (*Employees*): Hasil ide pemilik untuk membangun bisnisnya, harus didukung karyawan. Karyawan yang direkrut untuk menyelenggarakan bisnis.
- Pemasok (*Suppliers*): Menyelenggarakan bisnis membutuhkan bahan (*material*) yang dibutuhkan untuk produksi melalui pemasok.
- Pelanggan (*Customers*): Tujuan akhir dari bisnis adalah sejauhmana produk atau jasa dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Interaksi antara pemegang kepentingan utama, dapat diilustrasikan dibawah ini:



I. Sistem dan Subsistem dalam Bisnis

Dalam sistem bisnis tentu ada sub-sub sistem yang menjadi pendukung berfungsinya sistem untuk mencapai tujuannya. Tanpa dukungan dari masing-masing sub sistem, maka sistem bisnis akan menjadi lumpuh dan tidak berfungsi.



Faktor-faktor Produksi Dalam Bisnis

1. *Labor* (tenaga kerja)
Kemampuan fisik dan mental dari orang-orang sebagai kontribusi mereka dalam ekonomi produksi
2. *Natural Resources* (sumber daya alam)
Bahan-bahan yang berasal dari alam (seperti tanah, air, bahan tambang, dan pepohonan/hutan)
3. *Capital* (modal)
Dana yang dibutuhkan untuk membuat dan mengoperasikan usaha bisnis
4. *Entrepreneur* (jiwa wirausaha)
Orang yang memulai suatu bisnis baru atau yang membuat keputusan bahwa untuk membesarkan bisnis kecil

5. *Physical Resources* (sumber daya fisik)

Barang-barang yang dibutuhkan organisasi dalam menjalankan bisnis

6. *Information Resources* (sumber daya informasi)

Data dan informasi lain yang digunakan oleh suatu bisnis

J. Tantangan-tantangan yang dihadapi Bisnis

Tiga Pendorong Utama Dari Bisnis

1. Revolusi Informasi yang akan melanjutkan produktivitas melalui semua sector ekonomi, tetapi yang paling mempengaruhi yaitu informasi dari industry seperti keuangan, media, dan penjualan besar dan perdagangan ritel.
2. Terobosan teknologi baru seperti bioteknologi yang akan menciptakan industry baru

Peningkatan arus globalisasi akan membuat pasar lebih besar yang juga meningkatkan kompetisi diantara bisnis global; sebagai suatu hasil, perusahaan akan membutuhkan untuk memfokuskan bahkan lebih membutuhkan inovasi dan pemangkasan biaya

BAB II

PERUSAHAAN DAN LINGKUNGAN PERUSAHAAN

A. Tujuan Kompetensi Khusus

Sesudah mengikuti kegiatan belajar, mahasiswa mampu :

- Pengertian Perusahaan
- Tempat kedudukan dan letak perusahaan
- Perusahaan dan lembaga sosial
 - Tujuan dari pendirian perusahaan
 - Perusahaan sebagai suatu sistem
 - Sistem perusahaan
 - Fungsi-fungsi perusahaan
 - Ciri-ciri perusahaan
- Pengertian dan Jenis-jenis lingkungan perusahaan
- Pengaruh lingkungan terhadap perusahaan

B. Tugas Latihan

Mahasiswa membuat suatu ilustrasi tentang perusahaan dan lingkungannya

C. Pengertian Perusahaan

Perusahaan dapat didefinisikan sebagai suatu organisasi produksi yang menggunakan dan mengkoordinir sumber-sumber ekonomi untuk memuaskan kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.

Dari definisi tentang perusahaan tersebut dapatlah dilihat adanya lima unsure yang penting, yaitu:

1. Organisasi
2. Produksi
3. Sumber ekonomi
4. Kebutuhan

5. Cara yang menguntungkan

Menurut Griffin (2007) perusahaan merupakan bisnis yang secara hukum dianggap sebagai satu entitas yang terpisah dari pemilik-pemilikinya dan bertanggung jawab atas hutang-hutangnya sendiri. Tanggung jawab pemilik terbatas pada besarnya investasi mereka.

