

Globalisasi dan teknologi telah mendorong seleksi alamiah yang mengarah pada "yang terkuat yang bertahan". Keberhasilan pasar akan di dapat oleh perusahaan yang mampu menyesuaikan diri dengan persyaratan lingkungan saat ini, yaitu mereka yang mampu memberikan apa yang siap dibeli orang. Baik individu, bisnis, kota bahkan seluruh Negara harus menemukan cara menghasilkan nilai yang dapat dipasarkan (*marketable value*) yaitu barang dan jasa yang menarik minat beli orang.


PENERBIT NILACAKRA
Anggota IKAPJ
ni.lacka@penerbitnilackakra.com
@penerbitnilackakra

Dapat dibeli di Google Play Books

e-ISBN
978-623-5609-32-4
NILACAKRA
INDONESIA

Bisnis
ISBN 978-623-5609-31-7
81120
9 786235 609317



Harga di P. Jawa Rp 52.000

Buku Ajar

PENGANTAR BISNIS

Dr. I Wayan Edi Arsawan, S.E., M.M.

Drs. I Ketut Yasa, M.M.

Ni Putu SANTI Suryantini, S.E., M.M.

Ni Luh Putu Surya Astitiani, S.E., M.M.



BUKU AJAR: PENGANTAR BISNIS

I Wayan Edi Arsawan, dkk

Buku Ajar

PENGANTAR BISNIS



**SALINAN DIGITAL
FOR RESTRICTED USES ONLY**

**Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014
Tentang Hak Cipta**

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf f untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f dan/atau huruf h untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Buku Ajar

PENGANTAR BISNIS

Dr. I Wayan Egi Arsawan, SE., MM
Drs. I Ketut Yasa, MM
Ni Putu Santi Suryantini, SE., MM
Ni Luh Putu Surya Astitiani, SE., MM



2021

Buku Ajar Pengantar Bisnis

I Wayan Edi Arsawan, I Ketut Yasa, Ni Putu Santi Suryantini, Ni Luh Putu Surya Astitiani

Kategori: Bisnis

Desain cover & tata letak isi | Visakha Priya

Versi digital | Nindy Widiastuti

x + 148 halaman; 14,8 X 21 cm

Cetakan Pertama: November 2021

Tersedia di *Google Play Books* mulai November 2021

ISBN

P 978-623-5609-31-7

E 978-623-5609-32-4

Hak cipta ©2021 pada penulis

Hak cipta desain cover pada penerbit

Dilarang menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

Diterbitkan oleh



NILACAKRA™

Anggota IKAPI (no. 023/BAI/2021)

Jl. Raya Darmasaba-Lukluk,

Badung, Bali 80352. Telp: (0361) 424612

Website: www.penerbitbali.com;

E-mail: nilacrapublisher@gmail.com

Instagram: [@penerbit_nilacakra](https://www.instagram.com/penerbit_nilacakra)

PENDAHULUAN

Pada mulanya kegiatan bisnis hanya terjadi sangat sederhana, seseorang yang menghasilkan sesuatu barang ekonomi ditukarkan dengan barang ekonomi yang dihasilkan orang lain yang dikenal dengan sistem barter. Semakin berkembang dari waktu ke waktu maka keadaan semacam itu tentunya tak dapat dipertahankan terus, karena mulai dirasakan berbagai kekurangan seperti standar penukaran yang tidak sama, kepuasan penerimaan yang berbeda-beda, berkembangnya jumlah penduduk dan meningkatnya budaya umat manusia serta kemajuan ilmu dan teknologi mendorong berkembangnya kebutuhan manusia. Tak dapat dipungkiri pula bahwa kemampuan usahawan akan dituntut semakin prima sehingga peradaban baru dengan system perekonomian yang lebih jelas dan terstruktur mulai diperkenalkan.

Seiring perkembangan budaya manusia maka semakin jelaslah *role model* tentang bisnis sampai dewasa ini. Tiap individu maupun perusahaan sudah berfikir tentang bagaimana mengalokasikan sumber daya yang tersedia menjadi keuntungan yang berlipat dengan harapan terciptanya kesinambungan perusahaan mulai dari keuntungan sampai penggunaan keuntungan tersebut dalam konsep pendanaan dan investasi perusahaan kedepannya.

Mengejar keuntungan adalah gambaran tingkah laku usahawan, maka perlu dimengerti ruang lingkup bisnis. Membuat keputusan untuk menentukan usaha merupakan tuntutan yang mendasar, karena kekeliruan dalam membuat keputusan akibat berakibat lepasnya keuntungan dari tangan.

Untuk itu perlu merencanakan kegiatan bisnis secara tepat, selain itu perlu mengenal berbagai lembaga bisnis, karena bagaimanapun lembaga bisnis mempunyai andil yang besar terhadap keberhasilan suatu usaha.

Buku ajar pengantar bisnis ini diharapkan menambah referensi bagi mahasiswa dan dosen tentang perkembangan bisnis yang ada. Memberikan sudut pandang yang berbeda sehingga pemahaman menjadi lebih komprehensif. Buku ajar ini telah disesuaikan dengan kurikulum terbaru yang diharapkan sejalan dengan perkembangan bisnis yang dinamis.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa buku ajar ini masih memiliki keterbatasan, sehingga saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan sangat kami harapkan. Semoga buku ajar ini mendapat tempat di hati pembaca.

Oktober 2021
Tim Penulis



SALINAN DIGITAL
FOR RESTRICTED USES ONLY

DAFTAR ISI

Bab I RUANG LINGKUP BISNIS	1
A. Pengertian Bisnis	1
B. Pentingnya Mempelajari Bisnis.....	3
C. Berbisnis Dalam Era Globalisasi.....	3
D. Kegiatan-Kegiatan dalam Organisasi Bisnis.....	5
E. Tujuan Melakukan Bisnis.....	7
F. Dasar-Dasar Sistem Bisnis (<i>The Bases Of Business System</i>).....	8
G. Tanggung Jawab Sosial Suatu Bisnis.....	13
H. Bentuk-Bentuk Tanggung Jawab Sosial Suatu Bisnis ..	15
I. Etika Bisnis.....	15
Bab II TEMPAT KEDUDUKAN DAN LETAK PERUSAHAAN	19
A. Pendahuluan.....	19
B. Tempat Kedudukan Perusahaan	20
C. Letak Perusahaan.....	20
D. Jenis-Jenis Letak Perusahaan.....	21
Bab III JENIS-JENIS PERUSAHAAN	25
A. Jenis Perusahaan Menurut Teknis Ekonomis.....	25
B. Jenis Perusahaan Menurut Kedudukan Yuridis.....	27
C. Macam Penggabungan Perusahaan.....	36
Bab IV MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA	41
A. Pengertian.....	42
B. Tujuan Manajemen SDM.....	43

C. Pelaksanaan Fungsi Operasional Manajemen	
Personalia	46
D. Mengelola Manusia: Motivasi dan Kepemimpinan	50
E. Beda Manajemen dengan Kepemimpinan	52
F. Gaya Kepemimpinan	53
G. Meningkatkan Motivasi dan Moral	54
Bab V MANAJEMEN KEUANGAN.....	56
A. Pembelanjaan.....	56
B. Kriteria Investasi	65
Bab VI MANAJEMEN PRODUKSI	68
A. Pengertian Produksi	69
B. Proses Produksi.....	69
C. Susunan Peralatan Pabrik.....	79
D. Pengendalian Bahan	80
E. Lingkungan Kerja	81
F. Pemilihan Lokasi Pabrik.....	82
G. <i>Just In Time</i>	82
H. <i>Total Quality Management</i>	82
Bab VII MANAJEMEN PEMASARAN.....	85
A. Pengertian Pemasaran	85
B. Fungsi Pemasaran	86
C. Pendekatan Studi Pemasaran.....	86
D. Bauran Pemasaran/ <i>Marketing Mix</i>	87
Bab VIII BISNIS DAN LINGKUNGAN.....	96
A. Perbankan	96
B. Asuransi.....	109
C. Perpajakan.....	114
Bab IX SISTEM PEREKONOMIAN.....	119
A. <i>Merchantilisme</i>	120
B. <i>Kapitalisme</i>	121

C. <i>Komunisme</i>	122
D. <i>Sosialisme</i>	124
Bab X PERDAGANGAN INTERNASIONAL	127
A. Pengertian	128
B. Konsep Utama dalam Perdagangan Internasional....	129
C. Hambatan dalam Memasuki Perdagangan Internasional.....	129
D. Beberapa Faktor Khusus dalam Perdagangan Internasional.....	129
E. Neraca Pembayaran Internasional (NPI).....	132
F. Transaksi Ekonomi Internasional.....	132
Bab XI KEUNGGULAN BERSAING	135
A. Pengertian	136
B. Tujuan Strategi Keunggulan Bersaing	136
C. Manfaat Keunggulan Bersaing	137
D. Cara untuk Mendapatkan Keunggulan Kompetitif ...	138
E. Faktor-Faktor yang Dihadapi dalam Membentuk Keunggulan Bersaing	139
F. Syarat dan Resiko Strategi Keunggulan Bersaing	140
DAFTAR PUSTAKA	145
BIOGRAFI PENULIS	146





BAB I

RUANG LINGKUP BISNIS

Tujuan:

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan dapat:

1. Mengetahui pengertian bisnis
2. Mengetahui bisnis dalam era globalisasi
3. Mengetahui kegiatan-kegiatan dalam organisasi bisnis
4. Mengetahui tujuan melakukan bisnis
5. Mengetahui dasar-dasar sistem bisnis
6. Tanggung jawab sosial dan bentuk-bentuknya

Sasaran:

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan:

1. Dapat memahami dan menjelaskan pengertian bisnis
2. Dapat memahami bisnis di era globalisasi
3. Dapat menjelaskan kegiatan dalam organisasi bisnis
4. Dapat menjelaskan tujuan berbisnis
5. Dapat menjelaskan dasar system bisnis
6. Dapat menjelaskan tanggung jawab sosial dan bentuk tanggung jawab sosial suatu bisnis

A. PENGERTIAN BISNIS

Kata bisnis dalam kehidupan sehari-hari sering kita dengar diucapkan orang-orang untuk menyebut atau menggantikan “urusan”, kegiatan dagang, perdagangan, dan se-

bagainya. Kata bisnis berasal dari kata “*business*” yang menunjukkan keadaan *busy* atau sibuk melakukan kegiatan. Dalam arti ekonomi, bisnis berarti: bekerja, usaha, kegiatan atau urusan yang bertalian dengan menghasilkan atau memproduksi kekayaan (harta benda). Pada hakekatnya yang disebut dengan bisnis adalah kegiatan yang bertalian dengan produksi dan penjualan yang bertujuan meraih laba. Sedangkan definisi bisnis secara umum menurut **David J. Rachman** dan **Mishael B. Nescon** dalam buku *Business Today* adalah:

“All the work involved in providing people with goods & services for a profit” (suatu usaha yang mengelola faktor-faktor produksi untuk menciptakan barang/jasa (yang dapat diterima masyarakat) & untuk memperoleh laba).

1. **Bisnis:** Suatu usaha yang mengelola faktor-faktor produksi untuk menciptakan barang/jasa untuk memperoleh laba.
2. **Usaha:** Setiap tindakan, perbuatan/ kegiatan apapun dalam bidang perekonomian yang dilakukan pengusaha untuk tujuan memperoleh laba/ keuntungan.
3. **Pengusaha:** Orang pribadi/ persekutuan atau Badan Hukum yang menjalankan jenis usaha.
4. **Perusahaan:** Setiap bentuk usaha yang menjalankan jenis usaha yang bersifat tetap terus-menerus untuk memperoleh laba.
5. **Perdagangan:** Seluruh kegiatan usaha dagang yang dilakukan orang-orang dan badan-badan yaitu dalam pembelian dan penjualan atau pertukaran barang dan atau jasa, yang bertujuan memperoleh penghasilan/ keuntungan. Dalam kegiatan perdagangan ini termasuk kegiatan-kegiatan pengumpulan, penyortiran, penyimpanan, pengangkutan, pengasuransian, pendanaan, dan sebagainya, yang berkaitan dengan masalah, pendistribusian barang dan penyediaan serta pengalihan jasa.

B. PENTINGNYA MEMPELAJARI BISNIS

Ada berbagai alasan mengapa seseorang mempelajari bisnis. Alasan-alasan tersebut antara lain;

1. Sebagai upaya untuk mempersiapkan karir di masa depan
2. Menjadi pembeli yang mempunyai informasi yang baik
3. Mempelajari pengaruh keseluruhan dari bisnis
4. Memiliki bisnis dan meningkatkan intuisi seseorang dalam posisinya sebagai pelaku bisnis
5. Mengembangkan keterampilan di bidang manajemen, marketing, keuangan dan operasi dan produksi serta manajemen resiko

C. BERBISNIS DALAM ERA GLOBALISASI

Dalam konteks umum, bisnis tidak lepas dari aktivitas produksi, pembelian, penjualan maupun pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan. Begitu eratnya kaitan bisnis terhadap perusahaan sehingga berbicara bisnis identik dengan membahas perusahaan. Dengan demikian untuk memahami seluk beluk bisnis diperlukan pengetahuan, pemahaman dan penguasaan ilmu ekonomi perusahaan serta konsep-konsep pokoknya, agar bisnis dapat dikelola sesuai sasaran. Meskipun demikian, pengetahuan, pemahaman dan penguasaan ilmu ekonomi perusahaan dan konsep pokok bisnis tersebut tidak menjamin keberhasilan bisnis yang dijalankan, bila tidak didukung kiat dan intuisi bisnis yang tepat.

Sebagaimana dapat disadari bahwa perekonomian global telah mengalami perubahan radikal dalam dua dasa warsa terakhir. Ekonomi dunia secara keseluruhan sedang mengalami perkembangan pesat dengan adanya faktor-faktor yang mendasarinya. Faktor pertama yaitu globalisasi, pertumbuhan perdagangan global dan persaingan internasional yang eksplosif pada tidak adanya Negara yang dapat tetap terisolasi

dari perekonomian dunia saat ini. Faktor kedua adalah perubahan dan kemajuan teknologi yang sedemikian pesatnya. Beberapa ahli bahkan mengatakan bahwa dewasa ini penduduk dunia berada dalam tahap “*post industrialization*” dengan perkembangan teknologi yang amat dramatik.

Globalisasi dan teknologi telah mendorong seleksi alamiah yang mengarah pada ‘*yang terkuat yang bertahan*’. Keberhasilan pasar akan di dapat oleh perusahaan yang mampu menyesuaikan diri dengan persyaratan lingkungan saat ini, yaitu mereka yang mampu memberikan apa yang siap dibeli orang. Baik individu, bisnis, kota bahkan seluruh Negara harus menemukan cara menghasilkan nilai yang dapat dipasarkan (*marketable value*) yaitu barang dan jasa yang menarik minat beli orang.

Sebagai dampak globalisasi dan perubahan teknologi, situasi pasar saat ini di dorong kearah keadaan yang berbeda jauh sekali dibandingkan situasi pasar sebelumnya. Perubahan-perubahan tersebut tampak pada berbagai fenomena, antara lain;

1. Kekuasaan saat ini sudah beralih ke tangan konsumen
2. Skala produksi yang besar tidak lagi merupakan keharusan
3. Batasan-batasan Negara dan wilayah tidak lagi menjadi kendala
4. Teknologi dengan cepat dapat dikuasai dan ditiru
5. Setiap saat akan muncul pesaing-pesaing dengan biaya yang lebih murah
6. Meningkatnya kepekaan konsumen terhadap harga dan nilai

Situasi dan kondisi demikian memotivasi para pelaku bisnis agar senantiasa mampu mengantisipasi pasar secara berkesinambungan. Untuk itulah agar dapat bertahan maka perlu menganalisis pasar, mengenali peluang, memformulasi-

kan strategi pemasaran, mengembangkan taktik dan tindakan spesifik, serta menyusun anggaran dan laporan kinerja. Dengan demikian perencanaan bisnis yang benar-benar matang sangat diperlukan yang memuat asumsi serta alasan yang dipergunakan sebagai dasar perhitungan, seperti besarnya perhitungan permintaan dan proyeksi penjualan, strategi yang akan digunakan serta strategi manajemen mengembangkan bisnis. disamping itu pula perlu dilakukan berbagai upaya penyesuaian dengan prinsip pemasaran modern yaitu kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) atau menyediakan barang dan jasa yang sesuai keinginan konsumen, harga yang kompetitif, layanan yang tepat waktu (*just in time*) serta memelihara kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perencanaan bisnis harus dibuat secara komprehensif, efisien, dan efektif agar dapat menjadi acuan bagi pelaku bisnis dalam dunia usaha yang sarat persaingan.

D. KEGIATAN-KEGIATAN DALAM ORGANISASI BISNIS

Sesuai dengan pengertian/definisi bisnis secara umum maka kegiatan-kegiatan di dalam organisasi bisnis meliputi:

1. **Menyediakan sumber-sumber material yang dibutuhkan.**

Di dalam menyediakan sumber-sumber material ini tentu saja berkaitan erat dengan output yang akan dihasilkan atau jenis usaha yang dilakukan. Hal ini tentu saja akan mempengaruhi penyediaan sumber-sumber material yang dibutuhkan. Misal: untuk usaha 'x' dibutuhkan sumber material kayu, besi, dll.

2. **Mengorganisir aktivitas produksi, melengkapi *assembly process*, *training* tenaga kerja, mengawasi operasi.**

Setelah menyediakan sumber-sumber material yang dibutuhkan tentu saja perlu diorganisir dalam aktivitas organisasi produksi sehingga menghasilkan out put yang diinginkan. Termasuk dalam hal ini adalah: melengkapi *assembly process*, mengadakan latihan/ *training* tenaga kerja dan mengadakan pengawasan operasi sehingga proses produksi berjalan lancar dalam menghasilkan barang yang diinginkan.

3. **Mendistribusikan produk-produk sebanyak mungkin pada penyalur dan pembeli (*buyer*).**

Untuk memperoleh laba, tentu saja produk yang telah diproduksi tersebut dapat dipasarkan/dijual kepada masyarakat sebanyak-banyaknya baik secara langsung maupun melalui penyalur.

4. **Meyakinkan masyarakat umum tentang adanya produk dengan kualitas yang baik.**

Barang yang dihasilkan akan dibeli masyarakat baik barang yang dibelinya itu mempunyai kualitas yang baik. Oleh karena itu juga merupakan tugas perusahaan untuk meyakinkan kepada pembeli/masyarakat terhadap produk yang dihasilkan.

5. **Mendapatkan dana.**

Untuk memperlancar operasi perusahaan, tak akan lepas dengan masalah pendanaan. Disamping pembagian kegiatan di atas ada pula ahli bisnis yang hanya mengelompokkan kegiatan bisnis menjadi tiga, yaitu:

- a. **Perdagangan (Commerce)**. Yaitu keseluruhan kegiatan jual beli yang dilakukan orang-orang atau badan-badan, baik dalam negeri maupun luar negeri ataupun antar negara inilah tujuan memperoleh keuntungan.
- b. **Industri (Industry)**. Yaitu kegiatan memproduksi atau menghasilkan barang-barang yang nilainya lebih berguna dari asalnya. Industri dibagi lagi dalam beberapa jenis yaitu:
 - 1) **Industri asli (genetik)**
Contoh: perkebunan, pertanian, perhutanan
 - 2) **Industri ekstraktif**
Contoh: pertambangan, penggalian batu, emas
 - 3) **Industri konstruksi**
Contoh: pembuatan gedung, jembatan
 - 4) **Industri pabrik**
Contoh: pabrik makanan, pabrik minuman, pabrik mesin, pabrik pakaian. Industri pabrik yang spesifik dibagi lagi menjadi:
 - **Industri analitik**
Yaitu memproses satu bahan baku menjadi beberapa barang yang berguna. Contoh: dari tebu menjadi gula, alkohol, melase
 - **Industri sintetik**
Yaitu memproses dua atau lebih bahan menjadi suatu barang yang berguna. Contoh: pabrik plastik
- c. **Jasa-jasa**. Yaitu kegiatan usaha penyediaan yang bukan merupakan bentuk produk secara langsung tetapi berupa jasa-jasa seperti: konsultan, asuransi, perhotelan, dll.

E. TUJUAN MELAKUKAN BISNIS

Kehidupan ekonomi ada sejak manusia itu ada. Manusia ada masyarakat primitif, rumah tangganya tertutup dan memenuhi kebutuhan diri sendiri dengan hidup secara ber-

pindah-pindah (nomaden). Tidak ada masalah dalam memuaskan kebutuhannya yang masih terbatas.

Masalah ekonomi timbul setelah manusia mengakhiri kehidupannya sebagai nomaden. Rumah tangga mereka tidak lagi tertutup. Mereka tidak lagi tertutup. Mereka mulai membuka hubungan antar keluarga satu dengan keluarga yang lain. Tukar menukar barang keluarga yang satu dengan keluarga yang lain mulai terjadi.

Mulai saat itu manusia mulai berpikir untuk mengadakan pilihan atau mengadakan pertimbangan tentang faedah kegiatan menciptakan faedah inilah yang disebut kegiatan produksi. Semakin tinggi tingkat kebudayaan mereka semakin banyak pula jenis kebutuhan dan mendorong pula kegiatan produksi. Oleh karena itu di dorong oleh kebutuhan yang semakin kompleks, maka manusia melakukan berbagai aktivitas diantaranya aktivitas bisnis.

Aktivitas bisnis meliputi banyak kegiatan bidang usaha, baik yang berkaitan dengan perdagangan, perindustrian, jasa-jasa atau fasilitas. Walaupun kita ketahui bahwa kegiatan bisnis itu sangat luas dan kompleks bila dilihat secara keseluruhan. Namun demikian, pada akhirnya seluruh kegiatan apapun dalam bisnis ditujukan untuk memperoleh hasil melalui usaha menjual hasil (produksi, jasa), fasilitas atau menyewakan yaitu melalui usaha perdagangan dalam arti luas sehingga dengan demikian perdagangan ini adalah merupakan inti dari perniagaan bisnis.

F. DASAR-DASAR SISTEM BISNIS (THE BASES OF BUSINESS SYSTEM)

Ada beberapa hal yang menjadi dasar sistem bisnis, antara lain:

1. KAPITALIS /CAPITALISME

System ekonomi kapitalisme atau dikenal juga dengan private enterprise system adalah system ekonomi yang mem-

perbolehkan faktor produksi dimiliki secara perseorangan (swasta). Dalam system kapitalis sempurna keputusan ekonomi dapat diambil secara bebas menurut kekuatan pasar yaitu kekuatan antara permintaan dan penawaran. Keputusan yang diambil adalah merupakan apa yang akan dihasilkan berapa yang akan dihasilkan, dengan biaya berapa, siapa yang akan menggunakan atau membelinya. Jadi dalam system ekonomi kapitalis sempurna satu satunya yang memegang kendali adalah pasar.

Pemerintah tidak akan turut campur dalam kekuatan tarik menarik antara permintaan dan penawaran. Pada kondisi ini pendekatan yang dipakai adalah *laissez-faire*. Kepemilikan sumber daya yang digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa cenderung dimiliki oleh individu daripada pemerintah.

Setiap perusahaan individual (swasta) menggunakan 4 prinsip dasar yaitu:

- 1) Hak setiap individu untuk membeli, memiliki menggunakan dan menjual kekayaan sesuai dengan keinginan
- 2) Hak individu untuk memutuskan pekerjaan apa yang dikerjakan, bagaimana menggunakan hasil dari pekerjaan tersebut dan dimana uang tersebut akan dibelanjakan
- 3) Hak untuk memperoleh laba yang dihasilkannya dan hak untuk mengalami kegagalan dalam bisnis
- 4) Hak untuk bersaing

Di dalam *Capitalisme* ada 3 hal yang mendasarinya yaitu:

- a. **Private Property.** Artinya kekayaan / modal perusahaan dimiliki individu-individu (pribadi) atau perusahaan-perusahaan, ia menjadi pemilik dan pengendali (pengelola dari sumber-sumber ekonomi seperti tanah, bahan-bahan mentah dan pabrik-pabrik).
- b. **Freedom of Choice.** Kekuatan hukum terbatas dalam mengendalikan mekanis mendasar dan individu benar-benar memiliki purchasing power sehingga dapat me-

mentukan pilihannya dan lolos menggunakan modal yang dimiliki. Contoh: atas sebidang tanah individu bebas menentukan penggunaan untuk bisnis yang akan didirikan.

- c. **Profit Motive.** Individu dalam mendirikan perusahaan didasarkan atas motif untuk mencari laba. Pemerintah dapat melakukan campur tangan dalam aktivitas bisnis masyarakat secara terbatas. System ekonomi semacam ini disebut system ekonomi kapitalisme campuran (*mixed capitalism*). Campur tangan pemerintah dapat diwujudkan dengan penetapan undang-undang dan penerapan pajak serta mengalokasikan dana hasil pajak untuk kepentingan masyarakat.

2. **COMPETITION**

Persaingan antara pengusaha di dalam menjalankan usaha/ mengoperasikan perusahaannya. Persaingan bisa berwujud:

- a. Persaingan dalam merebut pasaran (dengan iklan)
- b. Persaingan dalam superioritas (personel lokasi produk, peralatan).

Bentuk-bentuk persaingan:

- a. **Persaingan murni ciri-cirinya:**
 - 1) Banyak penjual dan pembeli dan masing-masing tidak dapat mempengaruhi harga dan jumlah produk yang ditawarkan.
 - 2) Barang/jasa yang ditawarkan homogen.
 - 3) Tidak ada rintangan dalam memasuki pasar.
- b. **Persaingan sempurna ciri-cirinya:**
 - 1) Penjual dan pembeli punya pengetahuan yang sama tentang pasar yang dihadapi.
 - 2) Setiap perusahaan selalu punya kepentingan yang sama.

3) Mobilitas pembeli dan faktor produksi berjalan sempurna.

c. **Persaingan tidak sempurna**

Beberapa hal yang menyebabkan ketidaksempurnaan dalam persaingan:

1) Sebagian pembeli/ penjual kurang mengetahui kondisi pasar

2) Pemerintah campur tangan lewat berbagai aturan

d. **Monopoli ciri-cirinya:**

1) Satu penjual satu produk monopolistik

2) Penjual dapat mengendalikan harga produk

3. **SPECIALITATION**

Pemusatan pada usaha/bidang tertentu. Contoh:

a. Khusus menghasilkan satu jenis tertentu

b. Khusus mengandalkan keahlian

Macam-macam spesialisasi:

a. **Specialization of Manufacturing:** Spesialisasi pada satu jenis industri tertentu. Contoh: industri mobil.

b. **Specialization by Calling:** Spesialisasi pada bidang kerja yang berdasarkan keahlian yang dimiliki. Contoh: tukang kayu, tukang batu, dokter spesialisasi kulit, mata, THT.

c. **Specialization of Man:** Spesialisasi dalam melakukan jenis pekerjaan khusus. Contoh: operator bagian printing.