D. Tempat kedudukan dan letak perusahaan

1. Pengertian Tempat Kedudukan Perusahaan

Tempat kedudukan perusahaan adalah kantor pusat perusahaan tersebut. Tempat kedudukan perusahaan pada umumnya dipengaruhi factor kelancaran hubungan dengan lembaga-lembaga lain , seperti lembaga pemerintah, lembaga keuangan, pelanggan dan sebagainya.

2. Pengertian / Arti Definisi Lokasi Perusahaan

Tempat/Lokasi Perusahaan adalah suatu tempat di mana perusahaan itu melakukan kegiatan fisik. Kedudukan perusahaan dapat berbeda dengan lokasi perusahaan, karena kedudukan perusahaan adalah kantor pusat dari kegiatan fisik perusahaan. Contoh bentuk lokasi perusahaan adalah pabrik tempat memproduksi barang.

Faktor-Faktor Pokok Penentu Pemilihan Letak/Lokasi Industri

- Letak dari sumber bahan mentah untuk produksi
- Letak dari pasar konsumen
- Ketersediaan tenaga kerja
- Ketersediaan pengangkutan atau transportasi
- Ketersediaan energi

3. Jenis-Jenis Letak/Lokasi Perusahaan

1. Lokasi perusahaan yang ditetapkan pemerintah. Lokasi ini sudah ditetapkan dan tidak bisa seenaknya membangun perusahaan di luar lokasi yang telah ditentukan. Contohnya adalah seperti kawasan industri cikarang, pulo gadung, dan lain sebagainya.

2. Lokasi perusahaan yang mengikuti sejarah. Lokasi perusahaan yang dipilih biasanya memiliki nilai sejarah tertentu yang dapat memberikan pengaruh pada kegiatan bisnis. Misalnya seperti membangun perusahaan udang di Cirebon yang merupakan kota udang atau membangun usaha pendidikan di Yogyakarta yang telah terkenal sebagai kota pelajar.
3. Lokasi perusahaan yang mengikuti kondisi alam. Lokasi perusahaan yang tidak bisa dipilih-pilih karena sudah dipilhkan oleh alam. Contoh : Tambang emas di Cikotok, tambang aspal di Buton, tambang gas alam di Bontang Kaltim, dan lain sebagainya.
4. Lokasi perusahaan yang mengikuti faktor-faktor ekonomi. Lokasi perusahaan jenis ini pemilihannya dipengaruhi oleh banyak faktor ekonomi seperti faktor ketersediaan tenaga kerja, faktor kedekatan dengan pasar, ketersediaan bahan baku, dan lain-lain.

E. Perusahaan dan lembaga sosial

1. Tujuan dari pendirian perusahaan

Secara umum tujuan pendirian perusahaan dapat dibedakan menjadi tujuan ekonomis dan tujuan sosial. Tujuan ekonomis berkenaan dengan upaya perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya. Dalam hal ini perusahaan berupaya menciptakan laba, menciptakan pelanggan, dan menjalankan upaya-upaya pengembangan dengan memusatkan perhatian pada kebutuhan masyarakat dalam hal produk yang diinginkan, kualitas, harga, kuantitas, waktu pelayanan, kegunaan produk, dan sebagainya. Untuk keperluan tersebut dibutuhkan upaya inofatif yang berkesinambungan sehingga perusahaan mampu mencapai *competitive advantage* dan *comparative advantage* (berdaya saing tinggi) dalam jangka panjang. Sedangkan untuk tujuan sosial, perusahaan diharapkan untuk memperhatikan keinginan investor, karyawan, penyedia faktor-faktor produksi, maupun masyarakat luas. Kedua tujuan perusahaan tersebut saling mendukung untuk mencapai tujuan utama perusahaan, yaitu memberikan kepuasan kepada keinginan konsumen atau pelanggan.

2. Perusahaan Sebagai Suatu Sistem

Sistem perusahaan merupakan kombinasi dari semua sumber-sumber ekonomi yang langsung atau tidak langsung mempengaruhi produksi dan distribusi barang-barang dan jasa-jasa untuk pemenuhan kebutuhan manusia.

Setelah sebuah bisnis yang kita bangun mulai berjalan, sudah selayaknya kita mulai berpikir untuk membangun sistem. Merujuk kepada definisi bisnis menurut Brad Sugars, yaitu *“as a commercial, profitable enterprise that works without you”*.

Ya, sebuah bisnis akan bisa berjalan tanpa kita harus hadir, jika kita sebagai *owner* telah berhasil membangun system.

Masih menurut Brad Sugars, ada empat area kunci yang harus dibuat sistem-nya.yaitu:

- 1) *People & Education*
- 2) *Delivery & Distribution*
- 3) *Testing & Measuring*
- 4) *Systems & Technology*

Pembahasan tentang membangun sistem perusahaan akan saya buat dalam beberapa serial tulisan. Sebagian besar merujuk kepada konsep yang dibuat oleh Brad Sugars. Semoga bermanfaat.

Sifat dan sistem perusahaan:

- Kompleks
- Merupakan suatu unit/kesatuan
- Berjenis-jenis
- Saling bergantung Dinamis

Lingkungan perusahaan merupakan keseluruhan hal-hal atau keadaan ekstern Badan Usaha atau Industri yang mempengaruhi kegiatan Organisasi

3. Fungsi-fungsi Perusahaan

Menurut Henry Fayol, kehidupan perusahaan dapat disamakan dengan kehidupan organism, yaitu lahir, berkembang, mencapai kemajuan, mengalami kemunduran, dan mati. Demikian pula dengan perusahaan, kita temui tingkat-

tingkat kehidupan tersebut seperti masa : masa pionir, masa ekspansi, dan masa konsolidasi. Sesudah masa konsolidasi perusahaan masih tidak bias bertahan maka akan timbul masa likuidasi, akhirnya perusahaan dibubarkan.

Sebagai organism atau mahluk hidup yang mempunyai organ, begitu pula perusahaan mempunyai fungsi-fungsi tertentu. Fayol menemukan adanya enam fungsi esensial dalam perusahaan yaitu:

1. Operasi teknis, meliputi produksi, pengolahan, perubahan bentuk.
2. Operasi komersil, meliputi pembelian, penjualan, dan penukaran.
3. Operasi financial, meliputi penarikan dan mengusahaan modal
4. Tindakan keamanan, meliputi pengamanan orang-orang dan benda misalnya terhadap pencurian, banjiriran, kebakaran, dan sebagainya.
5. Operasi komtabel, meliputi penyusunan invetarisasi neraca harga pokok, dan statistic.
6. Organisasi administrasi, meliputi merencanakan, mengorganisasi, memerintah, mengkoordinasi, dan mengawasi.

Fungsi-fungsi tersebut, dilaksanakan oleh organ-organ yang oleh Fayol disebut "*service*" yang dapat disamakan dengan bagian dalam perusahaan. Dikatakan fungsi keenam sebenarnya tidak mempunyai organ khusus, karena fungsi ini merupakan pekerjaan otak, yaitu memimpin dan menguasai semua bagian yang terdapat dalam perusahaan.

Selanjutnyan. Goudrian membedakan 5 fungsi sebagai berikut:

- a. Fungsi Teknis, mengenai gerakan-gerakan, waktu, dan letak mesin.
- b. Fungsi Sosial, mengenai personalia dan jaminan social.
- c. Fungsi Komersil, mengenai pembelian dan penjualan.
- d. Fungsi Administratif, mengenai kontrol, statistic, dan harga pokok.
- e. Fungsi Finansial, mengenai permodalan dan neraca.