4. **THE ECONOMIC LARGE OF SCALE**

Orang/perusahaan yang ekonomis dalam produk dalam skala besar. Wujudnya ada dua:

a. **Mass Production / Produksi Masa**

Ciri-cirinya:

1) Butuh pabrik besar

- 2) Perlu tingkat teknologi tinggi
- 3) Sistem kegiatan otomatisasi dan mekanisasi

b. **Mass Distribution System**

Distribusi: kegiatan/aktivitas penyampaian produk/jasa dari produsen ke konsumen. Ada 3 nilai kegunaan akibat dari adanya distribusi:

- 1) **Place Utility** (guna tempat) yaitu bisnis yang menciptakan kegunaan tempat yang berupa memindahkan sesuatu dari suatu tempat yang kurang bermanfaat dipindahkan ke tempat yang lebih bermanfaat. Perusahaan ini bergerak di bidang transportasi/ pengangkutan, baik barang maupun manusia.
- 2) **Time Utility** (guna waktu) yaitu bisnis ini merupakan usaha penyimpanan yang bermaksud untuk menyimpan barang dari suatu waktu yang pada saat itu kurang bermanfaat untuk nanti dikeluarkan pada saat barang tersebut lebih bermanfaat.
- 3) **Possesion Utility** (pemilikan) dimana bisnis ini menjalankan usahanya untuk menciptakan atau memenuhi kegunaan pemilikan terhadap suatu barang dan jasa. Misalnya kebutuhan untuk memiliki kesehatan, kecantikan, pendidikan dan sebagainya.

Suatu perusahaan adalah suatu bentuk usaha yang mengandung unsur-unsur:

- a. Secara terbuka
- b. Secara terus menerus
- c. Berhubungan dengan pihak ke-3
- d. Dalam lapangan perniagaan
- e. Tujuannya memperoleh laba

Sedangkan pengertian ekonomis perusahaan adalah: bentuk kerja sama/kumpulan dari faktor-faktor produksi (5M) untuk menciptakan barang/jasa dan mendistribusikan kepada masyarakat dengan tujuan mendapatkan laba.

G. TANGGUNG JAWAB SOSIAL SUATU BISNIS

Pelaksanaan tanggung jawab social suatu bisnis perusahaan menuntut diperlakukannya etika bisnis. Perusahaan yang tidak memperhatikan kepentingan umum dan kemudian menimbulkan gangguan-gangguan lingkungan akan dianggap sebagai bisnis yang tidak etis. Dorongan pelaksanaan etika bisnis pada umumnya datang dari luar yakni dari lingkungan masyarakat. Hal ini disebabkan karena pelaksanaan tanggung jawab social oleh suatu bisnis tidak lepas dari beban biaya yang kadang cukup besar jumlahnya. Dengan demikian maka secara intern pelaksanaannya akan terbentur pada pertimbangan untung dan rugi yang pada umumnya mendominasi dan menjadi ciri dari suatu bisnis.

Dorongan tidak saja datang dari luar akan tetapi sering muncul dari dalam bisnis itu sendiri. Hal ini disebabkan karena pelaku bisnisnya adalah manusia, karyawannya juga manusia yang lengkap dengan rasa, karsa dan karya. Oleh karena itu mereka juga sering terdorong rasa kemanusiaannya dan menerapkan etika bisnis yang baik dan jujur. Sebagai contoh adalah penerapan open management, hubungan industrial Pancasila, pengendalian mutu terpadu dan gugus kendali mutu yang merupakan penerapan manajemen yang berorientasi kemanusiaan.

Problem-problem social seperti kebersihan kota, kesehatan lingkungan, pelestarian alam dan sebagainya mendorong para bisnismen untuk melakukan kegiatan bisnisnya seiring dengan terciptanya kondisi tersebut. Adapaun masalah-masalah social yang mendorong suatu bisnis melaksana-

kan tanggung jawab sosialnya dapat diklasifikasikan menjadi 4 macam yaitu:

1. Penerapan Manajemen Orientasi Kemanusiaan

Penerapan manajemen orientasi kemanusiaan akan menimbulkan hubungan yang selaras dan seimbang diantara para karyawan dalam perusahaan maupun antar perusahaan dengan pihak lain di luar perusahaan.

Adapun secara terinci manfaat tersebut dapat berupa sebagai berikut:

- a. Moral kerja karyawan akan meningkat dan kemudian akan mendorong semangat kerja sehingga produktifitas kerja pun akan meningkat pula
- b. Partisipasi bawahan akan muncul dan menimbulkan rasa memiliki dari para bawahan sehingga akan tercipta manajemen partisipatif
- c. Hubungan kerja yang baik dan menyenangkan akan membawa kenyamanan kerja sehingga absensi karyawan akan berkurang
- d. Rasa percaya diri karyawan akan terbentuk dan akan meningkatkan kualitas produksi
- e. Kepercayaan masyarakat dan konsumen akan meningkat dan hal ini merupakan modal dasar bagi perkembangan selanjutnya dari perusahaan yang bersangkutan. Kepercayaan konsumen akan tercermin lewat "*brand loyalty*" atau dengan istilah lain perusahaan memperoleh "*patronage motive*" dari para pembelinya yaitu citra atau nama baik oleh konsumen kepada produsen.

2. Ekologi dan gerakan pelestarian lingkungan

Ekologi yang mempelajari keseimbangan antara manusia dengan lingkungan alam menjadi perhatian semua pihak dewasa ini.

3. Penghematan energi

Masalah energi telah merupakan tantangan social maupun tantangan bisnis di masa depan. Dimana terdapat

permasalahan energy jangka pendek yang menyangkut penghematan pemakaian energy serta konservasi sumber daya alam tersebut agar dapat bertahan lebih lama. Sedangkan penanganan permasalahan energy jangka panjang meliputi 2 hal yakni penciptaan sumber energy alternative/pengganti dan koordinasi antara tujuan-tujuan social dengan bertambahnya kebutuhan energy.

4. **Partisipasi pembangunan bangsa**

Kesadaran masyarakat bisnis terhadap suksesnya pembangunan bangsa sangat diperlukan seperti penerapan teknologi padat karya yang banyak menyerap tenaga kerja.

H. **BENTUK-BENTUK TANGGUNG JAWAB SOSIAL SUATU BISNIS**

Beberapa bentuk pelaksanaan tanggung jawab social suatu bisnis yang dapat dilakukan oleh beberapa perusahaan seperti:

1. Pelaksanaan hubungan industrial Pancasila (HIP)
2. Analisa mengenai dampak lingkungan (AMDAL)
3. Penerapan prinsip kesehatan dan keselamatan kerja (K3)
4. Perkebunan inti rakyat (PIR)
5. System bapak angkat- anak angkat

1. **ETIKA BISNIS**

Etika bisnis merupakan penerapan tanggung jawab social suatu bisnis yang timbul dari dalam perusahaan itu sendiri. Bisnis selalu berhubungan dengan masalah-masalah etis dalam melakukan kegiatannya sehari-hari. Hal ini dapat dipandang sebagai etika pergaulan bisnis:

1. **Hubungan antara bisnis dengan konsumen**

Hubungan antara bisnis dengan konsumen adalah hubungan yang paling banyak dilakukan sehingga setiap entitas bisnis wajib menjaga etika pergaulannya, misalnya:

- a. Kemasan yang berbeda-beda membuat konsumen sulit untuk membedakan atau mengadakan perbandingan harga terhadap produknya
- b. Bungkus/ kemasan membuat konsumen tidak dapat mengetahui isi di dalamnya sehingga perusahaan perlu memberikan kejelasan tentang isi serta kandungan zat yang terdapat dalam produk itu
- c. Promosi terutama iklan merupakan gangguan etis yang paling utama. Sehingga TVRI melarang ditayangkannya iklan dalam siarannya sejak awal 1980 an
- d. Pemberian servis terutama garansi adalah tindakan yang sangat etis bagi suatu bisnis.

2. Hubungan dengan karyawan

Manajer yang selalu berpandangan memajukan bisnisnya seringkali harus berurusan dengan etika pergaulan dengan karyawannya. Pergaulan bisnis dengan karyawan meliputi beberapa hal yaitu:

- a. **Penarikan (*recruitment*)**. Dalam melakukan penarikan tenaga kerja harus adanya penerimaan yang jujur, transparan sesuai dengan hasil seleksi yang telah dilakukan
- b. **Latihan (*training*)**. Dalam melakukan training, tenaga kerja yang diberikan kesempatan untuk training hendaknya adalah yang sesuai dengan kebutuhan organisasi dan bermanfaat bagi perusahaan
- c. **Promosi (*promotion*)**. Promosi diberikan bagi karyawan yang berkontribusi besar pada perusahaan, potensial, serta mempunyai abilitas yang paling besar.
- d. **PHK (*separation*)**. Masalah PHK perlu mendapatkan perhatian ekstra dari para manajer karena tidak saja menyangkut masalah etika tetapi juga masalah kemanusiaan. Karyawan yang di PHK tidak saja kehilangan

mata pencahariaan tetapi juga masalah status dan kehormatan dalam masyarakat.

3. Hubungan antar bisnis

Hubungan ini merupakan hubungan antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lain. Hal ini bias terjadi hubungan antara perusahaan dengan pesaing, dengan penyalur, dengan grosirnya, dengan pengecernya, agen tunggalnya maupun dengan pengecernya.

4. Hubungan dengan investor

Perusahaan yang merupakan perusahaan yang go public perlu menjaga pemberian informasi yang baik dan jujur kepada para investor ataupun calon investor sehingga terciptanya hubungan yang baik dan menjaga tingkat kepercayaan.

5. Hubungan dengan lembaga keuangan

Hubungan ini merupakan hubungan yang bersifat financial yang berkaitan dengan penyusunan laporan keuangan, neraca dan laporan rugi laba. Laporan tersebut harus di susun dengan baik dan benar sehingga tidak terjadi kecenderungan ke arah penggelapan.

Latihan Soal:

1. Jelaskan apakah yang dimaksud dengan bisnis!
2. Jelaskan berbisnis dalam era globalisasi serta faktor-faktor yang menghambat!
3. Jelaskan tujuan melakukan bisnis!
4. Jelaskan tanggung jawab social suatu bisnis serta sebutkan bentuk-bentuk tanggung jawab tersebut!

Bacaan Lanjutan:

Lim, G., Gomez, E. T., & Wong, C. Y. (2021). Evolving State-Business Relations in an Age of Globalisation: An Introduction. *Journal of Contemporary Asia*, 1-16.

Wernaart, B. (2021). *International Law and Business: A global introduction*. Routledge.

Diebold, F. X., & Rudebusch, G. D. (2021). *Business cycles*. Princeton University Press.

Renganathan, V. (2021). *Business Intelligence: An overview*.

Wijoyo, H., Sunarsi, D., Cahyono, Y., & Ariyanto, A. (2021). *Pengantar Bisnis*. Insan Cendekia Mandiri.



**SALINAN DIGITAL
FOR RESTRICTED USES ONLY**

BAB II

TEMPAT KEDUDUKAN DAN LETAK PERUSAHAAN

Tujuan:

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan;

1. Mengetahui pengertian tempat kedudukan perusahaan
2. Mengetahui pengertian letak perusahaan
3. Mengetahui jenis-jenis letak perusahaan
4. Mengetahui keuntungan dan kelemahan dari tempat kedudukan perusahaan

Sasaran:

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan;

1. Dapat menjelaskan tempat kedudukan perusahaan
2. Dapat menjelaskan letak perusahaan yang baik
3. Dapat menjelaskan jenis-jenis letak perusahaan yang baik
4. Dapat menjelaskan keuntungan dan kelemahan tempat kedudukan perusahaan

A. PENDAHULUAN

Tempat dan letak perusahaan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dimana dapat menjamin tercapainya tujuan perusahaan. Pemilihan letak dan tempat perusahaan

yang tepat akan memberikan bantuan sangat berharga baik dalam kaitannya dengan kemudahan-kemudahan yang diberikan maupun efisiensi biaya produksi. Maka, letak dan tempat kedudukan harus diputuskan secara hati-hati atas dasar fakta yang lengkap, ditinjau dari dua aspek yaitu aspek ekonomis dan aspek teknis.

Selain pertimbangan yang dilakukan terhadap kebutuhan pada saat pendirian, pemilihan letak dan tempat kedudukan perusahaan juga harus mempertimbangkan fleksibilitasnya terhadap kemungkinan-kemungkinan rencana masa depan dalam hal perluasan pabrik, diversifikasi produk, diversifikasi produksi, daerah pemasaran hasil produksi, perubahan dan perluasan bahan baku dan sebagainya.

B. TEMPAT KEDUDUKAN PERUSAHAAN

Tempat kedudukan perusahaan adalah alamat kantor pusat perusahaan tersebut. Tempat kedudukan perusahaan pada umumnya dapat dipengaruhi oleh faktor kelancaran hubungan dengan lembaga-lembaga lain misalnya lembaga pemerintah, lembaga keuangan, pelanggan dan sebagainya.

C. LETAK PERUSAHAAN

Letak perusahaan adalah tempat perusahaan melakukan kegiatan fisik/pabrik. Letak perusahaan dipengaruhi factor ekonomi dan merupakan salah satu factor penting yang menunjang efisiensi perusahaan terutama dalam kaitannya dengan biaya. Factor-faktor yang mempengaruhi biaya adalah:

1. Harga bahan mentah/bahan baku
2. Tingkat upah buruh
3. Pasar
4. Tanah
5. Pajak
6. Tingkat bunga
7. Biaya alat produksi tahan lama

8. Biaya atas jasa pihak ketiga
9. Dampak lingkungan

D. JENIS-JENIS LETAK PERUSAHAAN

Letak perusahaan dapat dibedakan menjadi empat, yaitu:

1. Terikat keadaan alam

Letak perusahaan yang terikat pada alam pada umumnya karena ketersediaan dan kemudahan bahan baku. Perusahaan yang berkaitan dengan bahan-bahan tambang pada umumnya terletak di daerah factor produksi alamnya, seperti perusahaan timah, emas, minyak bumi, dan sebagainya. Sebagai contoh perusahaan pertambangan timah di Indonesia memilih letak perusahaannya di Pulau Bangka.

2. Terikat sejarah

Dalam hal terikat sejarah dapat dikatakan dimana perusahaan melakukan aktivitasnya di suatu daerah tertentu karena alasan yang hanya dapat dijelaskan berdasarkan sejarah. Sebagai contoh, perusahaan produksi batik banyak didirikan di Yogyakarta karena pada awalnya pembuatan batik dikerjakan oleh para wanita keratin untuk mengisi waktu senggangnya. Seni kerajinan pembuatan batik ini kemudian menyebar luas kesekitarnya dan pada umumnya dikerjakan masyarakat untuk mengisi waktu karena tidak ada pekerjaan di sawah.

Dalam perkembangannya kegiatan ini dikelola dalam perusahaan di daerah Yogyakarta dengan pertimbangan bahwa di daerah tersebut tersedia banyak tenaga kerja yang handal di bidang pematikan, selain itu harus disertai dengan dukungan budaya yang kuat dari masyarakat sekitarnya.

3. Terikat oleh pemerintah

Dalam hal ini perusahaan ditentukan pemerintah atas dasar pertimbangan keamanan, politik, kesehatan, dan se-

bagainya. Sebagai contoh, letak perusahaan bahan kimia yang berbahaya ditentukan di lokasi yang agak terisolir dari masyarakat sekitarnya dengan harapan limbah yang dihasilkan perusahaan tersebut tidak mengganggu masyarakat atau jika terjadi sesuatu yang tidak diharapkan dampaknya dapat ditekan serendah mungkin.

4. Dipengaruhi oleh factor-faktor ekonomi

Factor-faktor yang berpengaruh penting dalam kaitannya dengan pemilihan letak perusahaan yang bersifat industry adalah kedekatan dan ketersediaan bahan mentah, ketersediaan tenaga air, ketersediaan tenaga kerja, ketersediaan modal, kemudahan transportasi serta kedekatan pasar dan kesesuaian iklim.

Ketersediaan dalam bahan mentah memungkinkan kesinambungan dari aktivitas perusahaan, karena tanpa bahan baku perusahaan tidak mungkin bekerja.

Ketersediaan dalam tenaga air merupakan salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan perusahaan dalam mendukung kelancaran aktivitasnya disamping dapat berfungsi sebagai pembangkit tenaga listrik yang sangat dibutuhkan perusahaan. Ketersediaan tenaga kerja yang melimpah dan murah merupakan faktor pendukung faktor produksi variable. Semakin murah tenaga kerja yang tersedia semakin rendah biaya produksi persatuan output yang dihasilkan perusahaan. Bila kelimpahan tenaga kerja diimbangi keahlian yang memadai perusahaan akan semakin mampu bersaing baik dalam hal harga maupun kualitas produk yang dihasilkan.

Ketersediaan modal sangat mendukung berkembangnya investasi. Perusahaan yang membutuhkan dukungan modal besar untuk perkembangannya akan sangat memperhitungkan penawaran modal dengan bunga rendah. Transportasi berpengaruh besar dalam pendistribusian produk. Kelancaran transportasi juga menjamin kelancaran pasokan bahan baku

ke lokasi perusahaan. Kedekatan pasar merupakan factor yang makin memudahkan terserapnya produk yang dihasilkan perusahaan.

Kesesuaian iklim tidak hanya berpengaruh pada kesinambungan produksi, tetapi juga berhubungan erat dengan kesehatan tenaga kerja perusahaan. Disamping itu perlu dipertimbangkan pengaruh iklim terhadap ketahanan barang-barang modal karena terkait dengan biaya penyusutan barang-barang modal yang pada akhirnya akan mempengaruhi biaya produksi.

Latihan soal:

1. Jelaskan letak perusahaan dan kedudukan perusahaan!
2. Faktor-faktor apa sajakah yang dijadikan acuan dalam menentukan letak dan kedudukan perusahaan?
3. Letak perusahaan dipengaruhi oleh faktor ekonomi. Bagaimanakah suatu perusahaan memandang tantangan ini sebagai investasi yang menguntungkan dalam usaha perusahaan memperluas usahanya? Jelaskan!



Bacaan Lanjutan:

Lim, G., Gomez, E. T., & Wong, C. Y. (2021). Evolving State-Business Relations in an Age of Globalisation: An Introduction. *Journal of Contemporary Asia*, 1-16.

Wernaart, B. (2021). *International Law and Business: A global introduction*. Routledge.

Diebold, F. X., & Rudebusch, G. D. (2021). *Business cycles*. Princeton University Press.

Renganathan, V. (2021). *Business Intelligence: An overview*.

Wijoyo, H., Sunarsi, D., Cahyono, Y., & Ariyanto, A. (2021). *Pengantar Bisnis*. Insan Cendekia Mandiri.



**SALINAN DIGITAL
FOR RESTRICTED USES ONLY**

BAB III

JENIS-JENIS PERUSAHAAN

Tujuan:

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan;

1. Mengetahui pengertian jenis-jenis perusahaan menurut teknis ekonomis
2. Mengetahui pengertian jenis-jenis perusahaan menurut kedudukan yuridis
3. Mengetahui macam-macam penggabungan perusahaan

Sasaran:

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan;

1. Dapat menjelaskan perusahaan berdasarkan teknis ekonomis
2. Dapat menjelaskan perusahaan berdasarkan kedudukan yuridis
3. Dapat menjelaskan penggabungan perusahaan

A. JENIS PERUSAHAAN MENURUT TEKNIS EKONOMIS

Penggolongan perusahaan secara teknis ekonomis adalah menggolongkan perusahaan menurut *Utility* yang diciptakan dan menurut proses produksinya. Penggolongan

menurut teknis ekonomis, berdasarkan atas kriteria *Utility* yang diciptakannya, dapat dikelompokkan dalam;

1. **Perusahaan yang menciptakan ‘Elementary Utility’ yaitu:**
 - a. Perusahaan Ekstratif
 - b. Perusahaan Agraris
2. **Perusahaan yang menciptakan ‘Form Utility’ yaitu:** Perusahaan kerajinan, perusahaan industri atau manufaktur. Perusahaan yang mengubah bahan asli menjadi bahan jadi sehingga menjadi lebih berguna.
3. **Perusahaan yang menciptakan ‘Place Utility’ yaitu:** Perusahaan yang menciptakan barang/jasa menjadi lebih berguna karena berpindah tempat. Contoh: perusahaan angkutan.
4. **Perusahaan yang menciptakan ‘Time Utility’ yaitu:** Perusahaan yang menciptakan barang/ jasa menjadi berguna karena waktu. Contoh: gudang
5. **Perusahaan yang menciptakan ‘Posession Utility’ yaitu:** Perusahaan yang memanfaatkan kegunaan pemilikan. Contoh: makelar

Penggolongan Perusahaan menurut cara atau proses produksinya dapat dibedakan:

1. **Analytical yaitu:** Perusahaan yang proses produksinya mengurai bahan mentah untuk dipisah-pisahkan unsurnya menjadi bahan jadi. Contoh: pengolahan minyak.
2. **Syntectical yaitu:** Perusahaan yang proses produksinya mempersenyawakan atau mempersatukan unsur-unsur atau bahan-bahan yang ada menjadi suatu bentuk barang baru sebagai barang jadi. Contoh: pabrik roti, sabun.
3. **Fabrication yaitu:** Perusahaan yang proses produksinya mempersatukan dan menghubungkan bagian-bagian/ onderdil-onderdil menjadi satu bentuk satuan sebagai barang jadi. Contoh: perakitan mobil.

4. **Integrated yaitu:** Perusahaan yang di dalamnya terdapat proses produksinya dengan cara-cara kombinasi dari hal yang tersebut no 1,2, dan 3. Contoh: semen
5. **Construction yaitu:** Perusahaan yang membuat bangunan, jembatan, dam dan yang sejenisnya yang pembuatannya tergantung pada tempat. Jadi berpindah-pindah menurut tempat dimana produknya akan diletakkan. Contoh: jembatan, rumah (*property*).

B. JENIS PERUSAHAAN MENURUT KEDUDUKAN YURIDIS

Dalam pemilihan perusahaan dapatlah dipilih salah satu dari bentuk-bentuk hukum yang sesuatu dengan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh perusahaan yang bersangkutan. Pemilihan bentuk perusahaan harus diputuskan pada saat permulaan dalam kegiatan perusahaan.

Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam memilih bentuk perusahaan antara lain:

1. Jumlah modal yang dimiliki dan kemungkinan penambahan modal yang diperlukan.
2. Rencana pembagian laba (*Income Distribution*)
3. Resiko yang dapat ditanggung (*Risk Taking*)
4. Rencana penentuan tanggung jawab (*Sharing the Control*).

Sebagai contoh, diinginkan suatu bentuk perusahaan dimana seluruh laba dapat menjadi miliknya dan tidak ada pengawasan pihak lain, maka lebih tepat memakai bentuk usaha perseorangan.

Dilihat dari sudut yuridis Ekonomi terdapat beberapa bentuk sebagai berikut:

1. **Perusahaan Perseorangan**

Yaitu perusahaan yang didirikan oleh seseorang, modal yang dimiliki satu orang dan bertanggung jawab penuh atas hak dan kewajiban perusahaan.

Bentuk perusahaan perseorangan ini merupakan bentuk yang tertua dan mungkin yang terbanyak yang terdapat dalam masyarakat.

Kebaikan-kebaikannya:

- a. Pendiriannya mudah/sederhana tanpa formalitas yang berbelit-belit.
- b. Ada *Centralized Control* artinya: dipusatkan 1 orang saja (pemilikannya).
- c. *Free Initiative*: ada kebebasan bergerak dan berprakarsa tak perlu berembuk dengan orang lain.
- d. *Quick Decision*, cepat dalam pengambilan keputusan.
- e. Rahasia terjamin.
- f. Semua keuntungan milik sendiri.

Keburukannya:

- a. Kemampuan permodalan dan tenaga kerja untuk memimpin terbatas.
- b. Kelestarian perusahaan kurang terjamin.
- c. Tanggung jawab dipikul sendiri (*Unlimited Liability*).
- d. Kemampuan berkembang terbatas.

2. **Bentuk-Bentuk Partnership**

Perusahaan yang didirikan, modalnya berasal dari dua orang atau lebih yang masing-masing bertanggung jawab atas hutang perusahaan.

a. **Maatschaap (Perserikatan Perdata)**

Merupakan bentuk kerjasama yang paling sederhana dalam hubungan pribadi dalam membentuk kerjasama dalam mencari keuntungan. Persamaan mereka adalah sama dalam tujuan yaitu ingin mendapatkan keuntungan ekonomis, kebersamaannya ditandai dengan adanya pemasukan (*inbreng*). *Inbreng* (pemasukan) bisa berupa: uang keahlian penggunaan barang, tenaga. Pembubaran *Maatschaap*:

- 1) Kesepakatan anggota
- 2) Meninggalnya salah satu anggota

b. **Firma**

Suatu persekutuan untuk menjalankan usaha antara dua orang atau lebih dengan nama bersama atau satu nama digunakan bersama. Dalam firma semua anggota bertanggung-jawab sepenuhnya baik sendiri-sendiri maupun bersama terhadap hutang-hutang perusahaan kepada pihak lain. Bila perusahaan mengalami kerugian akan ditanggung bersama kalau perlu dengan seluruh kekayaan pribadi mereka.

Cara pendiriannya harus dibuat dalam stau akte notaris/ akte resmi yang memuat antara lain:

- 1) Nama perusahaan
- 2) Besarnya modal tiap sekutu.

Kebaikan Firma:

- 1) Jumlah modalnya lebih besar sehingga lebih mudah untuk memperluas usahanya.
- 2) Prosedur pendirian relative mudah
- 3) Resiko yang ditanggung terbagi (tak ditanggung sendiri)
- 4) Kelestarian perusahaan lebih terjamin.
- 5) Keputusan bersama dengan pertimbangan seluruh anggota firma sehingga keputusan-keputusan menjadi lebih baik

Keburukan Firma:

- 1) Tanggung jawab pemilik tak terbatas.
- 2) Penanaman modal beku karena sudah terikat dengan perjanjian.
- 3) Kerugian salah satu anggota firma ditanggung pihak yang lain.

Pembubaran Firma:

- 1) Kematian atau pailitnya salah satu anggota
- 2) Masa persekutuan berakhir
- 3) Seseorang menarik diri.

c. Persekutuan Komanditor (*Commanditer Vennootschap*)

Yaitu persekutuan yang anggota-anggotanya terdiri atas yang aktif mengurus perusahaan dan sekutu-sekutu yang turut mengurus perusahaan.

Sekutu yang tidak aktif disebut sekutu Komanditer. Sekutu ini hanya menyerahkan sejumlah modal saja. Pendirian persekutuan *Comanditaire* dengan akte resmi didepan notaris dan didaftarkan di kantor Pengadilan Negeri Setempat. Keanggotaan dalam CV (sekutu-sekutu dalam CV):

- 1) **General Partner (sekutu pimpinan):** Anggota yang aktif dan duduk sebagai pengurus dalam CV. Biasanya modal yang disetorkan lebih besar dari anggota yang lain.
- 2) **Sekutu Terbatas:** Anggota yang bertanggung jawab terbatas terhadap hutang perusahaan sebesar modal yang disetorkan dan mereka tidak aktif dalam CV.
- 3) **Sekutu Diam (*Silent Partner*):** Sekutu ini tidak aktif dalam perusahaan tetapi diketahui oleh umum bahwa mereka anggota CV.

- 4) **Sekutu Rahasia (*Secret Partner*):** Sekutu yang aktif dalam proses manajemen tetapi tidak diketahui oleh umum.
- 5) **Sekutu Senior & Yuniior (*Senior & Junior Partner*):** Keanggotaan yang didasarkan pada lamanya investasi/ lamanya bekerja dalam CV.

Kebaikan-kebaikan CV:

- 1) Modal yang dikumpulkan lebih besar
- 2) Kemampuan manajemennya lebih besar
- 3) Bagi sekutu diam bertanggung jawab terbatas hanya sebesar modal yang disetor.

Keburukannya:

- 1) Bagi sekutu diam tak boleh campur tangan dalam ke-pengurusan
- 2) Sulit menarik kembali modal yang disetor terutama bagi sekutu pimpinan

d. Perseroan Terbatas (PT)

Persekutuan untuk menjalankan perusahaan dimana modal yang diperoleh dengan mengeluarkan saham/ sero. Para pemegang saham (persero) mempunyai tanggung jawab yang terbatas terhadap hutang-hutang perusahaan sebesar modal yang disertakan. PT ini, merupakan suatu badan hukum karena memiliki kekayaan sendiri yang terpisah dari kekayaan pribadi masing-masing pemegang saham. Kepada persero hanya dibayarkan deviden bila PT mendapat laba. Didalam pendirian PT diperlukan akte notaris dan harus dipenuhi syarat-syarat baik syarat *Financial* maupun syarat yuridis yang ditentukan negara.

- 1) **Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS):** Adalah rapat dari pemegang saham, ini merupakan kekuasaan tertinggi dalam PT. RUPS biasanya diadakan paling sedikit

sekali dalam setahun dan selambat-lambatnya 6 bulan sesudah tahun buku yang bersangkutan. Apabila seorang pemegang saham tidak dapat hadir dalam rapat umum, ia dapat menyertakan hak suaranya kepada orang lain. Cara demikian disebut *proxy*.

- 2) **Komisaris.** Biasanya dalam RUPS, para persero menyerahkan tugas kepada komisaris untuk mengawasi segala tindakan direksi agar tidak merugikan perusahaan. Selain itu juga berhak memberhentikan direksi jika tindakannya merugikan.
- 3) **Dewan Direksi.** Dewan ini dipilih dan diangkat oleh RUPS untuk jangka waktu tertentu. Kebanyakan dewan direksi ini dipegang oleh para persero sendiri terutama pendiri PT.

Adapun tugas-tugasnya:

- 1) Mengurus harta perusahaan
- 2) Mengemudikan usaha-usaha perusahaan
- 3) Mewakili perseoran didalam dan diluar pengadilan

Kebaikan PT:

- 1) Tanggung jawab terbatas dari para pemegang saham terhadap hutang-hutang perusahaan.
- 2) Kontinuitas perusahaan sebagai badan hukum lebih terjamin.
- 3) Mudah untuk memindahkan hak pemilik dengan menjual saham kepada orang lain.
- 4) Manajemen dan spesialisasinya memungkinkan pengelola sumber-sumber modal itu secara efisien.

Keburukan PT:

- 1) Pendiriannya lebih sulit.
- 2) Ongkos pendirian relatif tinggi.

- 3) Rahasia perusahaan kurang terjamin, sebab segala aktifitas harus dilaporkan pada persero terutama yang menyangkut laba.

Macam-macam PT:

- 1) **PT Tertutup.** PT yang saham-sahamnya hanya dimiliki oleh orang-orang tertentu. Tidak setiap orang dapat ikut serta dalam modalnya. Sahamnya biasanya saham atas nama agar tidak mudah dipindah tangankan.
- 2) **PT Terbuka.** PT yang saham-sahamnya boleh dimiliki oleh setiap orang. Biasanya sahamnya bukan saham atas nama namun saham atas tunjuk.
- 3) **PT Kosong.** PT yang sudah tak menjalankan usahanya lagi, tinggal namanya saja. Karena masih terdaftar, PT ini bisa dijual untuk diusahakan lagi.
- 4) **PT Asing.** PT yang didirikan di luar negeri menurut hukum yang berlaku disana dan berkedudukan disana. Menurut pasal 3 UU PMA: perusahaan asing yang melakukan investasi di Indonesia harus berbentuk PT didirikan dan berlokasi di Indonesia. Sesuai hukum yang berlaku di Indonesia.

e. Perusahaan Negara (Persero)

PT (Persero) merupakan salah satu perusahaan milik negara yang kemudian diadakan penambahan modal yang ditawarkan kepada pihak swasta. Pada nama perusahaan, PT semacam ini biasanya diberi tanda kurung persero dibelakangnya. Tujuan persero: mencari keuntungan maksimum yang menggunakan faktor-faktor produksi yang ada secara efisien.

Dasar hukum yang menciptakan terbentuknya perusahaan Negara menjadi Persero adalah:

- 1) Instruksi Presiden RI No. 17 tanggal 28 Desember 1967
- 2) Perpu No. 1 tahun 1969
- 3) PP RI No. 12 tahun 1969

Ciri-ciri persero:

- 1) Tidak memiliki fasilitas-fasilitas negara
- 2) Pimpinan dipegang direksi
- 3) Status hukum sebagai hukum perdata berbentuk PT
- 4) Profit motif

f. **Perusahaan Negara Umum (Perum)**

Perusahaan bertujuan mencari keuntungan tetapi tak mengabaikan kesejahteraan masyarakat.

Bidang-bidang usaha yang dilakukan: jasa-jasa vital (*public utilities*). Walaupun seluruh modal dimiliki pemerintah namun tidak menutup kemungkinan kepada pihak swasta untuk menanamkan modalnya pada bidang yang sama.

g. **Perusahaan Negara Jawatan (Parjan)**

Kegiatan utama ditujukan untuk kesejahteraan umum (*Public Service*) dengan memperhatikan segi efisiensinya karyawan pegawai negeri.

h. **Perusahaan Daerah (PD)**

Perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh pemerintah daerah. Perusahaan Daerah bertujuan mencari keuntungan yang nantinya digunakan untuk pembangunan daerah.

i. **Koperasi**

Menurut UU no.25 tahun 1992, koperasi adalah suatu bentuk badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi yang melandaskan kegiatannya pada

prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.

Tujuan koperasi adalah meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, makmur dan berlandaskan Pancasila dan UUD 1945.

Prinsip koperasi:

- 1) Keanggotaan bersifat sukarela
- 2) Pengelolaan dilakukan secara demokratis
- 3) Pembagian SHU dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa masing-masing anggota
- 4) Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal
- 5) Kemandirian

Dibanding dengan bentuk badan usaha yang lain, koperasi mempunyai ciri tersendiri seperti:

- 1) Lebih mementingkan keanggotaan dan sifat persamaan
- 2) Anggotanya bebas keluar masuk
- 3) Dilaksanakan untuk kesejahteraan anggota
- 4) Didirikan secara tertulis dengan akte pendirian dari notaries
- 5) Tanggung jawab kelancaran koperasi berada di tangan pengurus
- 6) Para anggota koperasi turut bertanggung jawab atas hutang-hutang koperasi dan pihak lain
- 7) Kekuasaan tertinggi di dalam rapat anggota

Pengelompokan koperasi:

- 1) Koperasi produksi
- 2) Koperasi konsumsi
- 3) Koperasi simpan pinjam
- 4) Koperasi serba usaha

Menurut luas wilayahnya koperasi di Indonesia dapat dikelompokkan menjadi 4 yaitu:

- a. Primer koperasi
- b. Pusat koperasi
- c. Gabungan koperasi
- d. Induk koperasi

C. MACAM PENGGABUNGAN PERUSAHAAN

Di berbagai negara maju telah terjadi bentuk kerjasama antara dua atau lebih perusahaan, dengan berbagai macam sebutan. Bentuk penggabungan/kerja sama atau peleburan disebut *Combination*. Ada 3 jenis *Combination*:

1. ***Combination*** yang tidak mengakibatkan meleburnya operasi
 - a. ***Gentlement Agreement*** yaitu: Persetujuan antara perusahaan-perusahaan untuk membagi daerah pemasaran, harga atau lainnya dengan maksud untuk menghindari persaingan.
 - b. ***Pools*** yaitu: Adanya persetujuan harga, persetujuan daerah pemasaran. Bentuk kerjasama yang lebih formal dari perusahaan yang sebenarnya bersaing.
 - c. ***Communities Of Interest*** yaitu: Penggabungan perusahaan karena mempunyai kepentingan yang sama oleh orang-orang yang berpengaruh (punya saham mayoritas atau hubungan keluarga).
 - d. ***Interlocking Directorates*** yaitu: Orang yang menjabat manager pada berbagai perusahaan.
 - e. ***Purchase dan Sales Contracts*** yaitu: Disini terjadi kontrak antara pembeli dan penjual dalam waktu tertentu.

2. **Combination yang mengakibatkan penguasaan terhadap unit-unit perusahaan yang berdiri sendiri tetapi terkoordinasikan**
 - a. **Trust.** Bentuk kerjasama dengan menggabungkan beberapa perusahaan menjadi satu sehingga gabungan dari perusahaan-perusahaan tersebut merupakan sebuah perusahaan yang besar. *Trust* dapat mengeluarkan saham dan obligasi. Masing-masing anggota dan pengusaha disebut *trustees* mempunyai tanggung jawab terbatas sebesar modal yang ditanamkan. *Trust* ada 2 macam:
 - A. **Business Trust:** Beberapa perusahaan yang kekayaannya diserahkan kepada “*Board of Trustees*”.
 - B. **Voting Trust:** Pengalihan voting (hak suara) tetapi pengurusan saham tetap pada pemegang semula.
 - b. **Holding Company.** Suatu perusahaan yang kondisi keuangannya kuat dan dapat memiliki perusahaan lain dengan cara membeli saham-sahamnya. Jadi dapat dikatakan bahwa disini terjadi pengambil alihan kekayaan maupun kekuasaan dari perusahaan.
3. **Combination yang mengakibatkan peleburan operasi/ kegiatan, dibagi 2 macam:**
 - a. Yang tidak mengakibatkan fusi antara perusahaan-perusahaan yaitu “*The Lease*”.
 - b. Yang mengakibatkan fusi secara langsung dan menghilangkan identitas satu atau lebih perusahaan yang telah berdiri. Macamnya:
 - 1) **Merger:** dua perseroan berfusi, dengan salah satu tetap hidup dengan nama perseroannya dan yang satunya lenyap dengan segala nama dan kekayaannya ke dalam perseroan yang masih hidup.

- 2) **Amalgamasi/ Consolidasi:** apabila fusi antara kedua perseroan dan dua-duanya kehilangan identitasnya dan menjadi suatu perseroan yang baru didirikan dengan seluruh kekayaannya.

Merger dapat terjadi dalam 3 jenis:

1. *Merger vertical*
2. *Merger horizontal*
3. *Conglomerate*

Dikatakan *Merger horizontal* bila merger itu dilakukan oleh perusahaan yang sejenis (sama usahanya). Dikatakan *Merger vertical* bila merger dilakukan antara perusahaan-perusahaan yang bersangkutan seperti dalam urutan proses produksinya.

Dikatakan *Conglomerate* bila merger antara berbagai perusahaan yang menghasilkan berbagai jenis produk yang berbeda-beda dan tidak ada kaitannya.

4. *Joint Venture*

Merupakan bentuk kerja sama antara beberapa perusahaan yang berasal dari beberapa negara menjadi satu perusahaan untuk mencapai konsentrasi kekuatan ekonomi yang lebih padat. Ciri-ciri *Joint Venture* .:

- a. Merupakan perusahaan baru yang secara bersama-sama didirikan oleh beberapa perusahaan lain.
- b. Kekuasaan dan hak suara dalam *Joint Venture*. Didasarkan banyaknya saham yang ditanam oleh masing-masing pendiri.

Menurut Undang-Undang nomor 1 Tahun 1967 perusahaan *Joint Venture*. harus memiliki bentuk hukum PT. Di Indonesia *Joint Venture*. dikenal sebagai bentuk kerja sama perusahaan domestik dengan perusahaan asing. Pemerintah

berwewenang untuk mengetahui dan menyetujui perjanjian-perjanjian umum dan khusus antara pihak-pihak yang ber-*Joint Venture*.

5. *Joint Stock Company*

Perserikatan sukarela untuk mengadakan usaha yang berdasarkan atas undang-undang.

- a. Modal berupa saham-saham yang bisa dialihkan
- b. Laba berdasarkan jumlah saham yang dimiliki
- c. *Joint Stock Company* tidak akan bebas hanya karena meninggalnya seseorang atau lebih dari pemegang saham.

6. *Multinational Company (MNC)*

Perusahaan yang menanam modalnya diluar negeri sedang manajemennya masih diatur secara langsung dari negara induknya. Motif *MNC*:

- a. Lebih efisien dengan memproduksi ditempat pemasaran langsung dibanding di negara induknya.
- b. Persaingan dengan produk-produk sejenis dari barang-barang yang sama-sama import.
- c. Diversifikasi produk (penganekaragaman produk).

Latihan Soal:

1. Buatlah resume tentang perusahaan perseorangan, firma, CV, PT, Koperasi dan bentuk-bentuk badan usaha yang lain dengan berisi:
 - a. Pengertian masing-masing
 - b. Proses dan syarat pendirian
 - c. Keberlanjutan dari pemilihan bentuk badan usaha tersebut

Bacaan Lanjutan:

Lim, G., Gomez, E. T., & Wong, C. Y. (2021). Evolving State-Business Relations in an Age of Globalisation: An Introduction. *Journal of Contemporary Asia*, 1-16.

Wernaart, B. (2021). *International Law and Business: A global introduction*. Routledge.

Diebold, F. X., & Rudebusch, G. D. (2021). *Business cycles*. Princeton University Press.

Renganathan, V. (2021). *Business Intelligence: An overview*.

Wijoyo, H., Sunarsi, D., Cahyono, Y., & Ariyanto, A. (2021). *Pengantar Bisnis*. Insan Cendekia Mandiri.



**SALINAN DIGITAL
FOR RESTRICTED USES ONLY**

BAB IV MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

Tujuan:

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan dapat:

1. Mengetahui pengertian dan tujuan manajemen SDM
2. Mengetahui fungsi operasional manajemen SDM
3. Mengetahui pengertian motivasi dan kepemimpinan
4. Mengetahui beda manajemen dengan kepemimpinan
5. Mengetahui tentang gaya-gaya kepemimpinan
6. Mengetahui cara meningkatkan motivasi dan moral

Sasaran:

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan

1. Dapat memahami dan menjelaskan pengertian dan tujuan MSDM
2. Dapat menjelaskan fungsi operasional MSDM
3. Dapat menjelaskan motivasi dan kepemimpinan
4. Dapat menjelaskan perbedaan manajemen dengan kepemimpinan
5. Dapat menjelaskan gaya-gaya kepemimpinan dalam organisasi
6. Dapat menjelaskan cara-cara meningkatkan motivasi dan moral karyawan

A. PENGERTIAN

Telah disinggung pada pertemuan yang lalu mengenai pengertian manajemen yaitu suatu seni dan ilmu yang ditujukan untuk merencanakan mengorganisasikan, mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan sehingga akhirnya perusahaan dapat mencapai suatu tujuan tertentu atau secara ringkasi yaitu bagaimana pimpinan dapat mencapai tujuan perusahaan melalui semua sumber yang dimiliki. Sedangkan sumber daya yang dimiliki meliputi 5 M yaitu: *Man, Money, Machine, Market, and Method*.

Jadi jelas bahwa manajemen penggunaannya masih bersifat untuk keseluruhan sumber daya yang dimiliki sedangkan penggunaan untuk tiap-tiap sumber/faktor produksi maka manajemen sibagi lagi menjadi: Manajemen SDM, Manajemen Produksi, Manajemen Keuangan, Manajemen Pemasaran, dan Manajemen Perkantoran.

Dengan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen personalia merupakan pengembangan ilmu manajemen yang khusus berkaitan dengan penyediaan, pengembangan dan pemeliharaan tenaga kerja (*Man*) sebagai salah satu sumber daya yang akan digunakan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuannya.

Jadi tugas dan tanggung jawab manager SDM adalah menyediakan tenaga kerja yang efektif dalam menunjang operasional perusahaan, dengan kata lain mengupayakan agar pemenuhan kebutuhan karyawan dapat tercapai melalui penyediaan tenaga yang benar-benar memenuhi harapan sesuai bidang yang akan ditangani.

Untuk melaksanakan tugas tersebut manager SDM sebagai seorang manager harus melaksanakan fungsi-fungsi dasar manajemen. Hal ini tetap berlaku meskipun kenyataannya manager SDM juga berkaitan dengan fungsi-fungsi operasional. Sehingga pasar akhirnya mengharuskan untuk

menggabung fungsi-fungsi dasar manajemen dan fungsi-fungsi operasional tersebut ke dalam satu definisi manajemen SDM. Dan definisi manajemen SDM akan tampak sebagai berikut:

1. **Fungsi Manajemen:**
 - a. *Planning* (perencanaan)
 - b. *Organizing* (pengorganisasian)
 - c. *Directing* (pengarahan)
 - d. *Controlling* (pengendalian)
2. **Fungsi-Fungsi Operasional:**
 - a. *Procurement* (pengadaan)
 - b. *Development*
 - c. *Kompensasi*
 - d. *Integrasi*
 - e. *Maintenance*
 - f. *Separation*

Atau bila digabungkan:

Manajemen SDM adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian atas pengadaan tenaga kerja, pengembangan kompensasi, integrasi, pemeliharaan dan pemisahan sumber daya manusia dengan tujuan untuk mencapai sasaran perorangan, organisasi dan masyarakat.

B. TUJUAN MANAJEMEN SDM

Manajemen SDM mempunyai tanggung jawab untuk mengupayakan pencapaian 3 tujuan utama yaitu:

1. Tujuan Karyawan

Seorang karyawan adalah manusia yang mempunyai harapan dan cita-cita yang dipandang baik untuk diraih. Oleh karena itu peranan manajemen SDM juga sangat besar dalam rangka pencapaian tujuan tersebut. Tujuan dan cita-cita inilah yang merupakan ciri khas dari faktor produksi/ sumber daya

manusia sehingga dalam penanganannya tidak boleh disamakan dengan cara penanganan faktor produksi lain.

2. Tujuan Organisasi

Organisasi/ Perusahaan juga memerlukan berkembang, dan hidup terus menerus selama mungkin, maka untuk perkembangan dan berlangsung hidup organisasi, diperlukan pula peranan dari manajemen SDM. Hal ini karena dengan pengolahan yang tepat atas tenaga kerja yang dimiliki maka efisiensi perusahaan meningkat dan keunggulan perusahaan dalam persaingan juga dapat terwujud. Semua ini jelas akan mengakibatkan perusahaan semakin berkembang dan terjaga kelangsungan hidupnya.

3. Tujuan Masyarakat

Masyarakat memerlukan peran perusahaan khususnya sebagai tempat/ lapangan pekerjaan bagi mereka dan ini melibatkan manager SDM sebagai faktor penentu dalam pengadaan tenaga kerja.

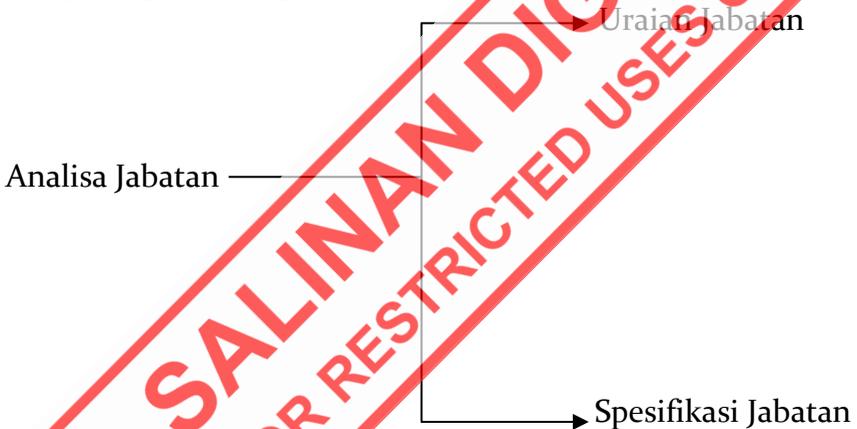
Dengan perencanaan yang matang maka pelaksanaan Fungsi Operasional dalam meningkatkan efisiensi kerja sehingga perusahaan akan lebih mantap dan pada akhirnya mampu berkembang. Dampak stabilitas dan perkembangan perusahaan adalah karyawan dapat lebih bekerja dan berkesempatan kerja juga semakin luas karena terbuktinya bidang-bidang baru akibat perkembangan perusahaan tersebut. Kesenangan bekerja dan terbukanya peluang pekerjaan ataupun bidang usaha inilah yang merupakan salah satu tanggung jawab perusahaan dalam membantu tercapainya tujuan masyarakat.

Analisa jabatan:

Sebelum melangkah pada Fungsi Operasional maka alangkah baiknya bila mengenal salah satu pekerjaan awal manager SDM yaitu membuat Analisa Jabatan.

Analisa Jabatan (Job Analysis) adalah proses mempelajari mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan operasi tanggung jawab suatu pekerjaan tertentu.

Dengan kata lain merupakan gambaran menyeluruh tentang pekerjaan tertentu baik mengenai uraian pekerjaan maupun spesifikasi pekerjaan.



Uraian Jabatan berisi:

1. Identifikasi pekerjaan
2. Uraian singkat tentang pekerjaan
3. Tugas-tugas yang dilaksanakan
4. Pengawasan yang diberikan dan diterima
5. Hubungan dengan pekerjaan lain
6. Mesin, alat, dan bahan
7. Kondisi kerja
8. Definisi dan istilah yang tidak biasa
9. Penjelasan tambahan untuk memperjelas hal-hal diatas

Spesifikasi pekerjaan berisi:

1. Umur, jenis kelamin, tingkat kecerdasan, sifat dan bakat, kondisi fisik
2. Pendidikan, ketrampilan dan pengetahuan
3. Mental ideologi dan sebagainya

Pembuatan uraian pekerjaan dilakukan untuk menentukan spesifikasi dari orang yang akan bekerja. Dalam pelaksanaannya pembuatan uraian pekerjaan lebih mudah dilakukan dibandingkan menentukan spesifikasi dari orang yang melaksanakan pekerjaan tersebut. Hal ini disamping kesulitan dalam menentukan ukuran juga terbetur pula dengan pasar penyedia tenaga kerja yang meskipun luas dipandang dari segi jumlah tapi dari segi kualitas sempit.

Pada akhirnya dapat disimpulkan bahwa Analisa Jabatan adalah suatu langkah awal yang harus dilakukan oleh manajer personalia sebelum dia melaksanakan fungsi-fungsi operasional dari manajemen personalia.

C. PELAKSANAAN FUNGSI OPERASIONAL MANAJEMEN PERSONALIA

1. Pengadaan Tenaga Kerja/*procurement*

Pengadaan tenaga kerja adalah ditujukan untuk memperoleh jenis dan jumlah tenaga kerja yang tepat yang diperlukan untuk menyelesaikan sasaran organisasi. Hal-hal yang dilakukan dalam kaitan ini adalah penentuan kebutuhan dan perekrutan, seleksi dan penempatannya. Dalam hal ini berkaitan dengan Analisa Jabatan yang dibuat sebelumnya. Keberhasilan dalam pelaksanaan fungsi operasional ini akan menunjang dalam pelaksanaan fungsi-fungsi operasional yang lain.

2. Pengembangan/*development*

Setelah orang yang diperlukan diperoleh maka orang tersebut harus dikembangkan. Hal ini mudah dilakukan bila rekrutment selectionnya dilakukan dengan metode yang tepat dan berlangsung obyektif. Seringkali kita melihat bahwa hubungan kemitraan dan keluarga sangat mempengaruhi dalam cara memperoleh karyawan. Untuk semua hal diatas baik metode seleksi maupun pengaruh hubungan kekerabatan akan dibahas dalam mata kuliah manajemen personalia.

3. Kompensasi/*compensation*

Kompensasi diartikan sebagai balas jasa yang layak/memadai kepada person/seseorang untuk sumbangan mereka kepada tujuan organisasi. Seharusnya kompensasi tidak hanya berupa upah dan gaji yang berbentuk uang saja tetapi juga termasuk fasilitas-fasilitas lain yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan material dan spriritual karyawan. Hanya dalam pembahasannya kompensasi banyak berkaitan dengan balas jasa yang bersifat ekonomis sedangkan yang bersifat psikis dikelompokkan ditempat lain yaitu mengenai kesehatan lingkungan dan keselamatan kerja karyawan, sehingga kompensasi adalah evolusi/pemikiran hasil pekerjaan. Tujuan kompensasi secara garis besar adalah:

- a. Menarik karyawan yang berbakat dan berkualitas
- b. Membantu pengembangan
- c. Mempertahankan karyayawan yang berprestasi

Tingkat kompensasi yang diberikan oleh suatu organisasi menentukan daya tarik organisasi tersebut terhadap calon karyawan yang berbakat dan mempunyai keterampilan tinggi. Kompensasi haruslah ditujukan untuk mendorong orang untuk meningkatkan kemampuan dirinya sehingga mereka merasa cukup berharga bagi suatu organisasi yaitu perasaan cukup dihargai dan diakui oleh organisasi sebagai milik yang

berharga. Hal ini akan berwujud timbale balik berupa komitmen dan kontribusi bagi organisasi.

Kompensasi yang diberikan dalam berbagai bentuk dapat berupa:

- a. **Gaji** adalah kompensasi yang diberikan berdasarkan jam kerja dan prestasi kerja selama waktu tertentu. Sedangkan upah adalah kompensasi berdasarkan pada jam kerja yang dihabiskan.
- b. **Bonus** adalah insentif berupa uang sebagai tambahan diatas kompensasi normal yang diterima pegawai. Bonus biasanya diberikan atas prestasi kerja yang diberikan, seperti melebihi target penjualan, control efektifitas biaya yang dikeluarkan atau kinerja memuaskan lainnya.
- c. **Komisi** adalah kompensasi yang diberikan kepada karyawan yang telah memenuhi sasaran penjualan yang spesifik. Sebagai contoh seorang teraga penjual selain menerima gaji pokok juga menerima sejumlah persentase tertentu dari volume penjualan secara keseluruhan.
- d. **Profit sharing** adalah bagian rencana perusahaan untuk memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mendapatkan perbagian laba.
- e. **Fasilitas tambahan** adalah kompensasi yang tidak berupa gaji, upah atau bonus tetapi lebih merupakan fasilitas tambahan seperti:
 - 1) Asuransi jiwa dan kesehatan
 - 2) Paket liburan
 - 3) Tunjangan sakit
 - 4) Ijin keadaan darurat seperti kecelakaan atau kematian
 - 5) Tunjangan belajar/studi lanjut

4. **Integrasi/integration**

Integrasi diartikan sebagai usaha untuk menghasilkan suatu reconciliasi (kesosokan) yang layak atas kepentingan-kepentingan perorangan (individu), masyarakat dan organisasi. Pengertian diatas berpijak atas dasar kepercayaan bahwa dalam masyarakat kita terdapat tumpang tindih kepentingan yang cukup berarti akibatnya. Kita harus mempertimbangkan perasaan dan sikap personalia (orang/ karyawan) dalam menerapkan asas-asas dan kebijaksanaan organisasi. Hal ini berperan dalam menangani kasus-kasus seperti keluhan, pemogokan, dan juga dalam pengendalian diri kita, pembantu serikat buruh, dan lain-lain.

5. **Pemeliharaan (Maintenance)**

Pemeliharaan dirasa penting karena merupakan usaha untuk mengabadikan suasana yang selama ini sudah ada. Jadi bila manajemen telah memiliki orang yang mau dan mampu bekerja maka langkah-langkah selanjutnya adalah melestarikan, mempertahankan orang-orang tersebut tidak sebatas pada segi jumlahnya saja tapi kondisi motivasi dan ketrampilan juga harus terpelihara sehingga disamping perputaran karyawan menjadi rendah juga produktivitasnya dapat dipertahankan bahkan kalau mungkin ditingkatkan. Cara pemeliharaan kondisi ini dapat dilakukan dengan jalan pemeliharaan komunikasi, fisik pekerja baik kesejahteraannya maupun keselamatannya. Hal ini akan dijelskan lebih jauh dalam materi manajemen personalia pada bab kesehatan dan keselamatan kerja.

6. **Pemisahan (Separation)**

Seperti halnya sebuah siklus hidup yaitu dimulai dari ada menjadi tidak ada, maka didalam perusahaan juga terjadi hal yang sama dimana tidak mungkin seseorang akan bekerja sepanjang hidupnya sampai usia yang tidak terbatas. Sehingga

dengan demikian perusahaan wajib untuk merancang sistem pemisahan yang baik bagi karyawan-karyawan yang selama waktu tertentu telah mengabdikan dengan sepenuh hati. Jadi setelah perusahaan menerima karyawan dengan baik maka dia juga harus mengembalikan lagi ke lingkungan masyarakat dengan baik pula sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku. Hal ini menjadi tanggung jawab manager personalia untuk merancang cara-cara yang tepat, manusiawi dan benar menurut hukum agar eksistensi perusahaan dan kesenangan bekerja karyawan dapat terjaga/terpelihara dengan baik.

D. MENGELOLA MANUSIA: MOTIVASI DAN KEPEMIMPINAN

1. Motivasi karyawan

Motivasi adalah hasil dari interaksi keinginan individu dan pengaruh dari luar yang mengukur perilaku seseorang. Keinginan seseorang merupakan dasar untuk model motivasi. Keinginan adalah kekurangan yang dirasakan oleh seseorang pada saat tertentu yang menimbulkan tegangan (*stimulant*) yang menyebabkan timbulnya keinginan yang dapat berupa kebutuhan fisik maupun psikis.

Seseorang harus memilih tindakannya untuk memuaskan keinginannya. Factor-factor yang harus dievaluasi adalah: 1) pengalaman masa lalu (*past experience*), 2) pengaruh lingkungan (*environmental influences*), 3) persepsi (*perception*). Sedangkan factor lainnya adalah: 4) keterampilan (*skill*), 5) insentif (*incentives*) yang diciptakan oleh manajemen untuk mendorong efektifitas karyawan.

Motivasi dari karyawan akan dipengaruhi oleh aspek kepuasan kerja atau sejauhmana karyawan puas akan pekerjaannya. Karena karyawan yang puas akan lebih termotivasi untuk bekerja, maka pimpinan perusahaan dapat memotivasi para karyawan dengan memberikan jaminan kepuasan kerja.

Berbagai teori motivasi menyatakan bahwa perusahaan-perusahaan akan dapat memotivasi karyawan untuk bekerja lebih baik dengan menjamin kepuasan kerjanya. Secara umum karakteristik utama yang mempengaruhi kepuasan kerja adalah uang, jaminan kerja, jadwal kerja dan keterlibatan di tempat kerja. Untuk memotivasi karyawan beberapa perusahaan mengembangkan program *job enrichment*. Berikut ini beberapa aktivitas populer untuk melaksanakan program *job enrichment*;

- a. Program kompensasi yang menarik missal dengan menggunakan system merit, system kenaikan imbalan secara seragam dan *incentive plans*.
- b. Jaminan kesinambungan kerja: missal dengan program pelatihan berkelanjutan.
- c. Jadwal kerja fleksibel missal dengan program *flexitime*, system pemadatan kerja dan *job sharing*.
- d. Program keterlibatan karyawan missal dengan *job enlargement*, *job rotation*, pemberdayaan karyawan dan team kerja.

2. Kepemimpinan

Manajer membangun lingkungan kerja yang mendukung untuk memotivasi karyawan dengan kepemimpinan. Kepemimpinan adalah proses mempengaruhi setiap individu dan kelompok untuk menyusun dan mencapai tujuan. Kepemimpinan terdiri dari tiga variable yakni 1) pemimpin, 2) yang dipimpin dan 3) lingkungan dimana kepemimpinan diterapkan.

3. Karakter kepemimpinan

Teori awal mengenai kepemimpinan mengusulkan bahwa pemimpin yang baik mempunyai cirri-ciri atau karakteristik pribadi yang menjadi dasar kemampuannya memimpin.

Gary A. Yuki mengusulkan karakteristik dan keahlian seseorang pemimpin adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Karakteristik dan keahlian kepemimpinan

No	Karakteristik	Keahlian
1	Mampu beradaptasi	Pandai
2	Memperhatikan lingkungan social	Kemampuan konseptual
3	Ambisius dan berorientasi pada pencapaian	Kreatifitas
4	Tegas	Diplomatif dan bijaksana
5	Kooperatif	Lancer berbicara
6	Pengambilan keputusan	Pengetahuan tentang tugas kelompok
7	Dominan (ingin mempengaruhi orang lain)	Kemampuan mengorganisasi (administrasi)
8	Energik	Pandai meyakinkan
9	Gigih	
10	Percaya diri	
11	Toleransi terhadap stress	
12	Bertanggung jawab	

E. BEDA MANAJEMEN DENGAN KEPEMIMPINAN

Pengertian manajemen dan kepemimpinan tidak sama. Manajer merencanakan, mengorganisasi, menentukan staff, mengarahkan dan mengendalikan. Manajer mungkin dapat efektif ataupun tidak dalam mempengaruhi anggotanya atau timnya untuk menentukan dan mencapai tujuan. Idealnya kepemimpinan dan keahlian manajemen dikombinasikan agar manajer berfungsi sebagai seorang pemimpin.

Tabel 4. 2 Tugas manajemen dan tugas pemimpin

No	Tugas manajemen	Tugas pemimpin
1	Merencanakan dan menganggarkan	Menentukan arah
2	Mengorganisasi dan menentukan staff	Meluruskan orang
3	Mengendalikan dan memecahkan masalah	Memotivasi dan menginspirasi

F. GAYA KEPEMIMPINAN

Gaya kepemimpinan adalah pendekatan yang digunakan manajer untuk mempengaruhi anggota yang tergantung dari situasi yang ada, gaya tersebut antara lain,

1. **Gaya pengambilan keputusan.** Memberikan wewenang untuk mengambil keputusan kepada para anggota/bawahan
2. **Gaya otokratik.** Manajer tidak membagi wewenang pengambilan keputusan dengan anggotanya. Manajer membuat keputusan dan menerapkan keputusan tersebut.
3. **Gaya partisipatif.** Manajer membagi wewenang pengambilan keputusan dengan anggotanya
4. **Gaya free rein.** Manajer memberdayakan anggotanya untuk berfungsi sendiri tanpa keterlibatan langsung manajer. Gaya ini mendasarkan diri pada delegasi wewenang dan akan bekerja baik bila bawahan mempunyai dan mengetahui bagaimana penggunaan alat dan teknik pada tugas tugasnya.

G. MENINGKATKAN MOTIVASI DAN MORAL

Tindakan para manajer yang dapat meningkatkan motivasi dan moral karyawan;

1. Memberikan penghargaan dan pengakuan
2. Bagi karyawan, penghargaan dan pengakuan menjadi motivator paling kuat. Karyawan mungkin akan melipatgandakan usaha-usahnya setelah memperoleh pengakuan untuk pekerjaan yang telah dilakukannya dengan baik
3. Menerapkan management by objective
4. MBO adalah teknik yang di desain untuk meningkatkan motivasi dan komitmen dengan cara manajer dan karyawan bersama-sama menentukan tujuan, menilai kemajuan tujuan yang telah ditentukan dan mengevaluasi hasil
5. Memberdayakan karyawan
6. Pemberdayaan karyawan adalah memberikan setiap individu organisasi otonomi, wewenang dan kepercayaan dan mendorong mereka untuk mengubah aturan agar pekerjaan dapat diselesaikan
7. Mengembangkan tim kerja mandiri
8. Terkait dengan pemberdayaan, tim kerja mandiri dapat diterapkan di organisasi. Tim kerja mandiri adalah tim kerja yang menentukan tujuannya sendiri, menciptakan skedul dan anggaran dan melakukan koordinasi dengan departemen yang lain
9. Menyediakan system balas jasa yang efektif
10. System balas jasa yang efektif mempunyai beberapa elemen yaitu; a) balas jasa memuaskan kebutuhan dasar karyawan, b) mempunyai perbandingan dengan perusahaan pesaing, c) adil dan transparan d) mempunyai multi aspek: gaji, pengakuan dan promosi
11. Mendesain ulang pekerjaan

12. Mendesain ulang pekerjaan adalah menentukan struktur pekerjaan untuk meningkatkan output dan kepuasan. Pendekatan untuk mendesain pekerjaan ini adalah *job enlargement*, *job rotation*, dan *job enrichment*
13. Menciptakan fleksibilitas melalui a) *flexitime*, b) *compressed workweek* dan c) *job sharing*

Latihan soal:

1. Jelaskan pengertian manajemen SDM dan fungsi-fungsi operasional MSDM!
2. Jelaskan cirri-ciri manajer yang professional!
3. Gaya kepemimpinan dikatakan akan berpengaruh terhadap semangat dan kepuasan kerja karyawan. Jelaskan statement tersebut!
4. Bagaimanakah cara manajer dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan terkait factor-faktor intrinsik dalam perusahaan?

Bacaan Lanjutan:

Lim, G., Gomez, E. T., & Wong, C. Y. (2021). Evolving State-Business Relations in an Age of Globalisation: An Introduction. *Journal of Contemporary Asia*, 1-16.

Wernaart, B. (2021). *International Law and Business: A global introduction*. Routledge.

Diebold, F. X., & Rudebusch, G. D. (2021). *Business cycles*. Princeton University Press.

Renganathan, V. (2021). *Business Intelligence: An overview*.

Wijoyo, H., Sunarsi, D., Cahyono, Y., & Ariyanto, A. (2021). *Pengantar Bisnis*. Insan Cendekia Mandiri.

BAB V

MANAJEMEN KEUANGAN

Tujuan:

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan dapat:

1. Mengetahui pengertian pembelanjaan dalam perusahaan
2. Mengetahui criteria investasi yang dilakukan

Sasaran:

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan

1. Dapat memahami, menjelaskan pengertian pembelanjaan dan fungsi-fungsi dalam pembelanjaan perusahaan
2. Dapat menilai kelayakan suatu investasi yang dilakukan perusahaan

A. PEMBELANJAAN

1. PENGERTIAN PEMBELANJAAN

- a. Pembelanjaan adalah semua aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan keuangan atau dana, yaitu menyangkut usaha untuk mendapatkan dana dan usaha untuk menggunakannya.
- b. Fungsi pembelanjaan yaitu untuk mendapatkan dana dengan mudah dan murah, dengan syarat-syarat yang

menguntungkan dan menggunakan dana tersebut dengan tepat dan efisien.

- c. Macam-macam pembelanjaan menurut usaha:
 - 1) **Pembelanjaan Pasif.** Yaitu usaha-usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan dana baik di dalam ataupun di luar perusahaan.
 - 2) **Pembelanjaan Aktif (Penanaman Modal).** Yaitu usaha untuk menggunakan dana, baik di dalam ataupun di luar perusahaan.
- d. Macam-macam pembelanjaan menurut dana yang ada:
 - 1) **Pembelanjaan yang berlebihan.** Apabila dana yang didapatkan lebih besar daripada dana yang dikeluarkan (pemborosan)
 - 2) **Pembelanjaan kurang.** Apabila dana yang diperlukan lebih banyak daripada dana yang didapatkan
 - 3) **Pembelanjaan normal.** Adalah dana yang tersedia sama atau seimbang dengan dana yang diperlukan oleh perusahaan tidak ada dana yang menganggur tetapi perusahaan akan dapat melaksanakan kewajiban-kewajiban dengan lancar sehingga tidak ada pemborosan dan tidak ada kehilangan kesempatan.

2. SUMBER DANA

a. Sumber dari Luar Perusahaan

Yaitu apabila dana yang didapatkan berasal dari sumber-sumber yang bukan merupakan hasil usaha perusahaan dan bukan berasal dari milik perusahaan. Macam-macam sumber dana dari luar perusahaan:

PEMBELANJAAN SENDIRI

Artinya dana ini nantinya menjadi milik perusahaan sendiri atau menjadi modal sendiri, antara lain:

- 1) **Saham.** Merupakan tanda bukti pemilikan, pengambil bagian sebagai peserta dalam suatu perusahaan yang berbentuk perseroan terbatas. Macam saham:

Menurut Hak yang Dimiliki oleh Pemegang Saham

Saham Biasa

- Pemegang saham memiliki hak suara dalam rapat pemegang saham
- Hak atas deviden akan ada bila perusahaan untuk setelah pemegang saham jenis yang lain
- Hak atas kekayaan akan ada setelah perusahaan bubar belakangan setelah pemegang saham yang lain

Saham Preferen

- Pemegang saham memiliki hak lebih dulu dari pemegang saham biasa tapi tidak memiliki hak suara
- Hak atas deviden, pemegang saham mendapat lebih dahulu dari pemegang saham biasa, bila perusahaan laba
- Hak atas pembagian kekayaan, pemegang saham mendapat lebih dahulu dari pemegang saham biasa.

Saham Preferen Kumulatif

- Hampir sama dengan saham preferen, hanya saja setiap tahun mempunyai hak atas deviden meskipun penerimaannya belum tentu setiap tahun

Menurut Penunjukannya

- **Saham atas tunjuk.** Artinya dalam saham tidak tercantum nama pemiliknya.
- **Saham atas nama.** Dalam saham tercantum nama pemiliknya, jadi bukan atas dasar penunjukan.

- 2) **Modal Peserta.** Yaitu sejumlah dana yang ditanamkan ke dalam perusahaan oleh para peserta atau pendiri yang merupakan pemilik perusahaan tersebut.

- 3) **Simpanan.** Yaitu setoran modal pada koperasi oleh para anggota
- 4) **Modal dari Pemilik.** Yaitu dana yang berasal dari pemilik yang disetorkan pada perusahaan, misalnya perusahaan perseorangan.

PEMBELANJAAN ASING

Yaitu dana yang merupakan hutang perusahaan yang nantinya harus dilunasi, antara lain:

- 1) **Obligasi.** Yaitu surat pengakuan hutang dengan nilai nominal tertentu. Macam obligasi:
 - **Obligasi Biasa.** Obligasi yang bunganya dibayar bila perusahaan mendapatkan keuntungan, tetapi kreditur memiliki hak kumulatif.
 - **Obligasi Hipotek.** Peminjaman obligasi dengan jaminan barang tidak bergerak
 - **Obligasi yang dapat ditukar dengan saham**
- 2) **Hipotek.** Yaitu peminjaman dengan jaminan barang-barang tidak bergerak, apabila perusahaan tidak dapat membayar hutangnya maka barang jaminan dapat disita dan menjadi milik kreditur
- 3) **Term Loan.** Yaitu kredit usaha yang cara pembayarannya dengan angsuran selama periode tertentu
- 4) **Leasing.** Yaitu cara memperoleh servis atau hak penggunaan dari barang-barang tahan lama dengan cara kontrak
- 5) **Rekening Koran.** Yaitu kredit yang diberikan oleh bank dengan batas tinggi (*plafon*) tertentu, tetapi cara pengambilannya sebagian demi sebagian sesuai dengan kebutuhan perusahaan
- 6) **Kredit dari Penjual.** Yaitu kredit yang diberikan oleh penjual dengan jalan memberikan barang-barang lebih dahulu

- 7) **Kredit dari Pembeli.** Yaitu kredit yang diberikan oleh pembeli dengan jalan memberikan uangnya lebih dahulu, sedangkan barangnya akan diterimakan kemudian
- 8) **Kredit Wesel.** Yaitu surat pengakuan hutang yang berisi kesanggupan membayar sejumlah tertentu kepada pihak tertentu dan pada saat tertentu

b. Sumber dari dalam Perusahaan

Yaitu dana yang berasal atau didapatkan dari hasil usaha atau milik perusahaan. Sumber dana ini ada 2 macam:

- 1) **Pembelajaan Intern** berupa laba dan cadangan
- 2) **Pembelajaan Intensif** berupa penyusutan aktiva tetap

Macam sumber dari dalam Perusahaan:

- 1) **Laba** merupakan laba dari laba yang tidak dibagi dan sebagai cadangan atau *retained earning* yang merupakan jumlah laba dari tahun-tahun yang lain.
- 2) **Cadangan** yaitu laba yang ditahan yang digunakan untuk maksud-maksud tertentu
- 3) **Penjualan Aktiva Tetap**

c. Jangka Waktu Pengembalian Modal Asing

Modal asing merupakan hutang perusahaan yang bekerja hanya sementara saja dalam perusahaan, pada saatnya modal tersebut harus dikembalikan oleh perusahaan kepada kreditur.

Macam Golongan Modal Asing:

- 1) **Modal Asing Jangka Panjang**
 - Jangka waktu pengembaliannya lebih dari 10 tahun
 - Obligasi, hipotek
- 2) **Modal Asing Jangka Menengah**
 - Jangka waktu pengembaliannya antara 1 – 10 tahun

3) **Modal Asing Jangka Pendek**

- Jangka waktu pengembaliannya kurang dari 1 tahun
- Kredit dari penjual/pembeli, rekening koran, wesel

3. **PENGGUNAAN DANA**

a. **Penggunaan untuk Aktiva Lancar.** Digunakan oleh perusahaan untuk menjalankan usahanya sehari-hari, baik dalam produksi maupun distribusi barang-barang yang dihasilkannya. Macam-macam aktiva lancar:

- Kas (uang tunai)
- Piutang, sebagai akibat dari penjualan kredit
- Persediaan, dalam waktu kurang dari 1 tahun udah dapat menjadi uang tunai melalui penjualan

b. **Penggunaan untuk Aktiva Tetap.** Digunakan perusahaan untuk menjalankan usahanya sehari-hari. Dinamakan modal tetap. Macam-macam aktiva tetap:

- Tanah
- Gedung, mesin, kendaraan dan peralatan-peralatan tahan lama lainnya.

c. **Aliran Uang Kas**

Terdiri dari:

Aliran uang masuk, yang merupakan penerimaan perusahaan terdiri dari:

- **Penghasilan.** Uang masuk yang berasal dari usaha perusahaan
- **Bukan Penghasilan.** Uang masuk yang berasal dari luar perusahaan

Aliran uang keluar, terdiri:

- **Pengeluaran Modal.** Pengeluaran uang kas untuk mendapatkan peralatan tahan lama yang pengem-

baliannya secara berangsur-angsur dalam waktu yang lama, lebih dari satu tahun.

- **Pengeluaran untuk mendapatkan penghasilan.** Pengeluaran rutin untuk kegiatan perusahaan sehari-hari.

4. LIKWIDITAS, SOLVABILITAS, RENTABILITAS

a. Likwiditas

Adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi (yang bersifat jangka pendek).

Kewajiban yang harus segera dipenuhi tersebut dapat berupa utang yang sudah akan jatuh tempo dalam jangka dekat, upah tenaga kerja, utang bahan yang dibeli, pembayaran rekening listrik, pembayaran air minum dan sebagainya. Kewajiban tersebut dapat ditutup dengan alat likuid berupa uang kas yang termasuk alat likuid adalah uang kas, piutang (account receivable), persediaan barang dagangan (inventory) dan surat-surat berharga yang mudah untuk diperjual-belikan (marketable securities).

Suatu ukuran likuiditas dapat dinyatakan dalam bentuk ratio atau perbandingan antara alat-alat likuid yang dimiliki dengan utang-utangnya baik yang berupa utang pajak, utang dagang serta kewajiban financial yang lain yang harus segera dipenuhi atau dibayarnya. Alat likuid tersebut adalah berupa aktiva lancar (current assets) dan utang jangka pendek (current liabilities).

$$CR = CA / CL$$

Dimana:

CR = current ratio

CA = current assets

CL = current current liability

b. Solvabilitas

Adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansialnya apabila pada suatu saat perusahaan dibubarkan. Jadi hal ini akan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mengembalikan seluruh utang-utangnya baik jangka pendek maupun jangka panjang dengan seluruh kekayaan yang ada padanya. Hal ini berarti bahwa apabila terjadi kepailitan maka perusahaan harus dapat mengembalikan seluruh hutang-hutangnya dari kekayaan yang masih dimilikinya.

Rumus:

$$\text{Solvabilitas} = \frac{\text{Total Aktiva}}{\text{Total Utang}}$$

c. Rentabilitas

Adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan selama periode tertentu. Macam Rentabilitas:

- 1). **Rentabilitas Ekonomi.** Adalah perbandingan antara seluruh keuntungan yang diperoleh atau laba operasi dengan seluruh modal yang digunakan untuk mendapatkan keuntungan tersebut. Besar kecilnya kemampuan untuk menghasilkan keuntungan ini dapat diukur dari perbandingan antara laba dengan seluruh modal yang dimiliki.
- 2). **Rentabilitas Modal Sendiri.** Adalah perbandingan antara keuntungan yang tersedia bagi pengusaha atau laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri yang digunakan untuk mendapatkan keuntungan tersebut. Jadi modalnya tidak mengandung modal asing.

5. **BREAK EVEN POINT (BEP)**

- a. Adalah suatu keadaan yang menyatakan bahwa besarnya pendapatan hasil penjualan sama dengan biaya yang dikeluarkan, jadi perusahaan tidak mendapatkan keuntungan maupun menderita kerugian
- b. Kegunaan *Break Even Point* adalah untuk mengetahui pada tingkat penjualan berapa penghasilan dari penjualan tersebut dapat menutupi biaya untuk dapat menghindarkan diri dari kerugian.

Beberapa anggapan untuk menghitung *Break Even Point*:

- a. Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat dipisahkan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel
- b. Besarnya biaya variabel setiap unit barang tetap sama
- c. Besarnya biaya tetap secara total tetap sama
- d. Harga jual setiap unit barang tidak berubah
- e. Perhitungan *Break Even Point* untuk 1 macam barang saja

Rumus *Break Even Point* (BEP):

$$\text{BEP (dalam unit)} = \frac{F}{P-V}$$

$$\text{BEP (dalam Rp)} = \frac{F}{1 - V/S}$$

Keterangan:

- F = biaya tetap
- V = biaya variabel
- P = harga barang
- S = penjualan

B. KRITERIA INVESTASI

Yang dimaksud dengan kriteria investasi adalah alat bantu manajemen perusahaan untuk menilai usulan proyek investasi yang dipergunakan untuk pengambilan keputusan investasi. Penilaian tersebut digolongkan menjadi dua yakni;

1. Criteria investasi yang mendasarkan pada konsep keuntungan adalah *Average Rate of Return* atau sering disebut *Accounting Rate of Return*
2. Criteria investasi yang mendasarkan pada konsep *Cash Flow* dapat dirinci:
 - a. Konsep *cash flow* yang tidak memperhatikan nilai waktu pada uang atau factor yang tidak didiskontokan yaitu metode *Payback Period*
 - b. Konsep *cash flow* yang memperhatikan nilai waktu terhadap uang/ factor diskonto antara lain *Net Present Value (NPV)*, *Profitability Index (PI)* dan *Internal Rate of Return (IRR)*

1. METODE PAYBACK PERIODE

Adalah suatu periode yang diperlukan unntuk menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan *proceed* atau aliran kas netto. Metode ini menggambarkan panjangnya waktu yang diperlukan agar dana yang tertanam pada suatu investasi dapat diperoleh kembali seluruhnya.

Rumus:

$$PP = \frac{\text{Capital Outlays}}{\text{Proceed}} \times 1 \text{ tahun}$$

Metode ini memiliki beberapa kelemahan seperti;

- a. Mengabaikan *time value of money*

- b. Lebih mementingkan pada pengembalian investasi daripada aspek laba dalam waktu umur investasi sehingga *cash flow* sesudah *payback periode* tidak diperhatikan.

2. METODE *NET PRESENT VALUE*

Metode yang memperhatikan nilai waktu dari uang. Nilai uang sekarang akan selalu dinilai lebih tinggi daripada nilai uang dikemudian hari. Perbedaan nilai uang sekarang dan uang dikemudian hari disebabkan oleh beberapa factor seperti factor bunga dan factor resiko. Karena hal tersebut maka *cash flow* dari investasi baik *proceed* maupun nilai investasinya haruslah di -*present value*-kan. Jika nilai sekarang dari *proceed* dengan nilai sekarang dari *outlays* /investasi dibandingkan maka selisihnya merupakan NPV/ nilai sekarang bersih dari investasi itu.

Rumus:

$$NPV = \frac{P_1}{(1+i)^1} + \frac{P_2}{(1+i)^2} + \frac{P_n}{(1+i)^n} - I_0$$

Dimana:

P = *proceeds*

I = tingkat diskonto

N = tahun umur investasi

I₀ = *initial outlay* /investasi awal

3. METODE *INTERNAL RATE OF RETURN*

Dapat diartikan sebagai tingkat bunga yang akan dijadikan nilai sekarang dari *proceed* yang diharapkan akan diterima (*PV of puture proceeds*) sama dengan jumlah nilai sekarang dari keseluruhan modal (*PV of capital outlay*) atau nilai investasinya.

Rumus:

IRR = I, yang akan menghasilkan:

PV proceeds = PV investasinya atau;

$$\frac{P_1}{(1+i)^1} + \frac{P_2}{(1+i)^2} + \frac{P_n}{(1+i)^n} = I_0$$

Dimana:

I_0 = Investasi awal
 P = proceeds
 i = tingkat diskonto
 N = tahun umur investasi

Latihan Soal:

1. Jelaskan apakah yang dimaksud dengan likuiditas, solvabilitas, rentabilitas ekonomi dan rentabilitas modal sendiri!
2. Jelaskan pengertian PP, IRR, dan NPV!

Bacaan Lanjutan:

Lim, G., Gomez, E. T., & Wong, C. Y. (2021). Evolving State-Business Relations in an Age of Globalisation: An Introduction. *Journal of Contemporary Asia*, 1-16.

Wernaart, B. (2021). *International Law and Business: A global introduction*. Routledge.

Diebold, F. X., & Rudebusch, G. D. (2021). *Business cycles*. Princeton University Press.

Renganathan, V. (2021). *Business Intelligence: An overview*.

Wijoyo, H., Sunarsi, D., Cahyono, Y., & Ariyanto, A. (2021). *Pengantar Bisnis*. Insan Cendekia Mandiri.

BAB VI

MANAJEMEN PRODUKSI

Tujuan:

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan dapat:

1. Mengetahui pengertian produksi dan factor produksi
2. Mengetahui proses produksi dan jenisnya
3. Mengetahui susunan alat-alat pabrik
4. Mengetahui bagaimana perusahaan melakukan pengendalian bahan
5. Mengetahui lingkungan kerja dan lokasi pabrik
6. Mengetahui JIT dan TQM

Sasaran:

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan

1. Dapat memahami, dan menjelaskan produksi dan faktor-faktor produksi
2. Dapat menjelaskan proses produksi dan jenisnya
3. Dapat menjelaskan susunan alat pabrik yang efisien
4. Dapat menjelaskan pengendalian bahan yang efektif
5. Dapat menentukan lingkungan kerja dan lokasi pabrik
6. Dapat menjelaskan JIT dan TQM

A. PENGERTIAN PRODUKSI

Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan faktor-faktor produksi yang dimiliki. Faktor-faktor produksi tersebut adalah:

1. **Alam.** Yaitu segala sesuatu yang terdapat di dalam alam semesta.
2. **Manusia.** Yaitu orang-orang yang ikut menangani dalam pelaksanaan kegiatan produksi.
3. **Modal.** Digunakan sebagai alat penunjang untuk segala keperluan proses produksi.
4. **Tehnologi.** Mencakup cara-cara pengaturan atau keahlian yang dimiliki untuk melaksanakan kegiatan produksi, dapat berupa daya pikir seseorang atau peralatan dan cara-cara kerja yang digunakan untuk menjalankan proses produksi.

B. PROSES PRODUKSI

1. Pengertian Proses Produksi

Sebelum kita membahas mengenai pengertian proses produksi sebaiknya terlebih dahulu kita mengetahui arti dari proses. Yang dimaksudkan dengan proses adalah cara, metode dan tehnik bagaimana sesungguhnya sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan dan dana) yang ada dirubah untuk memperoleh suatu hasil. Sedangkan produksi seperti kita ketahui adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa. Dari uraian diatas maka dapatlah kita menarik kesimpulan mengenai pengertian proses produksi. Proses produksi dapat diartikan sebagai cara, metode dan tehnik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan-bahan dan dana) yang ada. Seperti kita ketahui bahwa cara, metode dan tehnik menghasilkan produk cukup banyak, maka proses produksi dalam

hal ini sangat banyak macamnya. Walaupun jenis proses produksi ini sangat banyak, tetapi secara ekstrim dapat dibedakan menjadi dua yaitu proses produksi yang terus menerus (*continuous processes*) dan proses produksi yang terputus-putus (*intermittent processes*).

2. Jenis-jenis Proses Produksi

Seperti telah diuraikan terlebih dahulu bahwa proses produksi dapat dibedakan atas dua jenis, yaitu:

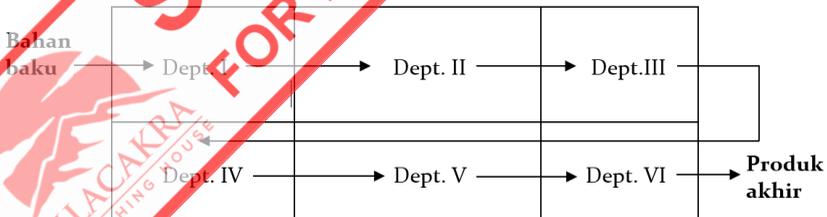
1. Proses produksi yang terus menerus (*Continuous Processes*)
2. Proses produksi yang terputus-putus (*Intermittent Processes*)

Sebenarnya perbedaan pokok antara kedua proses ini adalah terletak pada panjang tidaknya waktu persiapan atau mengatur (*set up*) peralatan produksi yang digunakan untuk memproduksi sesuatu produk atau beberapa produk tanpa mengalami perubahan. Sebagai contoh dapat dilihat apabila kita menggunakan mesin-mesin untuk dipersiapkan (*set up*) dalam memproduksi produk dalam jangka waktu yang pendek, dan kemudian dirubah atau dipersiapkan (*set up*) kembali untuk memproduksi produk lain, maka dalam hal ini prosesnya terputus-putus tergantung dari produk yang dikerjakan. Proses yang terputus-putus disebut *Intermittent process/manufacturing*. Dalam proses seperti ini terdapat waktu yang pendek (*short run*) dalam persiapan (*set up*) peralatan untuk perubahan yang cepat guna dapat menghadapi variasi produk yang berganti-ganti misalnya terlihat dalam pabrik yang menghasilkan produknya untuk atau berdasarkan pesanan seperti pabrik kapal, atau bengkel besi/las. Dalam contoh lain dapat dilihat adanya perusahaan pabrik-pabrik yang menggunakan mesin-mesin untuk dipersiapkan (*set up*) dalam memproduksi produk dalam jangka waktu yang pan-

jang atau lama, tanpa mengalami perubahan, maka dalam hal ini prosesnya terus menerus ini disebut *continuous process/manufacturing*. Dalam proses ini terapat waktu yang panjang tanpa adanya perubahan-perubahan daripada pengaturan dan penggunaan mesin serta peralatannya. Proses seperti ini terdapat dalam pabrik yang menghasilkan produknya untuk pasar (produksi massa) seperti pabrik susu atau pabrik ban.

PROSES PRODUKSI TERUS MENERUS

Sebagaimana telah dibicarakan di depan, proses produksi terus menerus adalah merupakan proses produksi dimana terdapat pola atau urutan yang pasti sejak dari bahan baku sampai dengan menjadi barang jadi (produk akhir). Pola ini akan selalu sama dari hari ke hari, tanpa ada perubahan. Dalam proses produksi semacam ini, oleh karena urutannya selalu sama, maka variasi dari produk akhir pada umumnya adalah kecil sekali. Produk akhir yang dihasilkan biasanya dalam jumlah esar, sehingga perusahaan akan dapat bekerja dengan efisien. Apabila proses produksi ini dilihat secara schematis, maka akan kelihatan sebagai gambar berikut ini.



Gambar 6. 1 Produksi terus menerus

Ciri-ciri produksi terus menerus:

Proses produksi terus menerus, mempunyai ciri-ciri atau sifat-sifat sebagai berikut:

1. Pada umumnya proses produksi semacam ini menghasilkan produk dalam jumlah besar (produksi massa) dengan variasi yang sangat kecil.
2. Produk-produk yang dihasilkan adalah produk-produk standard.
3. Penyusunan fasilitas produksi/peralatan produksi dalam proses semacam ini pada umumnya mempergunakan penyusunan fasilitas produksi atas dasar arus/urutan pengerjaan dari bahan mentah sampai menjadi produk akhir. Penyusunan fasilitas produksi semacam ini disebut dengan *product lay out* atau *line out* atau departementalisasi atas dasar produk.
4. Mesin-mesin yang dipergunakan di dalam proses produksi semacam ini adalah mesin-mesin yang bersifat khusus untuk menghasilkan produk-produk tertentu, yang dikenal dengan nama mesin-mesin khusus atau *special purposes machines*.
5. Dengan dipergunakannya mesin-mesin khusus tersebut, dimana pada umumnya agak otomatis, maka pengaruh pada karyawan (operator) terhadap produk yang dihasilkan relatif kecil. Dengan demikian pada karyawan tidak memerlukan tingkat keahlian/ skill yang tinggi untuk pengerjaan produk tersebut.
6. Oleh karena mesin-mesinnya bersifat khusus, dan biasanya agak otomatis, maka jumlah tenaga kerjanya tidak sebegitu banyak.
7. Oleh karena proses produksi selalu mempunyai urutan yang selalu sama, maka apabila terjadi kemacetan atau kerusakan dari salah satu bagian, akan mengakibatkan macetnya proses produksi secara keseluruhan.

8. Sehubungan dengan sifat-sifat mesin yang khusus serta kemacetan salah satu mesin mengakibatkan macetnya seluruh proses produksi, maka memerlukan pemeliharaan yang cukup baik. Untuk kepentingan ini diperlukan ahli pemeliharaan yang cukup baik untuk mesin-mesin/peralatan produksi tersebut.
9. Oleh karena proses produksinya selalu mempunyai urutan yang sama serta variasi produk akhirnya relatif kecil, maka persediaan bahan mentah/bahan baku serta persediaan barang dalam proses adalah relatif rendah.
10. Pada umumnya bahan mentah/ barang setengah jadi dipindahkan dengan peralatan-peralatan yang bersifat tetap dan mempergunakan tenaga mesin, seperti ban berjalan dan lain sebagainya.

Kebaikan proses produksi terus menerus:

Kebaikan-kebaikan atau kelebihan dari proses produksi semacam ini adalah sebagai berikut:

1. Proses produksi semacam ini sifatnya ajeg/stabil dari waktu ke waktu, sehingga perencanaan produksinya relatif mudah, pengawasan produksinya juga relatif mudah.
2. Oleh karena tingkat persediaan bahan baku serta persediaan barang dalam proses relatif rendah, maka terdapat penghematan dana di dalam persediaan-persediaan tersebut.
3. Dengan dapat dihasilkan produk akhir dalam volume yang besar serta dalam variasi yang relatif kecil, maka akan didapatkan tingkat biaya per unit yang relatif rendah.
4. Dapat dikurangi pemborosan-pemborosan dari pemakaian tenaga manusia, terutama karena sistem pemindahan bahan yang menggunakan tenaga mesin/listrik.
5. Oleh karena keadaan mesin-mesinnya yang khusus, di mana mesin-mesin tersebut dapat dipergunakan oleh karyawan-karyawan yang tidak perlu mempunyai skill yang

tinggi, maka akan dapat diperoleh penghematan di dalam biaya tenaga kerja.

6. Biaya pemindahan bahan/barang dalam proses adalah relatif rendah oleh karena jarak satu mesin dengan mesin yang lain adalah pendek.

Kelemahan/ kekurangan proses produksi terus menerus:

Di samping kebaikan/kelebihan dari proses produksi terus menerus ini maka tentu saja terdapat kekurangan/ kelemahan dari proses produksi semacam ini. Adapun kekurangan/ kelemahan ini antara lain adalah:

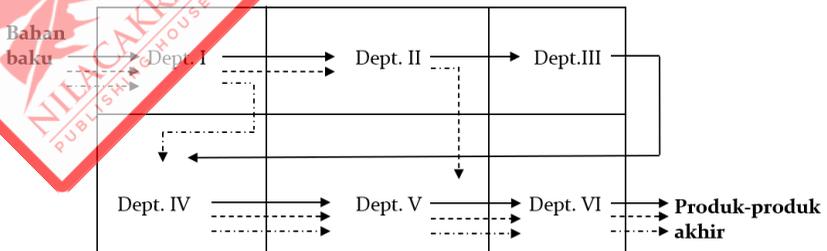
1. Mesin-mesin dalam proses produksi semacam ini dipersiapkan untuk produk tertentu di dalam waktu yang lama. Sehingga dengan demikian apabila terdapat permintaan perubahan produk, perusahaan tidak dapat segera menyelesaikan hal tersebut. Oleh karena itu proses produksi semacam ini hanya cocok untuk perusahaan-perusahaan yang memproduksi produk dengan sifat:
 - a. Jumlah produk yang diminta adalah besar
 - b. Varietas produk (bentuk, kualitas, dan ukuran) tidak berubah-ubah
2. Terdapat kesulitan didalam menghadapi perubahan tingkat permintaan, karena pada umumnya tingkat produksinya telah tertentu, sehingga sangat sulit untuk berubah.
3. Mesin-mesin yang dipergunakan adalah mesin-mesin yang khusus, sehingga diperlukan dana yang cukup besar untuk pembelian mesin-mesin tersebut (untuk investasi physic)
4. Dalam proses produksi semacam ini output dari satu mesin akan menjadi input dari mesin berikutnya. Sehingga dengan demikian harus pula diperhatikan tingkat

kapasitas dari masing-masing mesin agar semuanya mempunyai kapasitas yang seimbang.

- Oleh karena output dari satu mesin menjadi input dari mesin berikutnya, maka apabila terjadi kerusakan/ kemacetan salah satu mesin baik di awal proses, di tengah proses maupun di belakang, akan mengakibatkan terhentinya proses produksi secara keseluruhan.

PROSES PRODUKSI TERPUTUS-PUTUS

Sebagaimana diketahui proses produksi terputus-putus adalah proses produksi dimana tidak terdapat urutan atau pola yang pasti, sejak bahan baku masuk ke dalam proses produksi sampai dengan menjadi produk akhir. Urutan proses produksi ini akan selalu berubah-ubah, sesuai dengan produk akhirnya. Produk akhir yang satu akan mempunyai urutan proses produksi dari produk akhir yang lain. Produk akhir pertama mungkin akan melalui proses produksi dari semua departemen. Bagian sedangkan produk akhir jenis kedua belum tentu melalui semua departemen. Bagian yang sudah dilalui oleh produk akhir jenis pertama. Demikian juga lama waktu processing tidak sama untuk semua produk akhir pada masing-masing produk antara lain akan tergantung kepada jenis dari produk akhirnya. Secara schematis proses produksi ini akan kelihatan sebagai berikut:



Gambar 6. 2 Proses produksi terputus-putus

Ciri-ciri proses produksi terputus-putus

Proses produksi terputus-putus mempunyai ciri-ciri/sifat sebagai berikut:

1. Pada umumnya proses produksi semacam ini menghasilkan produk di dalam jumlah yang relatif kecil, akan tetapi mempunyai variasi yang sangat besar.
2. Proses produksi semacam ini pada umumnya memproduksi barang-barang atas dasar pesanan dari konsumen atau langganan.
3. Didalam melaksanakan proses produksi ini, peralatan atau fasilitas produksi disusun atas dasar fungsi dari masing-masing peralatan/fasilitas produksi. Penyusunan fasilitas produksi atas dasar fungsinya ini sering disebut dengan *process lay out*, atau *functional lay out* atau departementalisasi atas dasar peralatan yang sama.
4. Mesin-mesin yang dipergunakan di dalam proses produksi semacam ini adalah mesin-mesin atau peralatan produksi yang bersifat umum yang dapat digunakan untuk menghasilkan produk yang berbeda-beda atau bermacam-macam. Mesin-mesin semacam ini dikenal dengan nama mesin-mesin umum atau *general purpose machines*.
5. Oleh karena mesin-mesinnya bersifat umum dan biasanya tidak otomatis, maka pengaruh karyawan (sebagai individu) terhadap produk adalah sangat besar. Dengan demikian maka para karyawan tersebut perlu mempunyai keahlian atau skill terhadap pekerjaannya yang cukup tinggi.
6. Oleh karena urutan proses dari bahan baku sampai menjadi produk akhir tidak mempunyai pola yang pasti, maka kemacetan proses produksi pada salah satu departemen atau bagian tidak akan mengakibatkan terhentinya proses produksi secara keseluruhan.

7. Sehubungan dengan penggunaan mesin-mesin atau peralatan produksi yang bersifat umum serta variasi produk akhir yang cukup besar, maka akan terdapat bermacam-macam pekerjaan, sehingga diperlukan pengendalian proses yang lebih baik.
8. Pada umumnya dengan proses produksi semacam ini akan diperlukan persediaan bahan mentah yang cukup tinggi, oleh karena belum diketahui apa yang akan dipesan konsumen.
9. Dengan proses produksi semacam ini akan berakibat tingginya tingkat persediaan barang dalam proses, oleh karena proses produksi yang terputus-putus.
10. Pada umumnya bahan-bahan dipindahkan dengan peralatan-peralatan yang bersifat flexible yang menggunakan tenaga manusia, seperti misalnya kereta dorong dan lain sebagainya.
11. Didalam proses produksi semacam ini sering dilakukan pemindahan bahan atau barang dalam proses yang bolak-balik. Dengan demikian diperlukan adanya ruangan gerak yang cukup besar dan ruangan untuk barang-barang dalam proses yang cukup luas.

Kebaikan proses produksi terputus-putus:

Kebaikan atau kelebihan dari proses produksi terputus-putus adalah sebagai berikut:

1. Proses produksi semacam ini mempunyai fleksibilitas yang cukup tinggi apabila perusahaan akan merubah varietas produk akhir. Sehingga apabila selera konsumen berubah, maka perusahaan dengan proses produksi semacam ini akan segera dapat menyesuaikan diri.
2. Mudahnya perusahaan dengan proses produksi semacam ini untuk dapat segera menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan tersebut antara lain karena:

- a. Mesin-mesin yang dipergunakan adalah mesin-mesin umum (*general purpose machines*)
 - b. Sistem pemindahan bahan oleh tenaga manusia, sehingga sangat flexible.
 - c. Penyusunan fasilitas produksi atas dasar fungsi-fungsi yang sama, atau proses yang sama
3. Dengan dipergunakannya mesin-mesin yang bersifat umum, akan terdapat penghematan dana untuk investasi di dalam mesin tersebut karena pada umumnya mesin-mesin umum lebih murah harganya apabila dibandingkan dengan mesin-mesin yang bersifat khusus.
 4. Karena proses produksi tidak mempunyai urutan atau pola yang selalu sama, maka kemacetan salah satu bagian tidak akan mengakibatkan terhentinya proses produksi secara keseluruhan.
 5. Sehubungan dengan penggunaan mesin yang umum ini, maka tidaklah menjadi keharusan untuk menyediakan tenaga ahli dalam pemeliharaan mesin. Tenaga semi *skilled* sudah cukup untuk menangani pemeliharaan mesin-mesin tersebut.

Kelamahan/ Kekurangan proses produksi terputus-putus:

Di samping kelebihan-kelebihan atau keuntungan-keuntungan dari proses produksi terputus-putus ini, maka terdapatlah pula kelemahan-kelemahan dari proses ini.

Adapun kelemahan atau kekurangan ini antara lain adalah:

1. Oleh karena produksi tidak mempunyai urutan yang pasti, maka akan terdapat berbagai macam urutan proses produksi yang ada di dalam perusahaan.
2. Dengan terdapatnya berbagai macam kombinasi urutan proses produksi tersebut maka seringkali terjadi kesuka-

ran atau kesulitan di dalam penyusunan perencanaan, schedule produksi dan urutannya.

3. Oleh karena pekerjaan penyusunan schedule produksi berikut urutannya banyak sekali dan sering sukar dilaksanakan maka akan berakibat sulitnya pengendalian produksi (*production control*)
4. Dengan adanya tingkat persediaan yang cukup tinggi (baik untuk persediaan bahan baku maupun persediaan dalam proses), akan memerlukan dana yang lebih tinggi pula dalam persediaan.
5. Dengan dipergunakannya tenaga manusia untuk pemin-dahan-pemindahan bahan dan juga tenaga kerja pada umumnya dituntut untuk ahli dalam bidang tersebut, maka biaya-biaya tenaga kerja ini menjadi mahal.

C. SUSUNAN PERALATAN PABRIK

1. Pengertian Peralatan Pabrik

Adalah kombinasi yang paling optimal dari peralatan-peralatan dan fasilitas-fasilitas untuk menjalankan produksi. Keuntungan:

- a. Produksi dapat berjalan dengan lebih lancar
- b. Didapat waktu berproduksi yang lebih singkat atau cepat
- c. Biaya produksi yang dikeluarkan lebih rendah
- d. Didapatkan hasil produksi yang lebih baik
- e. Penggunaan ruangan pabrik lebih efisien
- f. Lebih mudah dalam memelihara dan memperbaiki peralatan pabrik

Sebab-sebab dilakukannya perubahan susunan peralatan pabrik (*plan lay out*):

- a. Adanya perubahan produk
- b. Fasilitasnya sudah ketinggalan jaman
- c. Sering terjadi kecelakaan

- d. Adanya lingkungan kerja yang tidak memuaskan
- e. Perusahaan mengalami pemborosan-pemborosan

2. **Susunan Peralatan Menurut Produknya (*Lay Out Product*)**

Yaitu susunan peralatan menurut urutan sesuai dengan jalannya proses produksi dari bahan mentah menjadi barang jadi. Sifat-sifatnya:

- a. Mesin-mesinnya khusus
- b. Barang yang diproduksi standar, jumlahnya banyak
- c. Cocok untuk membuat barang-barang yang disediakan untuk pasar
- d. Transportasi bahan dan barang dalam proses dengan alat otomatis.

3. **Susunan Peralatan Menurut Prosesnya (*Lay Out Process*)**

Yaitu pengelompokan peralatan pabrik menurut fungsi atau penggunaannya. Sifat-sifat *lay out process*:

- a. Mesin-mesinnya umum
- b. Barang yang diproduksi tidak standar, dapat selalu memenuhi perubahan selera konsumen, cocok untuk membuat barang atas pesanan.
- c. Transportasi bahan dan barang dalam proses dengan alat manual atau semi otomatis.
- d. Lebih fleksibel, tidak kaku daripada *lay out product*.

D. **PENGENDALIAN BAHAN**

1. **Pengertian Pengendalian Bahan**

Adalah kegiatan mengangkat, memindah, mengangkut, dan meletakkan bahan atau barang dalam proses selama berlangsungnya kegiatan produksi dari bahan mentah hingga menjadi produksi akhir.

2. Tujuan Pengendalian Bahan

- a. Agar didapat waktu yang pendek
- b. Agar didapat jarak pengangkutan yang pendek
- c. Agar biaya pengendalian bahan dapat ditekan
- d. Menjaga agar bahan/barang yang diangkut tidak rusak
- e. Berusaha mempertahankan produktivitas kerja para karyawan
- f. Untuk menaikkan kapasitas produksi.

E. LINGKUNGAN KERJA

1. Pengertian Lingkungan Kerja

Adalah semua keadaan yang terdapat di sekitar tempat kerja yang dapat mempengaruhi kerja para karyawan, baik karyawan yang menjabat sebagai pimpinan yang lebih banyak menggunakan pikiran daripada tenaga maupun karyawan sebagai pelaksana yang lebih banyak menggunakan tenaga.

2. Macam-Macam Lingkungan Kerja

Secara garis besar lingkungan kerja di kelompokkan ke dalam 6 macam:

- a. **Pengaturan penerangan pada tempat kerja.** Dengan penerangan alamiah membuat atap tembus cahaya, neon, lampu biasa atau kombinasi keduanya.
- b. **Pengaturan suara dalam pabrik.** Misal dengan membuat lubang pengeluaran suara, alat peredam, alat pelindung telinga
- c. **Pengaturan udara dalam ruangan kerja.** Misal dengan ventilasi, AC, kipas angin
- d. **Pengaturan warna dalam ruangan kerja.** Misal dengan warna yang menarik
- e. **Kebersihan tempat kerja**
- f. **Keamanan tempat kerja.** Misal dengan memasang peringatan-peringatan

3. **Pelayanan Karyawan**

Yaitu hal-hal yang disediakan perusahaan untuk keperluan-keperluan karyawan pada keadaan-keadaan tertentu, mencakup:

- a. Fasilitas kamar kecil
- b. Tempat istirahat
- c. Tempat makan dan minum
- d. Pelayanan kesehatan

F. PEMILIHAN LOKASI PABRIK

Memilih lokasi pabrik merupakan keputusan penting bagi manajemen. Pada satu sisi, tujuan pemilihan lokasi adalah untuk meminimalkan biaya produksi dan biaya distribusi. Namun pada sisi lain, keputusan lokasi juga harus mempertimbangkan factor kualitatif seperti ketersediaan tenaga kerja, sikap masyarakat, dan kondisi kualitas hidup. Pertimbangan-pertimbangan memilih lokasi sering disebut dengan factor "three Ps" yaitu proximity (kedekatan), people (orang) dan physical (pisik).

G. JUST IN TIME

Merupakan system persediaan yang pengiriman barang yang dipesan tepat pada saat diperlukan.

H. TOTAL QUALITY MANAGEMENT

Merupakan usaha terpadu untuk meningkatkan kualitas setiap departemen produksi dan jasa dan secara meningkat mencapai kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. TQM merupakan filosofi perusahaan yang menunjukkan budaya organisasi untuk berkomitment kuat memuaskan pelanggan melalui penggunaan struktur terintegrasi. Tiga (3) prinsip penting dalam TQM yaitu;

1. **Definisi kualitas ditentukan oleh konsumen (*customer-driven definitions of quality*)**. Penentu kualitas adalah persepsi pelanggan mengenai produk perusahaan. Dalam pikiran pelanggan kualitas memiliki banyak dimensi antara lain;
 - a. Keseuaian dengan spesifikasi
 - b. Bernilai
 - c. *Fitness for use*
 - d. *Product or service support*
 - e. Impresi psikologis
2. **Keterlibatan karyawan (*employee involvement*)**. Keseluruhan program dalam keterlibatan karyawan adalah;
 - a. Mengubah budaya organisasi ke arah budaya kualitas total
 - b. Membuat program-program untuk mendukung pengembangan diri karyawan
 - c. Menciptakan desain penghargaan dan insentif yang mendukung kualitas total
 - d. Menciptakan team work untuk mendukung keterlibatan karyawan
3. **Perbaikan berkelanjutan (*continous improvement*)**. Konsep ini berdasarkan pada konsep orang Jepang "*kai-zen*" yaitu filosofi untuk terus mencari cara bagi peningkatan kegiatan operasi perusahaan. Banyak perusahaan yang menerapkan perbaikan berkelanjutan dengan cara melatih tim kerja dengan "*plan-do-check-act*" bagi pemecahan masalah.

Tuntutan konsumen terhadap perbaikan mutu yang berkelanjutan akan menjadi daya saing bagi perusahaan, tidak hanya dalam negeri namun juga pada perdagangan internasional. Penghargaan terhadap manajemen yang mempunyai mutu produk maupun jasa diberikan oleh dunia bisnis bagi perusahaan yang telah memenuhi standar kualitas internasional.

nal seperti Malcom Baldrige, ISO 9000, ISO 14000, dan ISO 12000. Di Indonesia muncul Standar Nasional Indonesia (SNI) dan Indonesian Customer Satisfaction Index (ICSI) sebagai media untuk memberikan penghargaan bagi perusahaan-perusahaan yang memenuhi standar kualitas nasional terhadap pelanggan.

Latihan soal:

- a) Jelaskan factor-faktor yang dipakai perusahaan dalam memilih lokasi pabriknya!
- b) Jelaskan konsep JIT dan manfaatnya!
- c) Jelaskan apa yang dimaksud dengan TQM dan beri alasan bahwa TQM mampu mendorong perusahaan melakukan perbaikan berkelanjutan serta memelihara hubungan dengan pelanggan!

Bacaan Lanjutan:

Lim, G., Gomez, E. T., & Wong, C. Y. (2021). Evolving State-Business Relations in an Age of Globalisation: An Introduction. *Journal of Contemporary Asia*, 1-16.

Wernaart, B. (2021). *International Law and Business: A global introduction*. Routledge.

Diebold, F. X., & Rudebusch, G. D. (2021). *Business cycles*. Princeton University Press.

Renganathan, V. (2021). *Business Intelligence: An overview*.

Wijoyo, H., Sunarsi, D., Cahyono, Y., & Ariyanto, A. (2021). *Pengantar Bisnis*. Insan Cendekia Mandiri.

BAB VII

MANAJEMEN PEMASARAN

Tujuan:

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan dapat:

1. Mengetahui pengertian pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran serta pendekatan dalam studi pemasaran
2. Mengetahui bauran pemasaran/*marketing mix*

Sasaran:

Dengan mempelajari bab ini mahasiswa diharapkan

1. Dapat memahami, dan menjelaskan pengertian pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran serta pendekatan dalam melakukan studi pemasaran
2. Dapat memahami dan menjelaskan bauran pemasaran/*marketing mix*

A. PENGERTIAN PEMASARAN

Adalah apabila di satu pihak terdapat produsen yang menghasilkan barang atau jasa, dan di lain pihak terdapat konsumen yang memerlukan barang atau jasa tersebut sehingga terjadi aliran barang atau jasa dari produsen ke konsumen yang disebut pemasaran.

B. FUNGSI PEMASARAN

Fungsi –fungsi pemasaran dapat dibagi menjadi 3 kategori yaitu a) fungsi pertukaran (*exchange functions*), yaitu kegiatan menjual dan membeli yang menghubungkan produk dengan pembeli yang dituju, b) fungsi distribusi fisik (*physical distribution functions*) yaitu aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan memindahkan dan menyimpan barang dan c) fungsi menyediakan fasilitas (*facilitating functions*) yaitu menyediakan dana, keberanian menanggung resiko, mendapatkan informasi pemasaran, menentukan standard an penilaian.

C. PENDEKATAN STUDI PEMASARAN

Atau marketing *approach* adalah pendekatan-pendekatan pada berbagai hal dalam rangka mempelajari pemasaran, mencakup:

1. **Pendekatan melalui fungsi pemasaran (*functional approach*):** Dilakukan oleh produsen yang menghasilkan barang atau jasa, pedagang yang menjual barang, konsumen sebagai pembeli, pemakai barang dan jasa, dan perantara sebagai penghubung dari produsen sampai dengan konsumen.
2. **Pendekatan melalui lembaga pemasaran (*institutional approach*):** lembaga pemasaran adalah semua pihak yang terlibat dalam kegiatan pemasaran yaitu dari produsen, pedagang, pesalur, pembeli akhir dan lembaga-lembaga pembantu.
3. **Pendekatan melalui barang (*comodity approach*):** Meliputi semua faktor mengenai barang, tentang pemasaran permintaan serta ciri-ciri dan variasi barang.
4. **Pendekatan melalui manajemen (*manajeial approach*):** Pemasaran ditinjau melalui pendapat manajer dan menitipberatkan pada keputusan-keputusan yang dibuat dan sebagai hal-hal yang dapat dikendalikan.

5. **Pendekatan melalui sistem pemasaran (*system approach*):** Yaitu melalui kumpulan lembaga penting yang saling mempengaruhi dan membentuk hubungan antara perusahaan dengan pasarnya.

D. BAURAN PEMASARAN/MARKETING MIX

Adalah kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, termasuk variabel yang dapat dikendalikan dan disesuaikan dengan keinginan konsumen, mencakup:

1. Produk

- a. **Pengertian Produk.** Adalah kumpulan dari hal-hal yang sifatnya berwujud termasuk servis dan hal-hal simbolis yang diharapkan dapat memberi kegunaan
- b. **Penggolongan Produk.** Menurut tujuan pemakaiannya:
 - 1) **Barang Industri.** Adalah barang yang dibeli untuk diproses lagi, yaitu:
 - Bahan mentah yang merupakan bahan pokok
 - Bahan pembantu yang juga merupakan bahan pokok hanya lebih kecil
 - Peralatan untuk melengkapi produk akhir
 - Barang yang membantu memperlancar proses produksi
 - Instalansi atau alat produksi utama untuk proses produksi
 - Alat-alat pembantu instalansi yang kadang-kadang sudah dijadikan satu dengan instalansinya.
 - 2) **Barang Konsumsi.** Adalah barang yang dibeli untuk langsung digunakan, yaitu:
 - Barang mudah dipakai, yang sering digunakan dan mudah didapat
 - Barang shopping, yang memerlukan pertimbangan tertentu.

- **Barang spesial**, yang merupakan barang mewah bagi seseorang
Penggolongan menurut tingkat konsumsi dan kongkrit tidaknya barang:
 - a). **Barang tahan lama**. Berwujud, dalam waktu relatif panjang
 - b). **Barang tidak tahan lama**. Berwujud, jangka waktu pendek
 - c). **Jasa atau servis**. Tidak berwujud tetapi dapat dirasakan
- c. **Perencanaan dan pengembangan produk**. Melalui tahapan-tahapan berikut:
 - 1) Pencetusan ide, dapat berasal dari dalam atau luar perusahaan
 - 2) Penyaringan ide yang telah terkumpul yang dihubungkan dengan tujuan perusahaan
 - 3) Menghitung kebutuhan investasi dan biaya-biaya lain
 - 4) Pembuatan contoh secara kongkrit yang memenuhi persyaratan
 - 5) Diadakan test di dalam pasar yang terbatas untuk mengetahui reaksi konsumen
 - 6) Mengadakan perbaikan yang perlu dilakukan
 - 7) Memproduksinya dan kemudian dipasarkanUsia produk adalah jangka waktu mulai produk lahir sampai dengan tidak diminati lagi oleh konsumen/tidak laku diantara lain:
Tahapannya:
 - a) Tahap pengenalan yang dilanjutkan promosi
 - b) Tahap perluasan (pesaing mulai tertarik)
 - c) Tahap puncak (sudah mencapai batas)
- d. **Penyerta Produk**. Adalah segala sesuatu yang disertakan pada produk sebagai pelengkap yang merupakan hal-hal yang kelihatan dari luar meliputi:

- 1) **Merk (cap).** Adalah nama/ tanda pengenal yang dicantumkan pada barang
 - 2) **Label.** Adalah keterangan tentang barang
 - 3) **Pembungkus.** Adalah bagian paling luar untuk melindungi barang
- e. **Daur hidup produk.** Pada umumnya produk mengalami daur hidup. Daur hidup produk melalui beberapa tahapan yaitu pengenalan (*introduction*), pertumbuhan (*growth*) kedewasaan (*maturity*) dan penurunan (*decline*).
- 1) Tahap pengenalan yaitu tahap ketika pertama kali produk dikenalkan di pasar. Produk baru biasanya melalui tahapan tes pasar (*test marketing*) yaitu mengenalkan produk pada segmen pasar tertentu untuk menguji tanggapan pembeli
 - 2) Tahap pertumbuhan yaitu produk sudah dikenal di pasar. Penjualan mulai mengalami peningkatan. Laba yang di dapat yaitu selisih antara penjualan dan biaya mengalami puncaknya pada tahap ini
 - 3) Tahap kedewasaan yaitu pesaing telah memasuki pasar, karena itu walaupun penjualan mengalami puncaknya pada tahapan ini, laba mulai menurun karena tekanan persaingan
 - 4) Tahap penurunan yaitu produk telah tidak memenuhi lagi keinginan, selera dan kebiasaan pembeli. Respon pasar menjadi negative oleh karena itu penjualan menurun yang berimbas pada laba yang menurun pula.
- f. **Pengembangan produk.** Pengetahuan mengenai daur hidup produk akan memberikan ransangan kepada perusahaan untuk selalu mengembangkan produknya. Tahapan untuk mengembangkan produk adalah;
- 1) Mengumpulkan ide (*generation of ideas*). Sumber ide bias dari peneliti, ahli, pelanggan ataupun pemasok

- 2) Memilih ide (*screening of ideas*) dengan berbagai kriteria berbagai ide yang telah masuk dipilih yang terbaik
- 3) Menganalisis bisnis (*business analysis*). Hal yang dilakukan dalam tahap ini adalah menguji prospek pasar. Jika prospek menjanjikan, ide pengembangan bias langsung diimplementasikan
- 4) Mengembangkan produk (*product development*). Pada tahap ini perusahaan membuat prototype produk
- 5) Menguji pasar (*test marketing*). Perusahaan memilih segmen pasar (skala kecil) dan mengujicobakan produk kepada segemen tersebut dan berusaha mendapatkan reaksi pembeli
- 6) Mengkomersialkan (*commercialization*). Jika produk mendapatkan reaksi yang cukup baik, berabri produk telah siap untuk dikomersialkan yaitu diproduksi dan dijual dengan skala besar.

2. Harga

- a. **Pengertian Harga.** Adalah sejumlah yang ditambah dengan barang-barang lain (kalau ada) yang diperlukan untuk mendapatkan sesuatu barang/ kombinasi dengan pelayanannya.
- b. **Macam-macam penentuan harga**
 - 1) **Berdasarkan tujuan.** Harga dapat ditetapkan setinggi-tingginya atau serendah-rendahnya
 - 2) **Berdasarkan biaya.** Harga untuk konsumen satu dengan lain bisa berbeda
 - 3) **Berdasarkan persaingan**
- c. **Potongan Harga.** Adalah pengurangan harga, macamnya:
 - 1) **Potongan tunai.** Diberikan karena pembeli membayar dengan tunai
 - 2) **Potongan dagang.** Diberikan kepada pengecer

- 3) **Potongan kuantitas.** Diberikan kepada pembeli yang membeli satu atau beberapa macam barang dalam jumlah besar atau membeli secara ulang
- 4) **Potongan musiman.** Diberikan karena membeli barang bukan pada musimnya
- 5) **Potongan harga terhadap barang yang tidak sempurna.** Diberikan karena barang yang dibeli dalam kondisi tidak normal

3. Distribusi

- a. **Pengertian Distribusi.** Yaitu saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang kepada konsumen
- b. **Lembaga-lembaga yang menangani saluran distribusi:**
 - 1) **Produsen**, yaitu pemilik barang yang akan disalurkan
 - 2) **Konsumen**, yaitu pembeli barang yang disalurkan
 - 3) **Perantara**, yaitu yang menghubungkan produsen dengan konsumen, macamnya:
 - a). **Pedagang**, yaitu penyalur yang mempunyai hak milik atas barang-barang yang diperdagangkan:
 - **Pedagang besar**, yang melayani pedagang pengecer
 - **Pedagang pengecer**, yang melayani konsumen akhir. Macam penggolongan pedagang pengecer didasarkan pada:
 - Ukuran toko
 - Banyaknya macam produk yang dijual
 - Bentuk pemilikan
 - Metode operasinya

b). **Agen.** Yaitu perantara yang tidak mempunyai hak milik barang-barang yang diperdagangkan

c. **Macam-macam saluran distribusi**

1) **Saluran distribusi pendek.** Apabila barang yang berasal dari produsen langsung diberikan ke konsumen akhir/dari produsen langsung ke pemakai inti.

a) Untuk barang konsumen:

Produsen ----- > Konsumen

b) Untuk barang industri:

Produsen ----- > Pemakai industri

2) **Saluran distribusi panjang.** Apabila barang dari produsen ke agen, pedagang besar terakhir konsumen untuk barang konsumsi, untuk barang industri yaitu dari produsen ke agen, distributor industri baru ke pemakai industri.

1) Untuk barang konsumen:

Produsen -- > Agen -- > Pedagang besar -- > Pengecer -- > Konsumen

2) Untuk barang industri:

Produsen -- > Agen -- > Distributor industri -- > Pemakai industri

Beberapa hal pertimbangan guna memilih saluran distribusi:

a) Pertimbangan pasar (konsumen, barang, penyebarannya)

b) Pertimbangan barang, meliputi harga, volume, tingkat kerusakan

Pertimbangan perusahaan, meliputi pembiayaan, pengalaman, pengawasan

d) Pertimbangan perantara, meliputi pelayanan, keaktifan, sifat atau sikap, kontinuitas penjualan

4. Promosi

a. **Pengertian Promosi.** Adalah aktivitas penyampaian informasi, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang produk, jasa, merek, dan image perusahaan tertentu. Unsur-unsur promosi

- 1) Mendorong konsumen untuk membeli barang
- 2) Mengingatkan konsumen terhadap barang yang hampir dilupakan, tempat penjualan atau kegunaan, manfaat suatu barang
- 3) Memberitahu tentang adanya barang baru, perubahan barang, adanya pemalsuan, tersedianya barang, tempat penjualan, dsb.

b. **Manfaat promosi bagi perusahaan.** Manfaat promosi antara lain;

- 1) Menginformasikan kehadiran produk baru
- 2) Mengingatkan keberadaan produk
- 3) Mengingatkan kualitas dan keunggulan produk yang ditawarkan melebihi produk pesaingnya
- 4) Membujuk konsumen untuk melakukan pembelian
- 5) Melindungi *image* produk dan mempertahankan pangsa pasar yang dikuasai

c. **Macam-macam promosi**

- 1) **Periklanan.** Yaitu presentasi penjualan nonpersonal yang dikomunikasikan melalui media atau non media untuk mempengaruhi sejumlah besar konsumen. Tujuannya adalah 1) meningkatkan image produk tertentu, 2) meningkatkan image institusi tertentu dan 3) meningkatkan image industry. Bentuk pengiklanan dapat diklasifikasikan sebagai berikut;
 - a) Surat kabar
 - b) Majalah
 - c) Radio

- d) Televisi
 - e) Internet
 - f) E-mail
 - g) Direct mail
 - h) Telemarketing
 - i) Outdoor ads
 - j) Transportation ads
 - k) Speciality ads
- 2) **Personal Selling**. Yaitu promosi yang dilakukan dengan pertemuan antara penjual dengan pembeli, sifatnya lebih fleksibel. Tahapan pelaksanaan Personal Selling;
- 1. Identifikasi pasar sasaran
 - 2. Menghubungi pelanggan potensial
 - 3. Melakukan presentasi
 - 4. Menjawab pertanyaan
 - 5. Menutup penjualan
 - 6. Tindak lanjut
- 3) **Promosi Penjualan**. Yaitu usaha promosi melalui alat peraga, pameran, hadiah, potongan, contoh cuma-cuma, dsb
- d. **Faktor-faktor promosi**
- 1) Tersedianya dana
 - 2) Sifat-sifat pasar (siapa konsumennya, luas pasar, konsentrasi pasar)
 - 3) Sifat-sifat barang (jenis barang, dan tahapan dalam usaha produk)

Latihan Soal:

1. Jelaskan bauran pemasaran dan variable-variabel di dalamnya!
2. Jelaskan kelebihan dan kelemahan bauran promosi yang anda ketahui!
3. Jelaskan apa yang dimaksud dengan *product life cycle*!

Bacaan Lanjutan:

Lim, G., Gomez, E. T., & Wong, C. Y. (2021). Evolving State-Business Relations in an Age of Globalisation: An Introduction. *Journal of Contemporary Asia*, 1-16.

Wernaart, B. (2021). *International Law and Business: A global introduction*. Routledge.

Diebold, F. X., & Rudebusch, G. D. (2021). *Business cycles*. Princeton University Press.

Renganathan, V. (2021). *Business Intelligence: An overview*.

Wijoyo, H., Sunarsi, D., Cahyono, Y., & Ariyanto, A. (2021). *Pengantar Bisnis*. Insan Cendekia Mandiri.



SALINAN DIGITAL FOR RESTRICTED USES ONLY

BAB VIII

BISNIS DAN LINGKUNGAN

Tujuan:

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan dapat:

1. Mengetahui pengertian perbankan dan lembaga keuangan bukan bank
2. Mengetahui kebijakan-kebijakan Bank Sentral terkait kebijakan moneter

Sasaran:

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan

1. Dapat memahami dan menjelaskan pengertian perbankan, lembaga keuangan bukan bank
2. Dapat memahami dan menjelaskan kebijakan Bank Sentral terkait kebijakan moneter

A. PERBANKAN

1. Pengertian

Menurut undang-undang perbankan no. 7/1992 yang dimaksud dengan:

- a. **Bank** adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkan

kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

- b. **Bank Umum** adalah bank yang dapat memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran
- c. **Bank Perkreditan Rakyat** adalah bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
- d. **Bank Campuran** adalah Bank Umum yang didirikan bersama oleh satu atau lebih Bank Umum yang berkedudukan di Indonesia dan atau badan hukum Indonesia yang dimiliki sepenuhnya oleh warga negara Indonesia, dengan satu atau lebih bank yang berkedudukan di luar negeri.
- e. **Kantor Cabang** adalah setiap kantor bank secara langsung bertanggung jawab kepada kantor pusat bank yang bersangkutan, dengan tempat usaha yang permanen di mana kantor cabang tersebut melakukan kegiatannya
- f. **Simpanan** adalah dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank dalam bentuk giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
- g. **Giro** adalah simpanan yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, saran perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindah bukuan
- h. **Deposito berjangka** adalah simpanan yang penarikannya harus dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpan dengan bank yang bersangkutan
- i. **Tabungan** adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau alat yang dapat dipersamakan dengan itu.

- j. **Sertifikat deposito** adalah deposito berjangka yang bukti simpanannya dapat diperdagangkan
- k. **Surat berharga** adalah surat pengakuan hutang, wesel, surat obligasi, sekuritas kredit, atau setiap derivat dari surat berharga atau kepentingan lain atau suatu kewajiban dari penerbit, dalam bentuk yang lazim diperdagangkan dalam bentuk uang.
- l. **Kredit** adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak yang mewajibkan pihak pinjam meminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga, atau pembagian hasil.
- m. **Penitipan** adalah penyimpanan harta berdasarkan kesepakatan antara Bank Umum dengan penitip yang di dalamnya diterangkan bahwa Bank Umum yang bersangkutan melakukan penyimpanan harta tanpa mempunyai hak kepemilikan atas harta tersebut
- n. **Wali Amanat** adalah Bank Umum yang berdasarkan suatu perjanjian antara Bank Umum tersebut dengan emiten surat berharga, ditunjuk untuk mewakili kepentingan semua pemegang saham tersebut
- o. **Pihak Terafiliasi** adalah:
 - 1) Anggota dewan komisaris atau pengawas, direksi, pejabat, atau karyawan bank
 - 2) Anggota pengurus, badan pemeriksa, direksi, pejabat, atau karyawan bank, khusus bagi bank yang berbentuk hukum koperasi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku
 - 3) Pihak yang memberikan jasanya kepada bank yang bersangkutan, termasuk konsultan, konsultan hukum, akuntan publik, penilai

- 4) Pihak yang berdasarkan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia turut serta mempengaruhi pengelolaan bank
- p. **Rahasia Bank** adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan keuangan dan hal-hal lain dari nasabah bank yang menurut kelaziman dunia perbankan wajib dirahasiakan
- q. **Bank Indonesia** adalah Bank Sentral Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang berlaku
- r. **Dewan Moneter** adalah dewan moneter sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang berlaku
- s. **Menteri** adalah Menteri Keuangan Republik Indonesia
- t. **Pemerintah** adalah Pemerintah Republik Indonesia

2. Asas, Fungsi, dan Tujuan

Perbankan Indonesia dalam melakukan usahanya berasas demokrasi ekonomi dengan menggunakan prinsip kehati-hatian. Fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpunan penyalur dana masyarakat. Perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan perbankan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak.

3. Jenis dan Usaha Bank

Menurut jenisnya, bank terdiri dari:

- a. **Bank Umum.** Bank Umum dapat mengkhususkan diri untuk melaksanakan kegiatan tertentu atau memberikan perhatian yang lebih banyak kepada kegiatan tertentu. Usaha Bank Umum meliputi:
 - 1) Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa giro, deposito berjangka, sertifikat

- deposito, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu
- 2) Memberikan kredit
 - 3) Menerbitkan surat pengakuan hutang
 - 4) Membeli, menjual, atau menjamin atas resiko sendiri maupun untuk kepentingan dan nasabahnya:
 - a) Surat-surat wesel termasuk wesel yang diakseptasi oleh bank yang masa berlakunya tidak lebih lama daripada kebiasaan dalam perdagangan surat-surat yang dimaksud
 - b) Surat pengakuan hutang dan kertas dagang lainnya yang masa berlakunya tidak lebih lama dari kebiasaan dalam perdagangan surat-surat yang dimaksud
 - c) Kertas perbendaharaan negara dan surat jaminan pemerintah
 - d) Sertifikat Bank Indonesia (SBI)
 - e) Obligasi
 - f) Surat berharga lain yang berjangka waktu sampai dengan 1 (satu) tahun
 - g) Instrumen surat berharga lain yang berjangka waktu sampai dengan satu tahun
 - 5) Memindahkan uang baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah
 - 6) Menempatkan dana pada, meminjam dana dari, atau meminjamkan dana kepada bank lain, baik dengan menggunakan surat, sarana telekomunikasi maupun dengan wesel unjuk, cek, atau sarana lainnya
 - 7) Menerima pembayaran dari tagihan atas surat berharga dan melakukan perhitungan dengan atau antar pihak ketiga
 - 8) Menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat berharga

- 9) Melakukan kegiatan penitipan untuk kepentingan pihak berdasarkan suatu kontrak
- 10) Melakukan penempatan dana dari nasabah kepada nasabah lain dalam bentuk surat berharga yang tidak tercatat di bukti efek
- 11) Membeli melalui pelelangan agunan baik semua maupun sebagian dalam hal debitur tidak memenuhi kewajibannya kepada bank dengan ketentuan agunan yang dibeli tersebut dicairkan secepatnya
- 12) Melakukan kegiatan anjak piutang, usaha kartu kredit, kegiatan wali amanat
- 13) Menyediakan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip hasil sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah
- 14) Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan oleh sepanjang tidak bertentangan dengan undang-undang ini peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Selain melakukan kegiatan usaha sebagaimana dimaksud, Bank Umum dapat pula:

- a. Melakukan kegiatan dalam valuta asing dengan memenuhi ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia
- b. Melakukan kegiatan penyertaan modal pada bank antara perusahaan lain dibidang keuangan, seperti sewa guna usaha modal ventura, perusahaan efek, asuransi, serta lem kliring penyelesaian dan penyimpanan, dengan memenuhi ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia
- c. Melakukan kegiatan penyertaan modal sementara untuk mengambil akibat kegagalan kredit, dengan syarat harus menarik kembali penyertaannya, dengan memenuhi ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia

- d. Bertindak sebagai pendiri dana pensiun dan pengurus dana pensiun sesuai dengan ketentuan dalam peraturan perundang-undangan dana pensiun yang berlaku

Dalam memberikan kredit, Bank Umum wajib mempunyai keyakinan atas kemampuan dan kesanggupan debitur untuk melunasi hutangnya sesuai dengan yang diperjanjikan.

- a. Bank Umum yang menyelenggarakan kegiatan penitipan, bertanggung jawab untuk menyimpan harta milik penitip, dan memenuhi kewajiban lain sesuai dengan kontrak
- b. Harta yang ditiptkan wajib dibukukan dan dicatat secara tersendiri
- c. Dalam hal bank mengalami kepailitan, semua harta yang ditiptkan pada bank tersebut tidak termasuk dalam harta kepailitan dan wajib dikembalikan kepada penitip yang bersangkutan

Ketentuan yang berlaku terhadap Bank Umum:

- a. Bank Indonesia menetapkan ketentuan mengenai batas maksimum pemberian kredit, pemberian jaminan penempatan investasi surat berharga, atau hal lain yang serupa, yang dapat dilakukan oleh bank kepada peminjam atau sekelompok peminjam yang terkait, termasuk kepada perusahaan-perusahaan dalam kelompok yang sama dengan bank yang bersangkutan.
- b. Batas maksimum sebagaimana dimaksud dalam no. (a) tidak boleh melebihi 30% (tiga puluh persen) dari modal bank sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh BI.
- c. Bank Indonesia menetapkan ketentuan mengenai batas maksimal pemberian kredit, pemberian jaminan, pe-

nempatan investasi surat berharga atau hal lain yang serupa yang dapat dilakukan oleh bank kepada:

- 1) Pemegang saham yang memiliki 10% (sepuluh persen) atau lebih dari modal yang disetor bank
 - 2) Anggota dewan komisaris
 - 3) Anggota direksi
 - 4) Keluarga pihak sebagaimana dimaksud dalam huruf 1, huruf 2, dan huruf 3
 - 5) Perusahaan-perusahaan yang didalamnya terdapat kepentingan dari pihak-pihak sebagaimana dimaksud dari huruf 1, huruf 2, huruf 3 dan huruf 4
- d. Batas maksimum sebagaimana dimaksud dalam no. (c) tidak boleh melebihi 10 % (sepuluh persen), dari modal biasa yang sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia
- e. Pelaksanaan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam no. (a) dengan wajib dilaporkan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia

Pemerintah dapat menugaskan Bank Umum untuk melaksanakan program pemerintah guna mengemban sektor-sektor perekonomian tertentu, atau memberikan perhatian yang lebih besar pada koperasi dan pengusaha golongan ekonomi lemah/pengusaha kecil dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak, berdasarkan ketentuan yang diatur lebih lanjut dengan peraturan pemerintah.

b. **Bank Perkreditan Rakyat**

Usaha Bank Perkreditan Rakyat meliputi:

- a) Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu
- b) Memberikan kredit

- c) Menyediakan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam peraturan pemerintah
- d) Menempatkan dananya dalam bentuk Sertifikat Bank Indonesia (SBI) deposito berjangka, sertifikat deposito, dan atau tabungan pada bank lain.

Bank Perkreditan Rakyat dilarang:

- a) Menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran
- b) Melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing
- c) Melakukan penyertaan modal
- d) Melakukan usaha perasuransian
- e) Melakukan kegiatan lain yang diijinkan oleh Bank Indonesia

4. Bank Sentral

Sebagaimana kita ketahui bahwa Bank Sentral di Indonesia ialah Bank Indonesia. Bank Indonesia juga bertindak sebagai bank sirkulasi. Fungsi serta tugas Bank Indonesia diatur dengan undang-undang nomer 13 tahun 1968 (Undang-Undang pokok perbankan), yang disebutkan bahwa Bank Indonesia adalah milik negara dan merupakan badan hukum. Bank Indonesia dipimpin oleh direksi yang terdiri dari seorang Gubernur, dan 5-7 orang Direktur yang diangkat oleh Presiden. Berdasarkan undang-undang nomer 13 tahun 1968 tersebut yang menjadi tugas pokok Bank Indonesia adalah:

- a. Mengatur, menjaga dan memelihara kestabilan nilai rupiah
- b. Mendorong kelancaran produksi dan pembangunan serta memperbanyak kesempatan kerja guna peningkatan taraf hidup rakyat.

Tugas pokok tersebut dapat diperinci lagi menjadi:

- a. Sebagai Bank Sirkulasi, Bank Indonesia mempunyai hak Cuma untuk mengedarkan uang kertas dan uang logam, yang merupakan alat pembayaran yang sah
- b. Sebagai Bank Sentral, Bank Indonesia adalah bank pusat bagi bank-bank lainnya, dimana urusan perbankan dan perkreditan rakyat Indonesia bertugas antara lain:
 - 1) Menunjukkan perkembangan yang sehat dari urusan kredit perbankan
 - 2) Membina perbankan dengan jalan memperluas, memperlancar, mengatur lalu lintas pembayaran giral dan menyelenggarakan clearing antar bank
 - 3) Menetapkan ketentuan-ketentuan umum tentang solvabilitas dan liquiditas bank-bank
 - 4) Memberikan bimbingan kepada bank-bank guna penatalaksanaan bank secara sehat
 - 5) Meminta laporan dan mengadakan pemeriksaan terhadap segala aktifitas bank guna mengawasi pelaksanaan ketentuan-ketentuan perbankan
 - 6) Menetapkan tingkat dan struktur bunga
 - 7) Menetapkan pembatasan kualitatif dan kuantitatif atas pemberian kredit oleh perbbankan
 - 8) Memberikan kredit liquiditas kepada bank-bank
 - 9) Dapat mengadakan ketentuan-ketentuan yang bertalian dengan penggunaan dana-dana oleh lembaga-lembaga keuangan
 - 10) Mendorong penyerahan dana-dana masyarakat oleh perbankan untuk tujuan usaha pembangunan yang produktif dan berencana
 - 11) Memindahkan uang, baik dengan pemberitahuan secara telegram (*telegraphic transfer* = TT _ maupun dengan surat (*mail transfer* = MI), membeli dan menjual kertas-kertas perbendaharaan negara.

- c. Sebagai pemegang kas pemerintah, Bank Indonesia:
 - 1) Bertindak sebagai pemegang kas pemerintah
 - 2) Menyelenggarakan pemindahan uang untuk pemerintah
 - 3) Memberikan kredit kepada pemerintah dalam bentuk rekening koran
 - 4) Serta membantu pemerintah dalam penempatan surat-surat utang negara

- d. Dalam hubungan internasional Bank Indonesia bertugas antara lain:
 - 1) Sebagai penyusun rencana devisa dengan memperhatikan posisi liquiditas dan solvabilitas internasional untuk diajukan kepada pemerintah melalui dewan moneter
 - 2) Mengawasi, mengurus dan menyelenggarakan tata usaha cadangan emas dan devisa negara
 - 3) Mengawasi dan mengkoordinir pembayar internasional

- e. Bank Sentral sebagai pelaksana kebijaksanaan moneter yang disusun oleh dewan moneter. Dewan moneter bertugas membantu pemerintah dalam merencanakan dan menetapkan kebijaksanaan moneter, dengan mengajukan patokan-patokan dalam rangka usaha menjaga kestabilan moneter, kesempatan kerja penuh peningkatkan taraf hidup masyarakat. Dimana dewan moneter terdiri atas 3 (tiga) anggota yaitu:
 - 1) Menteri keuangan sebagai ketua
 - 2) Menteri yang membidangi perekonomian
 - 3) Dan gubernur Bank Indonesia

Kebijaksanaan moneter yang dilakukan oleh Bank Sentral yang bersifat:

- a. *Quantitatif control policy* (kebijaksanaan pengawasan kuantitas)
- b. *Qualitatif control policy* (kebijaksanaan pengawasan kualitas)

Kebijaksanaan yang bersifat kuantitas kontrol/ kebijaksanaan pengawasan tuntas dimaksudkan sebagai kebijaksanaan yang ditekankan untuk membatasi jumlah uang yang beredar (jub). Alat (instrumen) yang biasa digunakan untuk melaksanakan kebijaksanaan ini adalah:

- a. *Rediscount Rate Policy*
- b. *Reserves Requirement Policy*
- c. *Open Market Operation*

REDISCOUNT RATE POLICY

Kebijaksanaan ini dilakukan dengan melihat situasi dunia usaha:

1. *Rediscount rate* dinaikkan jika oleh pemerintah disarankan bahwa terlalu banyaknya JUB. Dengan dinaikannya tingkat *rediscount* ini diharapkan bahwa oleh bank-bank umum akan dinaikkan bunga pinjamannya (agar pendapatan Bank Umum tetap) sehingga diharapkan masyarakat mengurangi hasrat mengambil kredit bank. Akibat akhirnya JUB diharapkan berkurang.
2. Sebaliknya, *rediscount rate* diturunkan dengan tujuan untuk merangsang kegiatan usaha, karena dengan demikian Bank Umum akan memberikan tingkat bunga yang lebih rendah dengan harapan masyarakat mau mengambil kredit untuk memperluas usahanya.

RESERVES REQUIREMENT POLICY

Kebijaksanaan ini merupakan faktor penentu bagi kelebihan cadangan bank (*Bank Excess Reserves*), dan kemampuan Bank Umum untuk mengembangkan kredit. Penjelasan lebih lanjut tentang mekanisme kebijaksanaan ini akan dibahas pada uraian tentang Bank Umum. Mekanismenya, jika pemerintah ingin menambah JUB, maka Bank Sentral menganjurkan agar bank-bank umum menurunkan ketentuan besarnya *reserve requirement*, ini dimaksudkan agar kemampuan menciptakan kredit lebih besar karena dengan turunnya ketentuan *reserve ratio* berarti ada kenaikan *excess reserve* yang selanjutnya dapat meningkatkan kemampuan bank-bank umum untuk melakukan ekspansi kreditnya. Dan sebaliknya jika pemerintah bermaksud mengurangi JUB, maka Bank Sentral menaikkan ketentuan *reserve ratio* agar supaya *excess reserve* bank-bank umum berkurang sehingga kemauan untuk mengadakan ekspansi kredit berkurang juga.

OPEN MARKET POLICY

Kebijaksanaan ini diartikan sebagai jual/beli surat-surat berharga pemerintah dengan tujuan mengurangi/menambah JUB. Jika pemerintah ingin mengurangi JUB maka Bank menjual obligasi pemerintah agar dibeli oleh masyarakat. Sebaliknya jika pemerintah ingin menambah JUB maka Bank Sentral membeli obligasi pemerintah yang ada di masyarakat. Efektifitas dari kebijaksanaan ini tergantung pada situasi dunia usaha dan pada kelebihan cadangan bank-bank umum (*excess reserve*). Karena lewat bank-bank umumlah Bank Sentral membeli surat-surat berharga tersebut. Efektifitas dari kebijaksanaan (*quantitative control policy*) sangat tergantung dari ketaatan bank-bank umum pada kebijaksanaan ini. Dan juga bantuan *maindred* dari anggota masyarakat. Untuk membantu lancarnya akibat efektifnya dari kebijaksanaan diatas

diperlukan kebijaksanaan yang bersifat kualitatif (*qualitative control policy*), yang berupa:

1. **Margin Requirement.** *Margin Requirement* adalah perbedaan antara nilai pasar daripada obligasi dengan nilai hutang maksimumnya. Dengan kebijaksanaan ini dimaksudkan agar masyarakat tertarik kepada obligasi pemerintah. Sehingga diharapkan masyarakat mau membeli/ menjual obligasi tersebut.
2. **Direct Actions.** *Direct Actions* dimaksudkan sebagai tindakan langsung dari Bank Sentral terhadap Bank-Bank Umum, dalam artian bahwa Bank Sentral memberikan peringatan/ teguran langsung bagi penyelewengan yang dilakukan oleh Bank-Bank Umum. Dan juga Bank Sentral melakukan “*moral situation*” terhadap Bank-Bank Umum agar mau mentaati dan melaksanakan kebijaksanaan yang telah digariskan pemerintah.

B. ASURANSI

1. Arti Asuransi

Asuransi atau dalam bahasa Belanda “*verzekering*” berarti pertanggungan. Dalam suatu asuransi terlibat dua pihak, yaitu: yang satu sanggup menanggung atau menjamin, bahwa pihak lain akan mendapat penggantian suatu kerugian yang mungkin akan ia derita sebagai akibat dari suatu peristiwa yang semula belum tentu akan terjadi atau semua belum tentu dapat ditentukan saat akan terjadinya.

Suatu kontra prestasi dari prestasi dari pertanggungan ini, pihak yang ditanggung itu, diwajibkan membayar sejumlah uang kepada pihak yang menanggung uang tersebut akan tetap menjadi milik pihak yang menanggung, apabila kemudian ternyata peristiwa yang dimaksudkan itu tidak terjadi.

Pasal 246 Kitab Undang-Undang Perniagaan menentukan bahwa asuransi pada umumnya adalah suatu persetujuan dimana pihak yang menjamin berjanji kepada pihak yang

dijamin, untuk menerima sejumlah uang premi sebagai pengganti kerugian yang mungkin akan diderita oleh yang dijamin, karena akibat dari suatu peristiwa yang belum jelas atau terjadi.

Tiga unsur Asuransi:

Dari pengertian asuransi diatas, ternyata ada tiga unsur tentang pengertian asuransi yaitu:

1. **Unsur ke 1:** Pihak terjamin berjanji membayar uang premi kepada pihak penjamin, sekaligus atau dengan berangsur-angsur.
2. **Unsur ke 2:** Pihak penjamin berjanji akan membayar sejumlah uang kepada terjamin, seklaigus atau berangsur-angsur apabila terlaku unsur ke 3.
3. **Unsur ke 3:** Suatu peristiwa yang semua belum jelas akan terjadi.

2. Pembagian Asuransi

- a. **Asuransi Ganti Kerugian.** Dalam asuransi ganti kerugian, si penjamin berjanji akan mengganti kerugian tertentu yang diderita oleh si terjamin, contohnya: Asuransi kebakaran, asuransi laut dan asuransi angkutan darat.
- b. **Asuransi Sejumlah Uang.** Dalam asuransi sejumlah uang si penjamin berjanji akan membayar uang yang jumlahnya sudah ditentukan sebelumnya, jika disandarkan pada suatu kerugian tertentu, contohnya: Asuransi jiwa dan asuransi kecelakaan.
- c. **Asuransi Campuran.** Asuransi yang bersifat campuran antara asuransi ganti kerugian dan asuransi sejumlah uang, sehingga sering sukar mengadakan batas yang tegas antara dua macam asuransi ini, contoh: Asuransi sakit.

- d. **Asuransi Secara Premi.** Dalam asuransi secara premi, ada suatu perusahaan asuransi disatu pihak yang mengadakan persetujuan asuransi dengan masing-masing pihak terjamin. Diantara para pihak terjamin, tidak ada hubungan hukum sama sekali.
- e. **Asuransi Saling Menjamin.** Dalam asuransi saling menjamin ada suatu persetujuan perkumpulan yang terdiri dari semua para pihak terjamin selaku anggota. Mereka tidak membayar premi, melainkan membayar semacam iuran kepada pengurus perkumpulan.

Macam-Macam Asuransi:

Pasal 247 Kitab Undang-Undang Hukum Perniagaan menyebutkan 5 macam asuransi, yaitu:

- a. Asuransi terhadap kebakaran
- b. Asuransi terhadap bahaya hasil-hasil pertanian
- c. Asuransi terhadap kematian orang (asuransi jiwa)
- d. Asuransi terhadap bahaya di laut dan pembajakan
- e. Asuransi terhadap bahaya dalam pengangkutan di darat dan di sungai-sungai

3. Bentuk dan Cara Mengadakan Asuransi

Pasal 225 menentukan, bahwa semua asuransi harus dibentuk secara tertulis dengan suatu akte yang dinamakan polis. Isi dari polis diantaranya sebagai berikut:

- a. Hari pembentukan asuransi
- b. Nama pihak terjamin yang menyetujui terbentuknya asuransi yaitu atas tanggungannya sendiri atau tanggungannya orang lain
- c. Penyebutan yang cukup jelas tentang hal atau obyek yang dijamin
- d. Jumlah uang untuk mana di dalam jaminan (uang asuransi)
- e. Bahaya-bahaya yang ditanggung oleh si penjamin

- f. Mulai drai akhir tenggang waktu dalam mana diadakan oleh penjamin
- g. Uang premi yang harus dibayar oleh si terjamin

Isi Polis untuk Asuransi Kebakaran:

1. Letaknya barang-barang yang bergerak yang dijamin, semua barang-barang yang menempel atau yang berdekatan
2. Pemakaian barang-barang yang dijamin untuk apa
3. sifat dan pemakaian bangunan-bangunan yang menempel atau berdekatan, sekedar ada berpengaruh pada jaminan ini
4. nilai harga dari barang-barang yang dijamin
5. terletakinya bangunan-bangunan atau tempat-tempat dimana barang yang bergerak dijamin berada atau disimpan, serta barang-barang yang menempel atau berdekatan dengan bangunan-bangunan tempat-tempat itu.

Isi Polis untuk Asuransi Hasil-Hasil Pertanian:

Menurut letak perkebunan yang hasil pertaniannya dijamin, barang-barang yang berdekatan dengan perkebunan itu.

Isi Polis untuk Asuransi Laut

1. Nama nahkoda dan nama kapal, dengan disebutkan namanya yang dipakai untuk mengangkut barang-barang yang dijamin, atau yang dijamin itu kapalnya sendiri, maka harus disebutkan dari apa kapal itu dibuat
2. Tempat dimana barang-barang yang dijamin telah atau akan diletakkan dalam kapal
3. Pelabuhan darimana kapalnya harus berangkat
4. Pelabuhan-pelabuhan dimana kapalnya harus membongkar muatan-muatan
5. Pelabuhan dimana kapalnya harus singgah

6. Tempat dimana bahaya bagi barang-barang yang dijamin mulai ditanggung oleh pihak penjamin
7. Nilai harga kapal yang dijamin

Isi Polis untuk Asuransi Angkutan Darat dan Sungai

1. Waktu dalam mana perjalanan pengangkutan harus selesai, apabila waktu itu dalam surat pengangkutan ditentukan
2. Apakah perjalanan pengangkutan itu harus dilakukan terus menerus atau dapat dihentikan sementara di tengah jalan
3. Nama nahkoda kapal sungai atau nama sopir atau kusir dari kendaraan pengangkutan atau nama seorang pengangkut yang menyanggupkan pengangkutannya

Isi Polis Asuransi Jiwa:

1. Hari diadakan asuransi jiwa
2. Nama pihak yang dijamin
3. Nama orang yang pembayaran asuransinya diperuntukkan pada wafatnya
4. Waktu mulai dan waktu terhentinya resiko bagi si penjamin
5. Jumlah yang dijamin (uang asuransi)
6. Uang premi yang harus dibayar oleh pihak yang dijamin

Kesimpulan:

Asuransi berarti pertanggungan. Dalam suatu asuransi terlibat 2 pihak, yaitu: yang menanggung atau yang menjamin dan yang terjamin. Adapun unsur-unsur yang ada dalam asuransi-asuransi terjamin, pihak penjamin dan suatu peristiwa.

Asuransi terbagi menjadi: asuransi ganti kerugian, asuransi sejumlah uang, asuransi campuran, asuransi secara premi, asuransi saling menjamin.

Menurut pasal 247 kitab Undang-Undang Hukum Perniagaan menyebutkan terdapat 6 macam asuransi, yaitu: Asuransi kebakaran, asuransi hasil pertanian, asuransi jiwa, asuransi laut, asuransi pengangkutan darat dan sungai. Semua asuransi tersebut harus dibentuk secara tertulis dengan suatu akte yang dinamakan polis. Isi polis untuk tiap-tiap jenis asuransi terdapa perbedaan.

C. PERPAJAKAN

Ditinjau dari sejarahnya masalah pajak sudah ada sejak jaman dahulu kala walaupun namanya belum dinamakan “pajak”. Beberapa istilah pajak: *tax/belasting/jiszak/flanchon*. Definisi tentang pajak menurut dirjen pajak tahun 1975/1980 adalah: Iuran kepada negara berdasarkan undang-undang yang pelaksanaannya dapat dipaksakan tanpa mendapatkan imbalan jasa secara langsung yang berwujud guna keperluan pembiayaan umum negara.

Ciri-ciri pajak:

1. Dapat dipaksakan secara yuridis (dipungut berdasarkan UU)
2. Tidak dapat diterima langsung prestasi negara
3. Dipungut oleh instansi yang berwenang
4. Berfungsi *budgetair* dan *regulerelement*
5. Untuk keperluan pembiayaan

Dasar Hukum Perpajakan:

1. UUD 45 pasal 23 (2). “Segala pajak untuk keperluan negara berdasarkan Undang-Undang”. Dari penjelasan ayat 2: APBN harus dengan persetujuan DPR. Keuangan negara yang kita ambil harus disetujui perwakilan rakyat.
2. **Landasan Strategi Perpajakan.** Bab IV Tap MPR/ IV/ 78 yaitu tentang GBHN (Tap-tap yang lain tentang GBHN).

3. Landasan Hukum Lain

- UU No. 6/83 tentang Kitab UU Tatacara Perpajakan
- UU No. 7/83 tentang PPh (Pajak Penghasilan)
- UU No. 8/83 tentang *Value Added Tax* (Pajak Pertambahan Nilai atas barang dan jasa dan PPh atas barang mewah)
- UU No. 12/85 tentang PBB
- UU No. 13/85 tentang Bea Meterai

Hambatan Pemungutan Pajak:

Jika ditinjau dari pengertian dan fungsi dari pajak bahwa pajak merupakan sumber keuangan negara dalam melaksanakan pemerintahan dan pembangunan.

Pemungutan pajak sudah dengan rakyatnya maka sudah sewajarnya kalau masyarakat sadar akan kewajibannya di bidang perpajakan yaitu membayar pajak sesuai dengan UU yang berlaku.

Namun dalam kenyataannya banyak hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan pemungutannya. Hambatan tersebut yang sering dikatakan perlawanan secara pasif dan aktif.

Perlawanan Aktif:

Meliputi semua usaha dan perbuatan yang secara langsung ditujukan terhadap fiscus yang bertujuan menghindari pajak. Dalam perlawanan aktif ini nyata-nyata ada usaha dari wajib pajak untuk tidak membayar pajak.

Pembagian pajak:

1. Pajak langsung dan tidak langsung
2. Pajak pusat dan daerah

Pajak langsung:

1. Pengertian secara administrasi adalah pajak dipungut secara periodik dan dipungut dengan memakai SKP
2. Pengertian secara ekonomis adalah pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak itu sendiri (beban pajak ditangani sendiri).

Pajak tidak langsung:

1. Pengertian secara administrasi adalah pajak yang dipungut kalau ada perbuatan atau peristiwa tertentu, dan dipungut tanpa SKP
2. Pengertian secara ekonomis adalah beban pajaknya bisa digeserkan kepada orang lain.

Pajak pusat:

1. Pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat melalui departemen keuangan dalam rangka mengisi APBN.

Fiscus di bawah departemen keuangan antara lain:

1. Dirjen Pajak
2. Bea Cukai
3. Moneter Dalam Negeri
4. Moneter Luar Negeri
5. Direktorat Anggaran
6. BPKP

Pajak daerah:

1. Pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dalam rangka menjalankan hak otonomi dan dalam rangka mengisi APBD tingkat I dan tingkat II

Pajak Penghasilan (PPh)

Ciri-ciri:

1. Diundangkan oleh UU No. 7/83 tgl 31 Desember 1983

2. Merupakan pajak langsung
3. Mengetahui gaya pajak
4. Termasuk pajak pusat atau negara

Yang menjadi objek dalam PPh adalah penghasilan itu sendiri.

Penghasilan adalah: Setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang bersangkutan baik yang di Indonesia atau diluar Indonesia yang dapat dipakai untuk konsumsi menambah kekayaan dengan nama dan dalam bentuk apapun. Yang termasuk dalam penghasilan:

1. Gaji, bonus, upah, komisi, uang pensiun, imbalan lain dari pekerjaan yang dilakukan
2. Honorarium, hadiah, undian, dan penghargaan
3. Laba bruto usaha
4. Keuntungan karena penjualan atau karena pengalihan harta
5. Bunga
6. Dividen
7. Pembayaran royalti
8. Penerimaan (perolehan) pembayaran berkala

Latihan Soal:

1. Jelaskan pengertian bank dan lembaga-lembaga keuangan bukan bank
2. Jelaskan tugas-tugas Bank Sentral, Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat!
3. Jelaskan apa yang dimaksud dengan;
 - a. *Rediscount Rate Policy*
 - b. *Reserves Requirement Policy*
 - c. *Open Market Operation*

Bacaan Lanjutan:

Lim, G., Gomez, E. T., & Wong, C. Y. (2021). Evolving State-Business Relations in an Age of Globalisation: An Introduction. *Journal of Contemporary Asia*, 1-16.

Wernaart, B. (2021). *International Law and Business: A global introduction*. Routledge.

Diebold, F. X., & Rudebusch, G. D. (2021). *Business cycles*. Princeton University Press.

Renganathan, V. (2021). *Business Intelligence: An overview*.

Wijoyo, H., Sunarsi, D., Cahyono, Y., & Ariyanto, A. (2021). *Pengantar Bisnis*. Insan Cendekia Mandiri.



**SALINAN DIGITAL
FOR RESTRICTED USES ONLY**

BAB IX

SISTEM PEREKONOMIAN

Tujuan:

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan dapat:

1. Mengetahui pengertian system perekonomian yang ada di dunia

Sasaran:

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan;

1. Dapat memahami dan menjelaskan berbagai system perekonomian yang ada di dunia

Setiap pengusaha atau pemimpin pers sebaiknya mengetahui dalam sistem perekonomian yang bagaimana dia sedang bergerak. Sebab hal tersebut akan membantu dan mempermudah dalam memecahkan masalah yang bersangkutan di hadapi sehari-hari.

Campur tangan pemerintah atau kebijaksanaan pemerintah dibidang ekonomi tentu berbeda-beda bagi masing-masing sistem perekonomian. Berikut sistem-sistem perekonomian dari sudut historisnya, dan paham-paham tersebut tidaklah selalu yang satu menggantikan yang lain meskipun pada beberapa negara memang terjadi demikian. Sistem-

sistem perekonomian itu yang akan dibicarakan secara singkat:

Merchantilisme, Kapitalisme, Komunisme, dan Sosialisme

A. **MERCHANTILISME**

(Sosiologi) ada tiga macam sistem perekonomian yang berlaku di Eropa yang secara berturut-turut yaitu:

1. **Perekonomian Tersendiri**

Pada sistem perekonomian ini belum ada tukar menukar ekonomi pada umumnya bersifat setempat dan mencapai diri sendiri. Pada masa itu setiap keluarga memproduksi segala apa yang dibutuhkan.

2. **Kerajinan dan Pertukaran**

Pada sistem perekonomian ini tukar menukar (barang) menjadi hal yang umum. Pada masa perekonomian kedapatan apa yang disebut dengan perekonomian feodal. Kelihatan orang-orang yang bekerja di lapangan pertanian dengan pimpinan kaum bangsawan. Susunan masyarakat pada masa itu sedemikian rupa sehingga seorang bangsawan dapat mengatakan bahwa semua kekuasaan yang ada padanya untuk memimpin masyarakat di lingkungannya. Kehidupan yang dialami seseorang menurut pendapat pada masa itu merupakan nasib yang sudah ditakdirkan Tuhan.

Kedua sistem tersebut diatas (Perekonomian tersendiri dan Kerajinan dan Pertukaran) disebut masa sebelum *Kapitalisme/ Prapitalisme*.

3. **Kapitalisme**

Pada akhir abad pertengahan lahirlah banyak negara-negara nasional yang menggantikan negara-negara feodal. Pada masa inilah timbul masa *kapitalisme* muda. Tetapi sama ini lebih terkenal dengan nama *Merchantilisme*.

Negara nasional yang baru timbul itu berusaha menumpas kekuasaan tuan-tuan tanah atau kaum feodal untuk memperkuat kedudukan ekonomi negara. Berdasarkan atas faham *mercantilisme*, negara berusaha endapatkan emas sebanyak mungkin melalui perdagangan luas negeri. Menurut sumber faham ini, sumber kekayaan adalah perdagangan. Diusahakan agar nilai eksport lebih tinggi dari pada nilai import. Kelebihan inilah yang harus dibayar oleh luar negeri dengan emas.

Sebagai akibat faham ekonomi, mengalirilah emas kedalam negeri kekayaan tersebut dapat digunakan untuk menyewa serdadu-serdadu untuk menumpas segala pemberontakan yang mungkin timbul.

B. *KAPITALISME*

Sistem perekonomian yang diajarkan kaum merkantilis menitikberatkan pada perdagangan luar negeri yang tidak mementingkan pada usaha pertanian ditentang oleh kaum *Physiocrat*. *Physiocratism*, faham baru yang dianjurkan oleh *Quesnay* (1974 - 1976) berpendapat pertanian sajalah yang produktif, perniagaan tidaklah produktif karena hanya mengedarkan hasil pertanian. Sumber kemakmuran adalah pertanian.

Demikian pula faham *physiocrata* yang mengatakn produk itu hanya terbatas pada usaha-usaha pertanian, tidaklah merupakan suatu faham lama yang dikuti sehingga mulai ditinggalkan orang-orang dan digantikan oleh sistem perekonomian kapitalisme. Kapitalisme mula-mula berkembang di Inggris dipertengahan abad ke 18. tokoh kapitalisme **Adam Smith** yang terkenal dengan bukunya yang berjudul "*The Wealth of Nation*".

Ajaran pokok dari gerakan besar itu adalah kebebasan perseorangan. Dijalan revolusi Perancis, terkenal dengan semboyan "*Libertie, Egalitie, Fratennite*" yang berarti =di-

bidang perekonomian gerakan tadi terjelma dengan adanya kebebasan perseorangan dalam lapangan perekonomian, apabila menurut *Merchantilis* kebebasan perseorangan hanya dibidang export, menurut *kapitalis* orang harus mempunyai kebebasan yang sungguh-sungguh disetiap sektor ekonomi. Campur tangan pemerintah dibidang perekonomian tidak perlu, sebab dengan demikian akan tercipta kemakmuran sebesra-besarnya bagi masyarakat.

Ada 4 sifat pokok yang amat penting pada sistem Kapitalisme:

1. Hak milik atas barang-barang modal atau alat-alat produksi seperti tanah, mesin-mesin, dan sumber-sumber alam ditangan perseorangan
2. Prinsip ekonomi pasar, menurut prinsip ini harga barang dan jasa-jasa ditentukan oleh permintaan dan penawaran
3. Persaingan bebas. Dalam sistem perekonomian kapitalisme persaingan bebas dapat terjamin. Ini berasal dari adanya empat kebebasan kapitalis yang pokok, yaitu:
 - a. Kebebasan untuk berdagang dan mempunyai pekerjaan
 - b. Kebebasan untuk mengadakan kontrak
 - c. Kebebasan hak milik
 - d. Kebebasan untuk membuat untung
4. Prinsip keuntungan. Terbuka kesempatan bagi setiap orang untuk mengecap keuntungan.

C. KOMUNISME

Sistem perekonomian *Komunisme* terdapat di beberapa negara dulu di Rusia dan di RRC. Dalam sistem perekonomian *komunisme*, perasanan pasar untuk menentukan arah produksi hampir tak ada. Kalau sistem perekonomian *kapitalisme* dapat disebut Ekonomi Pasar, maka sistem perekonomian *komunisme* dapat disebut Ekonomi Perintah, yang bersifat

totalisme dengan putusan-putusan ekonomi yang dibuat oleh pusat. Dalam sistem ekonomi *komunisme* negaralah yang menetapkan kepada setiap orang.

1. Dimana harus bekerja
2. Pekerjaan apa yang harus dipilih
3. Apa yang harus dihasilkan
4. Berapa harga yang harus ditetapkan

Produksi, konsumsi dan distribusi diatur oleh dengan peraturan dan tidak ada tempat bagi *private enterprise*. Mengenai sistem perekonomian tersebut dasarnya yaitu:

1. Hak milik seseorang dihapuskan. Tanah, tanah, perusahaan, perniagaan dan semua alat-alat produksi jadi milik negara/pemerintah.
2. Yang menentukan bentuk kerja untuk setiap orang dan membagi kerja ialah pemerintah. Seseorang tak diperbolehkan memilih pekerjaannya.
3. Segala lapangan ekonomi dikuasai pemerintah dan diatur menurut rencana yang ditetapkan untuk beberapa tahun (biasanya lima tahun)
4. Pengangkutan didarat, dilaut, udara, semuanya kepunyaan pemerintah
5. Perniagaan diluar negeri diurus pemerintah

Dalam ekonomi *komunisme* tidak adanya persaingan. Padahal kalau ditinjau dari sudut ekonomi, persaingan dapat dibenarkan. Dengan adanya persaingan, maka senantiasa setiap orang harus selalu waspada terhadap perubahan-perubahan yang terjadi di pasar dan selalu berusaha menambah efisiensi untuk memperbaiki kemungkinan baginya dipasar. Dorongan yang tetap ada untuk selalu mengatasi saingan-saingan akan menghasilkan barang-barang atau jasa-jasa yang lebih baik harga yang lebih rendah dan pada akhirnya tingkat hidup yang lebih tinggi bagi semua.

D. SOSIALISME

Ada orang yang berpendapat bahwa *sosialisme* dan *komunisme* merupakan dua hal yang semacam. Kedua-duanya mewakili cara-cara berpikir dan hidup yang tidak dapat dipersamakan.

Didalam sistem perekonomian *sosialis*, ada pasar bebas yang merupakan alat penting bagi penyesuaian ekonomi. Dewan ini dalam sistem perekonomian sosial, *nasionalisme* harusnya dijalankan bila penilaian umum akan lebih bermanfaat bagi kesejahteraan bangsa dari pemilikan perseorangan sehingga sistem perekonomian *sosialisme* lebih mendekati sistem perekonomian *kapitalis*.

Bila dilihat perekonomian Indonesia, sekarang jelas bahwa yang dianut adalah cenderung kepada sistem perekonomian *sosialis*, tetapi dengan mendasarkan diri kepada Pancasila dan UUD'45 pasal 23,27,33,34 pada UUD'45 menjadi ciri dari penerapan demokrasi ekonomi Indonesia yang mengandung ciri-ciri sebagai berikut:

1. Perekonomian disusun dengan usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan
2. Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara menguasai hajat hidup orang banyak
3. Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung didalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan sepenuhnya untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.
4. Sumber-sumber kekayaan negara digunakan dengan pemanfaatan lembaga-lembaga perwakilan rakyat pula
5. Warga negara memiliki kebebasan dalam memilih pekerjaan yang dikehendaki serta mempunyai hak akan pekerjaan dan penghidupan yang layak
6. Hak milik perorangan diakui dan pemanfaatannya tidak boleh bertentangan dengan kepentingan rakyat

7. Formasi, insiasif dan daya kreasi setiap warga negara diperkembangkan sepenuhnya dalam batas-batas yang tidak merugikan kepentingan umum
8. Fakir miskin dan anak-anak yang terlantar dipelihara oleh negara

Dari ciri-ciri tersebut nampak bahwa sistem perekonomian Indonesia memelihara keseimbangan diantara *sosialisme* manusia dan *kapitalisme* manusia. Ada ciri-ciri negatif yang harus dihindarkan dalam sistem perekonomian Indonesia, yaitu:

1. *Free Light Liberalism*, yaitu: menimbulkan eksploitasi terhadap manusia dan bangsa lain, sistem ini ada pada sistem *kapitalis*.
2. Sistem *Etatisme*, yaitu peranan negara serta aparaturnya sangat penting. Walaupun penting tapi tak dominan. Jadi negara-negara swasta tumbuh saling berdampingan artinya tidak ada dominasi satu dengan yang lain, inilah yang menciptakan demokrasi ekonomi.
3. Monopoli tidak boleh tumbuh dalam sistem perekonomian Indonesia.

Latihan soal:

1. Jelaskan apa yang dimaksud dengan:
 - a. System perekonomian merkantilisme
 - b. System perekonomian kapitalisme
 - c. System perekonomian sosialisme
2. Jelaskan system demokrasi ekonomi dan kelebihan-kelebihannya!

Bacaan Lanjutan:

Lim, G., Gomez, E. T., & Wong, C. Y. (2021). Evolving State-Business Relations in an Age of Globalisation: An Introduction. *Journal of Contemporary Asia*, 1-16.

Wernaart, B. (2021). *International Law and Business: A global introduction*. Routledge.

Diebold, F. X., & Rudebusch, G. D. (2021). *Business cycles*. Princeton University Press.

Renganathan, V. (2021). *Business Intelligence: An overview*.

Wijoyo, H., Sunarsi, D., Cahyono, Y., & Ariyanto, A. (2021). *Pengantar Bisnis*. Insan Cendekia Mandiri.



**SALINAN DIGITAL
FOR RESTRICTED USES ONLY**

BAB X

PERDAGANGAN INTERNASIONAL

Tujuan:

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan dapat:

1. Mengetahui pengertian perdagangan internasional, latar belakang perdagangan internasional,
2. Mengetahui konsep utama dalam melakukan perdagangan internasional
3. Mengetahui hambatan-hambatan dalam melakukan perdagangan internasional
4. Mengetahui factor-faktor khusus dalam perdagangan internasional
5. Mengetahui neraca pembayaran internasional
6. Mengetahui transaksi ekonomi internasional

Sasaran:

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan

1. Dapat menjelaskan pengertian perdagangan internasional dan latar belakang perdagangan internasional
2. Dapat menjelaskan konsep utama dalam perdagangan internasional
3. Dapat menjelaskan hambatan-hambatan dalam perdagangan internasional
4. Dapat memahami dan menjelaskan factor-faktor khusus dalam perdagangan internasional
5. Dapat menjelaskan neraca pembayaran internasional
6. Dapat menjelaskan transaksi ekonomi internasional

A. PENGERTIAN

Perdagangan internasional atau perdagangan luar negeri adalah perdagangan ekspor-import pada hakekatnya merupakan transaksi perdagangan yang sederhana yang terdiri dari pembeli dan penjual barang/jasa, antara pengusaha-pengusaha yang bertempat tinggal disuatu negara yang berbeda. Perdagangan luar negeri ini bisa terjadi karena antara satu negara dengan negara yang lain mempunyai perbedaan dalam hal sumber alam, letak geografis, keahlian dari penduduk, biaya yang diperlukan untuk pembuatan suatu barang serta mutu dan kuantumnya.

Dengan demikian dapat dipahami adanya negara yang lebih unggul dan lebih istimewa dalam memproduksi hasil tertentu. Hal ini disebabkan karena adanya bagian yang hanya dapat diproduksi didaerah/iklim tertentu atau karena suatu negeri mempunyai kombinasi faktor-faktor produksi yang lebih baik dibanding negara lainnya, sehingga negara itu dapat menghasilkan barang dan lebih bersaing.

Bila keunggulan suatu negara dalam memproduksi suatu barang disebabkan oleh faktor alam maka negara itu mempunyai keunggulan mutlak (*absolut advantage*) misalnya: karet yang tumbuh di daerah tropis seperti Indonesia dan Malaysia, maka memproduksi karet alam Indonesia dan Malaysia mempunyai keunggulan mutlak terhadap negara lainnya. Suatu jenis barang dapat diproduksi lebih baik dan murah oleh suatu negara apabila disebabkan lebih baiknya kombinasi faktor-faktor produksi (alam, tenaga kerja, modal, skill) maka negara tersebut mempunyai keunggulan yang disebabkan karena produktivitasnya yang hal ini disebut dengan keunggulan perbandingan biaya (*company advantage*). Dengan adanya keunggulan-keunggulan tersebut maka suatu negara mengadakan kerja sama dalam perdagangan guna memenuhi kebutuhan yang ada dalam negaranya.

B. KONSEP UTAMA DALAM PERDAGANGAN INTERNASIONAL

Bisnis internasional meliputi berbagai transaksi bisnis yang dilakukan antar pihak yang berasal dari dua Negara atau lebih. Konsepnya adalah sebagai berikut:

1. Negara yang terlibat perdagangan internasional menggunakan satuan mata uang yang berbeda-beda sehingga mendorong adanya konversi mata uang
2. Aturan hukum atau perundang-undangan yang berbeda-beda untuk setiap Negara mendorong praktik bisnis mengikuti aturan Negara tempat bisnis dilakukan
3. Budaya yang terlibat dalam perdagangan internasional sangat beragam sehingga diperlukan penyesuaian
4. Ketersediaan sumber daya yang bervariasi antar Negara sehingga mempengaruhi metode produksi suatu Negara

C. HAMBATAN DALAM MEMASUKI PERDAGANGAN INTERNASIONAL

Terdapat hambatan-hambatan dalam melakukan perdagangan internasional seperti;

1. Batasan perdagangan dan bea masuk
2. Perbedaan bahasa, budaya
3. Kondisi politik dan hukum/perundang-undangan
4. Hambatan operasional

D. BEBERAPA FAKTOR KHUSUS DALAM PERDAGANGAN INTERNASIONAL

Dalam perdagangan internasional berarti di dalamnya terkandung aktivitas-aktivitas ekspor dan import, yang dengan ekspor adalah transaksi penjualan yang dilakukan melewati batas suatu negara. Dalam transaksi tersebut, seorang yang eskportir/ importis banyak berhubungan dengan berbagai instansi/ lembaga yang menunjang terlaksananya kegiatan tersebut. Instansi-instansi yang dimaksud adalah:

1. Pembuat barang ekspor (kalau produk eksport tidak dilakukan sendiri)
2. *Eksport Merchant House* (yang membeli barang dari perusahaan pembuatn barang yang mengkhususkan diri dalam perdagangan dengan negara tertentu yang membutuhkan barang tersebut)
3. *Confirming House* (yang bertindak sebagai perantara pembuat barang diluar negeri dan importir dalam negeri biasanya bertanggung jawab atas pengapalan barang-barang dan pembayaran kepada penjual)
4. *Buying Agent* (bertindak sebagai agen untuk satu atau lebih pembeli tertentu diluar negeri)
5. *Trading House* (badan usaha yang mengumpulkan barang-barang keperluan untuk diekspor dan diimpor)
6. *Consignment Agent* (bertindak sebagai agen penjual diluar negeri)
7. *Factor* (lembaga yang setuju untuk membeli piutang-piutang dagang/barang-barang eksport yang mempunyai eksportir untuk kemudian ditagih kepada importir atau pembeli)

Selain itu didalam pelaksanaan teknisnya juga berhubungan dengan lembaga-lembaga:

1. Bank
2. *Freight Forwarder*
3. EMKL/EMKU
4. Maskapai pelayaran
5. Asuransi
6. Bea Cukai (*Custom*)
7. Kedutaan/konsultan/*Embassy*
8. *Surveyor* (badan pemeriksa)
9. PBM (perusahaan bongkat muat)

Dalam transaksi impor seorang importir dalam usaha pemasarannya akan berhubungan dengan instansi-instansi berikut:

1. *Sole Agent* (agen tunggal barang impor)
2. *Manufacturer Representative* (perwakilan dari perusahaan membuat barang)
3. *Import Merchant House* (yang melakukan pembelian barang di luar negeri dan dimasukkan ke dalam negeri untuk dijual kembali)
4. *Trading House*

Dan sebagaimana halnya dengan transaksi ekspor dan pelaksanaan teknisnya, seorang importir juga berhubungan dengan lembaga-lembaga:

1. Bank
2. *Freight Forwarder*
3. EMKL/ EMKU
4. Asuransi
5. Bea Cukai (*custom*)
6. Maskapai pelayaran
7. *Surveyor* atau badan pemeriksa

Contohnya: CBS (*Societ Generale de Surveillance*), badan yang mempunyai perwakilan di tiap propinsi yang berwenang mengeluarkan semacam sertifikat yang disebut LKP (Laporan Kebenaran Pemeriksaan atas produk yang diimpor)

Lembaga-lembaga promosi perdagangan:

1. Lembaga perwakilan contohnya, produk lada, *pepper commerce*, dengan anggota Indonesia, Malaysia dan India.
2. *Chamber of Commerce* contoh Kadin
3. *Bankers*

4. Perwakilan Perdagangan (*trade directories*) contoh MEE (Masyarakat Ekonomi Eropa).

E. NERACA PEMBAYARAN INTERNASIONAL (NPI)

1. Pengertian

Neraca Pembayaran Internasional (NPI) atau Neraca Pembayaran Luar Negeri (NPLN) yang lazim pula disebut "*Balance of Payment*" adalah:

"Merupakan ikhtisar yang tersusun secara sistematis yang memuat semua transaksi ekonomi dengan luar negeri yang diselenggarakan oleh penduduk atau suatu negara dengan penduduk atau suatu negara yang lainnya, dalam jangka waktu tertentu (yang biasanya satu tahun).

2. Manfaat

Seperti halnya neraca atau laporan keuangan yang lain penting bagi suatu perusahaan untuk berhubungan dengan pihak lain, maka Neraca Pembayaran Internasional pun penting kalau tidak boleh dikatakan mutlak diperlukan oleh suatu negara, dalam hubungannya dengan hal-hal:

- a. Memberikan informasi tentang sampai seberapa jauh peranan hubungan ekonomi dengan luar negeri terhadap perekonomian internasional.
- b. Membantu pemerintah dalam usahanya mengambil dan menentukan kebijakan ekonomi internasional terutama dalam hubungannya dengan politik moneter dan politik fiskal suatu negara, sejalan dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh negara yang bersangkutan.

F. TRANSAKSI EKONOMI INTERNASIONAL

1. Pengertian

Transaksi-transaksi ekonomi internasional diadakan atau diselenggarakan oleh penduduk atau negara yang mempunyai neraca Pembayaran Internasional, dimana transaksi-

transaksi ekonomi berupa “pemindahtanganan” hak milik atas suatu benda dari tangan orang yang satu di suatu negara ataupun berupa penjualan jasa yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain dari negara yang berbeda, maupun perubahan susunan dari nilai hutang piutang serta kekayaan penduduk suatu negara di negara lain.

Penduduk yang dimaksud disini adalah meliputi semua subyek ekonomi yang mempunyai kemungkinan untuk mengadakan transaksi-transaksi ekonomi dengan penduduk negara lain. Penduduk ini dapat berupa orang perorangan, badan-badan swasta ataupun badan-badan pemerintah. Subyek ekonomi ini yang mewakili pemerintah suatu negara yang dianggap sebagai penduduk yang diwakilinya, misalnya: duta-duta besar. Untuk perorangan yang tidak mewakili pemerintah, haruslah dianggap sebagai penduduk dimana mereka mempunyai tempat kediaman yang tetap atau mereka mempunyai “*Center of Interest*” misal: para turis.

2. **Kriteria *Center of Interest***

Yang menjadi kriteria apa yang disebut sebagai tempat kediaman seorang penduduk ialah:

- a. **Tempat Pekerjaan.** Pekerjaan seorang tersebut, sampai dengan transaksi tersebut berlangsung
- b. **Tempat kediaman majikan.** Yaitu tempat dimana mereka memperoleh sumber penghasilan pokok.

Apabila subyek tersebut tidak memenuhi kriteria diatas, maka yang menjadi pegangan adalah tempat kediaman tetap mereka di suatu negara. Untuk status kependudukan badan-badan perusahaan atau perusahaan yang berbadan hukum dianggap sebagai penduduk suatu negara, yang pemerintahnya mengesahkan akte pendirian perusahaan yang berbadan hukum tersebut. Sedangkan cabang di negara lain, dapat kita

pandang sebagai penduduk dimana cabang perusahaan tersebut berada.

Latihan soal:

1. Jelaskan factor-faktor yang menyebabkan terjadinya perdagangan internasional!
2. Jelaskan hambatan-hambatan yang mungkin timbul dalam perdagangan internasional!
3. Jelaskan pengertian *absolute advantage* dan *competitive advantage* serta jelaskan dengan contoh!
4. Jelaskan manfaat neraca perdagangan internasional!
5. Jelaskan apakah yang dimaksud dengan transaksi ekonomi internasional!

Bacaan Lanjutan:

Lim, G., Gomez, E. T., & Wong, C. Y. (2021). Evolving State-Business Relations in an Age of Globalisation: An Introduction. *Journal of Contemporary Asia*, 1-16.

Wernaart, B. (2021). *International Law and Business: A global introduction*. Routledge.

Diebold, F. X., & Rudebusch, G. D. (2021). *Business cycles*. Princeton University Press.

Renganathan, V. (2021). *Business Intelligence: An overview*.

Wijoyo, H., Sunarsi, D., Cahyono, Y., & Ariyanto, A. (2021). *Pengantar Bisnis*. Insan Cendekia Mandiri.

BAB XI

KEUNGGULAN BERSAING

Tujuan:

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan dapat:

1. Mengetahui keunggulan bersaing perusahaan di tengah persaingan bisnis dunia

Sasaran:

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan

1. Dapat memahami dan menjelaskan berbagai keunggulan bersaing perusahaan di tengah persaingan bisnis dunia

Perusahaan yang unggul dalam bersaing adalah perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata keunggulan yang diperoleh pesaing dalam industri. Perusahaan dituntut untuk memilih dan menetapkan strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan. Untuk menang dalam persaingan, perusahaan tidak hanya memasarkan suatu produk yang berdasarkan kualitas melainkan bergantung pada strategi yang diterapkan. Selain itu, suatu perusahaan harus memperhatikan kinerja perusahaan, seperti keuangan dan

sumber daya manusianya agar lebih unggul dari pesaing lainnya.

A. PENGERTIAN

Suatu perusahaan dikatakan memiliki keunggulan jika mempunyai karakteristik, seperti kompetensi khusus, misalnya memiliki mutu yang baik, mempunyai saluran distribusi yang lebih lancar, penyerahan produk yang lebih cepat dan memiliki merek produk yang terkenal. Keunggulan bersaing adalah dasar kinerja perusahaan dalam menghadapi persaingan yang sangat kompetitif serta dapat memilih dan mengimplementasikan strategi bersaing untuk dapat meningkatkan produktivitas perusahaan. Secara umum, implementasi teori perusahaan tentang bagaimana cara bersaing akan memiliki tiga implikasi terhadap posisi kompetitif perusahaan, yaitu:

1. **Competitive advantage**, yaitu jika tindakan perusahaan memberi nilai tambah dan jika hanya ada sedikit perusahaan yang mampu melakukan tindakan sejenis;
2. **Competitive parity**, yaitu jika tindakan perusahaan untuk memberi nilai tambah, tetapi cukup banyak perusahaan yang mampu melakukan tindakan yang sama;
3. **Competitive disadvantage**, yaitu jika tindakan perusahaan dalam suatu industri yang gagal untuk memberi nilai tambah ekonomis.

B. TUJUAN STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING

Adapun lima tujuan dilakukannya strategi bersaing, antara lain:

1. **Positioning**. Perusahaan harus membentuk positioning yang tepat dan berusaha untuk menunjukkan suatu image atau citra tersendiri mengenai perusahaan kepada pelanggan atau pasar sasaran.

2. **Loyalitas.** Perusahaan harus mempertahankan pelanggan yang setia dan dikelola dengan baik agar memberikan pemasukan yang baik kepada perusahaan.
3. **Market Share.** Perusahaan harus berusaha untuk mendapatkan dan memperluas pangsa pasar dengan menerapkan strategi bersaing untuk meraih pasar seluas-luasnya.
4. **Maximum Sales.** Proses untuk memaksimalkan laba atau keuntungan tergantung dari efektifitas strategi bersaing yang diterapkan perusahaan.
5. **Effectiveness.** Perusahaan harus menciptakan kinerja bisnis yang efektif dan dikelola secara strategis, yaitu dengan mendefinisikan: kelompok pelanggan yang akan dilayani, kebutuhan pelanggan yang akan dipenuhi, serta teknologi yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut.

C. MANFAAT KEUNGGULAN BERSAING

Keunggulan bersaing dapat meningkatkan kesetiaan atau loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Adapun manfaat perusahaan mencapai keunggulan bersaing yaitu,

1. Kekuatan Tim yang besar seperti reputasi perusahaan yang baik, keuangan perusahaan yang baik dalam beberapa tahun, efisiensi operasional kerja dalam sebuah tim
2. Perusahaan menjadi lebih unggul dan maju dibandingkan pesaing lainnya serta dapat mempengaruhi peluang pasar saat ini

Perusahaan harus mampu mengidentifikasi dan memanfaatkan semua peluang yang ada agar mampu bersaing dan mampu melakukan persaingan secara efektif. Maka, perusahaan harus belajar cara menciptakan keunggulan bagi perusahaan serta harus mampu mengidentifikasi peluang baru yang ada di pasaran.

D. CARA UNTUK MENDAPATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF

Perusahaan dapat dikatakan memiliki keunggulan apabila mempunyai sumber daya yang kuat baik sumber daya manusia maupun sumber daya sosial, serta wawasan akan pengetahuan yang luas, agar dapat bersaing di pasar nasional dan pasar internasional. Perusahaan yang beroperasi di pasar internasional akan lebih inovatif, sehingga perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif serta memberikan dampak positif terhadap ekonomi dan citra dari sebuah perusahaan. Adapun cara untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, antara lain:

1. **Overall lowcost leadership.** Perusahaan berusaha menjadikan dirinya produsen dengan tingkat efisiensi yang paling tinggi dengan karakteristik strategi *low cost* ini antara lain: pembangunan fasilitas berskala efisien secara agresif, berusaha melakukan pengurangan biaya berdasarkan pengalaman sebelumnya, biaya ketat dan pengendalian terhadap biaya *overhead*, menghindari pembebanan atas pelanggan manajerial, dan minimalisasi biaya dalam semua aktivitas yang ada dalam rantai nilai perusahaan.
2. **Differentiation.** Perusahaan berusaha untuk melakukan *differentiation* atau diferensiasi dengan tampil sebagai produsen dengan biaya yang paling rendah, melainkan menghasilkan suatu produk yang memiliki keunikan sehingga mudah dibedakan dari produk sejenis di pasar. Karakteristik pembedanya adalah: *prestige* dan *brand image*, teknologi, inovasi, fitur, layanan pelanggan, dan jaringan dealer
3. **Focus.** Perusahaan yang memiliki strategi fokus akan memilih suatu segmen atau kelompok segmen serta menyesuaikan strategi untuk melayani segmen tersebut.

Inti dari fokus adalah eksploitasi terhadap pasar tertentu yang berbeda dari industri lainnya.

E. FAKTOR-FAKTOR YANG DIHADAPI DALAM MEMBENTUK KEUNGGULAN BERSAING

Empat faktor atau kekuatan lainnya adalah ancaman dari pendatang baru (*threat of new entrants*), posisi tawar dari pembeli (*bargaining power of buyers*), ancaman dari produk atau jasa pengganti (*threat of substitute products or services*), dan posisi tawar dari pihak pemasok (*bargaining power of suppliers*). Kelimanya jika tidak diantisipasi dengan baik bisa memperlemah posisi strategis sebuah perusahaan.



Gambar 11.1 The Five Competitive Forces That Shape Strategy

Ancaman dari pesaing pada perusahaan yang sama relatif lebih mudah untuk diperhatikan. Hal ini disebabkan karena perilaku maupun produk atau jasa yang di jual bisa langsung tampak nyata di pasar. Namun terdapat empat ancaman lain jika tidak diantisipasi bisa mempengaruhi sasaran keuntungan yang telah ditargetkan, antara lain:

1. Pelanggan yang cerdas dapat menyebabkan harga turun dengan “mempermainkan” perusahaan dan pihak pesaing.
2. Pemasok yang kuat dapat mengurangi laba jika mereka menaikkan harga.
3. Pendaftar baru yang bersemangat, didukung kapasitas yang baru dan determinasi untuk merebut pangsa pasar, dapat memengaruhi tingkat investasi yang dibutuhkan agar tetap kompetitif.
4. Produk atau jasa pengganti/ substitusi dapat menyebabkan pelanggan pergi.

Dengan menganalisis kelima faktor persaingan, maka diperoleh gambaran lengkap tentang apa yang dapat memengaruhi profitabilitas perusahaan. Perusahaan harus mengidentifikasi tren perubahan strategi sedini mungkin, sehingga dengan cepat dapat mengantisipasi bahkan membentuk kembali atau mengkonsolidasi agar menjadi lebih kuat. Dengan kata lain, strategi untuk menjadi unggul dalam persaingan harus menggunakan kelima faktor ini sebagai pisau analisis.

F. SYARAT DAN RESIKO STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING

Perusahaan yang menerapkan strategi keunggulan bersaing perlu memperhatikan beberapa syarat yang menjadi pertimbangan agar hasil strategi yang diterapkan optimal. Berikut syarat dan resiko yang harus dihadapi untuk menjadi perusahaan yang unggul.

Tabel 11. 1 Syarat Strategi Keunggulan Bersaing

Strategi Keunggulan Bersaing	Skill dan Sumber Daya yang Diperlukan Perusahaan	Syarat Umum Perusahaan
<i>Low Cost</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Investasi modal yang terus ▪ Ketrampilan proses ▪ Supervisi tenaga kerja yang ketat ▪ Produk didesain untuk kemudahan dalam produksi ▪ Sistem distribusi yang berbiaya rendah 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pengendalian biaya yang ketat ▪ Laporan yang sering dan pengendalian yang terinci dan sering
<i>Differentiation</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kemampuan pemasaran yang kuat ▪ Bakat yang kreatif ▪ Kemampuan yang kuat dalam riset pasar ▪ Reputasi korporat untuk memimpin mutu dan teknologi ▪ Tradisi yang lama dalam industri atau gabungan yang unik dari ketrampilan yang diambil dari usaha-usaha yang lain 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Koordinasi yang kuat antar fungsi-fungsi dalam riset pengembangan produk, pasar dan pemasaran. ▪ Menarik tenaga kerja yang berbeda dari tenaga kerja perusahaan lain.
<i>Focus</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gabungan dari kebijakankebijakan di atas yang diarahkan pada target strategi khusus 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gabungan dari kebijakan diatas diarahkan pada terget strategi khusus

Tabel 11. 2 Resiko dalam Strategi Keunggulan Bersaing

<i>Low Cost</i>	<i>Differentiation</i>	<i>Focus</i>
Keunggulan biaya tidak bertahan lama <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ditiru oleh pesaing ▪ Perubahan Teknologi 	Diferensiasi tidak bertahan lama <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pesaing meniru ▪ Basic untuk diferensiasi menjadi kurang penting bagi pembeli 	Strategi fokus ditiru segmen sasaran menjadi tidak menarik secara struktural <ul style="list-style-type: none"> ▪ Struktur rusak ▪ Permintaan mengilang
Kedekatan (Proksimitas) dalam diferensiasi hilang	Kedekatan biaya hilang	Perbedaan segmen dengan segmen lain menyempit
Menerapkan strategi focus dapat mencapai titik biaya yang lebih rendah dalam suatu segmen	menerapkan strategi diferensiasi dapat mencapai diferensiasi yang bahkan dapat lebih besar dalam suatu segmen	

Latihan soal:

1. Jelaskan pentingnya keunggulan bersaing bagi perusahaan!
2. Jelaskan manfaat keunggulan bersaing bagi sebuah perusahaan!
3. Jelaskan (tiga) strategi untuk memperoleh keunggulan bersaing!
4. Jelaskan faktor-faktor yang dihadapi dalam Membentuk Keunggulan Bersaing!
5. Jelaskan Syarat dan Resiko Strategi Keunggulan Bersaing!

Bacaan Lanjutan:

Porter, Michael E. 2018. Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul. Cetakan ke-2. Jakarta. PT. Gelora Aksara Pratama

Danang, Sunyoto. 2015. Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage). Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)





DAFTAR PUSTAKA

1. *Business Today* David J. Rachman & Michael H
2. *The World of Business* Stein Hoff
3. Pengantar Ekonomi Perusahaan Suhardi Sigit
4. Pengantar Ekonomi Perusahaan MH. Sutrisno, SE
5. Seluk-Beluk & Teknik Perdagangan Litar Negeri Amir M.S
6. Manajemen Produksi Agus Ashari, Sofian, Sukanto
7. Manajemen Personalia Alex, Manulang, Heidjrachman
8. Manajemen Pembelian Bambang, Suad
9. Manajemen Pemasaran Basu, Kotlar, Stanton
10. Lembaga Perbankan
11. Asuransi
12. Gitosudarmo, Indriyo. 2003. Pengantar Bisnis. BPFE Yogyakarta
13. Harsono.2005. Bisnis Pengantar. STIE
14. *Competitive Advantage* Michael Porter
15. Danang, Sunyoto. 2015. Keunggulan Bersaing

BIOGRAFI PENULIS



I Wayan Edi Arsawan adalah dosen pada Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali sejak tahun 2006 dan mendapatkan gelar Doktor Ilmu Manajemen pada tahun 2018. Mengajar mata kuliah bisnis internasional, manajemen sumber daya manusia dan *international human resource management* serta *international strategic management*. Di samping sebagai pengajar, dia juga sebagai peneliti dan trainer/fasilitator bidang *Human Resorce Management, Organizational Behavior, Knowledge management, Tourism* dan *Community Development* pada berbagai industri seperti BUMN, perhotelan, UKM dan organisasi lainnya. Menjadi dosen tamu pada beberapa universitas dalam dan luar negeri serta menjadi *editorial board* pada beberapa jurnal nasional dan internasional.



I Ketut Yasa adalah dosen Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali sejak tahun 1990. Mengajar mata kuliah pengantar bisnis, manajemen pemasaran, perpajakan dan ekspor impor. Di samping sebagai pengajar, dia juga menjadi peneliti, trainer/ fasilitator dan konsultan bisnis bidang

perpajakan, manajemen keuangan, manajemen pemasaran, dan ekspor impor pada berbagai industri seperti BUMN, perhotelan, UKM dan organisasi lainnya.



nasional maupun internasional.

Ni Putu Santi Suryantini merupakan dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana sejak 2005. Dia mengampu mata kuliah seperti pengantar manajemen, statistika, pengantar bisnis, manajemen keuangan serta kepemimpinan. Di samping sebagai pengajar, dia juga aktif meneliti pada jurnal ilmiah



Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.

Dia mengampu mata kuliah seperti pengantar manajemen, pengantar bisnis, manajemen sumber daya manusia, kewirausahaan, etika dan hukum bisnis, serta kepemimpinan.

Di samping sebagai pengajar, dia juga aktif meneliti pada jurnal ilmiah nasional maupun internasional dan menjadi *editorial board* pada Bali Internasional Scientific Forum bidang *Human Resorce Management dan Digital Business* di

berbagai industri serta menjadi trainer/fasilitator bidang *Human Resorce Management* pada *Landi Institute Management Development and Consultancy Centre*. Mengumpulkan data statistik adalah kegiatannya. Hingga saat ini dia masih aktif menjadi salah satu mitra BPS (Badan Pusat Statistik) kota Denpasar.