Lain lagi dengan apa yang dikemukakan oleh J. C. Rieveltdt sebagai berikut:

- | | |
|----------------------|-------------------------|
| 1. Fungsi perusahaan | 4. Fungsi Finansial |
| 2. Fungsi teknis | 5. Fungsi Komersil |
| 3. Fungsi Sosial | 6. Fungsi Administratif |

Kegiatan dari fungsi penguasaan akan terlihat dalam masalah organisasi suatu perusahaan. Fungsi teknis akan dikembangkan lagi dalam manajemen produksi. Fungsi social dalam manajemen personalia, fungsi financial dalam manajemen pembelanjaan, fungsi komersil dalam manajemen pemasaran, dan fungsi administrasi dalam pembukuan dan perhitungan harga pokok.

4. Ciri-ciri perusahaan

Ciri-ciri kegiatan bisnis. Ciri-ciri yang melekat dengan kegiatan bisnis antara lain :

- Kegagalan dan keanekaragaman produk
- Penuh tantangan dan perubahan lingkungan
- Banyak ketergantungan
- Menuntut ketahanan mental spiritual

Sedangkan menurut Buchari Alma, ciri-ciri perusahaan ialah:

- Adanya spesialisasi, artinya hanya bergerak dalam memproduksi barang-barang tertentu
- Saling ketergantungan (*interdependence*), artinya jika perusahaan bergerak dalam bidang tertentu akan bergantung kegiatannya pada perusahaan dan sector lain, dan
- Produksi masal, barang dihasilkan dalam jumlah yang besar dan terus menerus dalam pelbagai ukuran hingga mudah dipilih oleh konsumen.

F. Pengertian dan Jenis-jenis lingkungan perusahaan

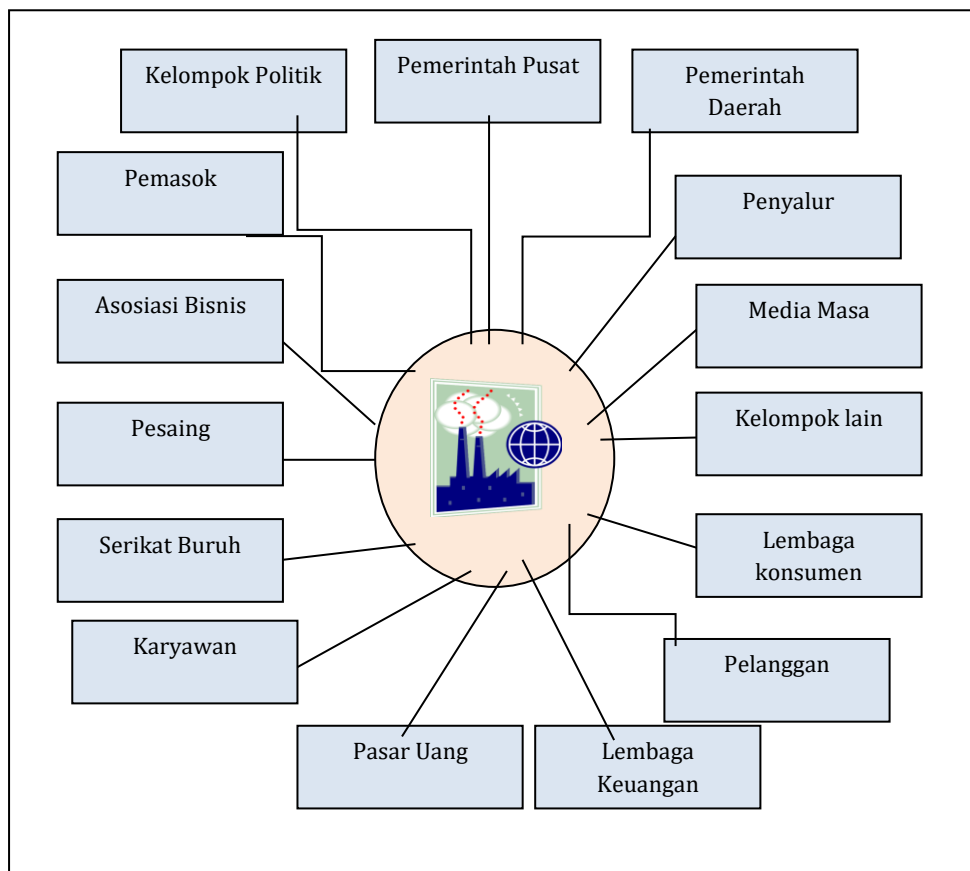
Lingkungan perusahaan dapat diartikan sebagai keseluruhan dari factor-faktor ekstern yang mempengaruhi perusahaan baik organisasi maupun kegiatannya. Sedangkan arti lingkungan secara luas mencakup semua factor eksternal yang mempengaruhi individu, perusahaan, dan masyarakat.

Terlepas dari soal ukuran, lokasi, atau misi, semua bisnis beroperasi di lingkungan eksternal yang lebih luas. Lingkungan eksternal terdiri dari segala sesuatu yang berada di luar batas-batas organisasi dan mungkin mempengaruhi organisasi tersebut. Tidak heran lingkungan eksternal memainkan peran besar

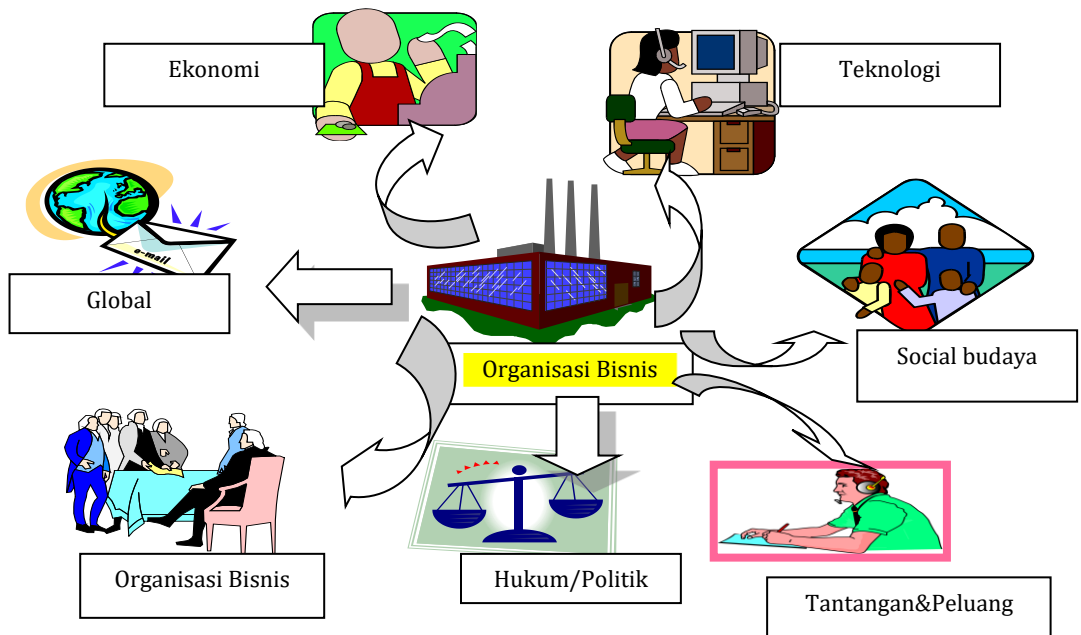
dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan semua organisasi. Oleh karena itu manajer harus memahami lingkungan mereka secara lengkap dan akurat, dan selanjutnya berusaha untuk beroperasi dan bersaing di dalamnya.

Jenis-jenis lingkungan bisnis menurut Basu Swastha banyak ragamnya dan luas yang diantaranya termasuk aspek-aspek ekonomi, politik, social, etika-hukum, dan ekologi/fisik, dan sebagainya, dimana masing-masing factor saling menunjang dan saling mempengaruhi,

Sedangkan dalam kerangka perusahaan sebagai bagian dari masyarakat pluralistic, dapat digambarkan lingkungannya sebagai berikut:



Sedangkan menurut Griffin lingkungan bisnis terdiri dari:



Sedangkan Jeff Madura menyatakan bahwa lingkungan bisnis seperti pada gambar berikut ini:

