

PENGANTAR BISNIS:

The environment of business consists of market and non market components

*Program Studi S1-Manajemen
FEB, Universitas Mulawarman
Tahun Akademik 2022-2023 (Ganjil)*



MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MULAWARMAN

by

Purwadi, S.E., M.Si

Kelas Manajemen (Gab. D & Gab. L)

Pertemuan: 1–16

PENGUMUMAN

- **KULIAH P. BISNIS DIBAGI MENJADI 2 SEGMENT :**
- **SEGMENT 1 (KULIAH 1 S/D 7)**
- PENYAMPAIAN MATERI OLEH DOSEN
- TUGAS 1 KALI
- **SEGMENT 2 (KULIAH 9 S/D 15)**
- Presentasi oleh Group Mahasiswa
- Tugas makalah presentasi kelompok

PRESENTATION

DIMULAI MINGGU KE 1 S/D 7

Pertemuan ke-8: Ujian

Tengah Semester

TOPIK PRESENTASI

- THE POLITICAL ECONOMY OF THE EUROPEAN UNION
- CHINA : HISTORY, CULTURE AND POLITICAL ECONOMY
- CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

- REGULATION : LAW, ECONOMICS AND POLITICS
- THE POLITICAL ECONOMY OF INTERNATIONAL TRADE POLICY
- THE MARKET AND NON MARKET ENVIRONMENTS
- INTEGRATED STRATEGY

- **SETIAP KELOMPOK HARUS MENYIAPKAN:**
 - MAKALAH PRESENTASI DAN POWER POINT PRESENTASI
 - DALAM BENTUK HARDCOPY DAN SOFT COPY DALAM CD R/W
- **PADA SAAT KELOMPOKNYA PRESENTASI, BAGI ANGGOTA YANG TIDAK HADIR AKAN DIBERIKAN TUGAS TAMBAHAN YANG HARUS DIKUMPULKAN SEWAKTU UJIAN AKHIR SEMESTER**

FORMAT MAKALAH

- BAB 1 : PENDAHULUAN
 - BAB 2 : KASUS
 - BAB 3 : KAJIAN TEORITIS
 - BAB 4 : PEMBAHASAN
 - BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN
-
- Minimal 15 halaman A4 dalam MS.Word dan 1,5 spasi.

FORMAT POWERPOINT

- KASUS
- PENDAHULUAN
- KAJIAN TEORITIS
- PEMBAHASAN
- KESIMPULAN DAN SARAN

- Powerpoint desain dan bentuknya bebas, buat semenarik mungkin.
- Minimal 20 slides

Outline :

- **BISNIS DAN LINGKUNGAN PERUSAHAAN**
- **KEWIRASWASTAAN DAN PERUSAHAAN KECIL**
- **BENTUK & METODE KEPEMILIKAN BISNIS**
- **ANALISA BREAK EVEN POINT**
- **KONSEP NILAI WAKTU DARI UANG**
- **ETIKA , LINGKUNGAN & KEBIJAKAN PEMERINTAH SERTA FAKTOR EKONOMI TERHADAP BISNIS**
- **SISTEM PERBANKAN & LEMBAGA KEUANGAN BUKAN BANK**
- **LEMBAGA KEUANGAN INTERNASIONAL**

Reference

- Vernon A Musselman , John H.Jackson.P, ***INTRODUCTION OF MODERN BUSINESS*** ,Book 1 & 2
- Baron, David P, ***BUSINESS AN ITS ENVIRONMENT***, Prentice Hall International
- Sri Susito Y.Cs, ***BANK DAN LEMBAGA KEUANGAN LAIN*** , Salemba Empat, Jakarta

BUSINESS NEW PARADIGM

- **CUSTOMER / PUBLIC**
- **FRONT LINE PEOPLE**
- **MIDDLE MANAGEMENT**
- **TOP MANAGEMENT**

BISNIS DAN LINGKUNGAN PERUSAHAAN

- Kaitan erat antara BISNIS dengan PERUSAHAAN.
- Diperlukan pengetahuan, pemahaman dan penguasaan ilmu ekonomi serta KIAT dan INTUISI bisnis.
- Keberhasilan pasar akan didapat oleh perusahaan yang bisa menjalankan MARKETABLE VALUE

PERUSAHAAN

- Adalah suatu unit kegiatan yang melakukan aktivitas pengolahan faktor-faktor produksi, untuk menyediakan barang-barang dan jasa bagi masyarakat, mendistribusikannya, serta melakukan upaya-upaya lain dengan tujuan memperoleh keuntungan dan memuaskan kebutuhan masyarakat.

FIRM STRATEGY

- No one managerial system is universally appropriate
- Individual motivation to work and expand skills is important to competitive advantage
- The prestige a nation attaches to certain industries guide the flow of capital and human resources

- Among all the points on the diamond, domestic rivalry is arguably the most important because of the powerfully stimulating effect it has on all the others
- Geographic concentration magnifies the power of domestic rivalry
- Vigorous domestic competition forces domestic companies to turn towards global market and toughens them to succeed in them

VISI-MISI-OBJECTIVE-GOALS

- **VISION / VISI**

- Cita-cita ideal perusahaan yang akan diperjuangkan agar “jati dirinya” jelas yaitu citra nilai dan kepercayaan perusahaan.

- **MISSION / MISI**

- Pernyataan usaha dari perusahaan untuk menghayati VISI yang diperlukan tatanan atas nilai dan kepercayaan perusahaan.

- **OBJECTIVE ...**
- Merupakan pernyataan tentang keinginan yang akan dijadikan pedoman bagi top management untuk meraih hasil tertentu atas kegiatan yang dilakukan dengan dimensi waktu tertentu

- **GOALS** ...
- Adalah pernyataan yang ditetapkan oleh top management untuk menentukan arah perusahaan dalam jangka panjang

PRESENTATION

DIMULAI MINGGU KE 9 S/D 15

Pertemuan ke-16: Ujian

Akhir Semester

Karakteristik

- **VISI = professional in transportation**
- Diciptakan melalui pemufakatan / konsensus = **TOP MANAGEMENT**
- Memberikan pandangan atas sesuatu yang terbaik dimasa yang akan datang
- Mempengaruhi orang-orang untuk menuju ke misi
- Tanpa keterbatasan dimensi waktu

• **MISI**

...

- Menjelaskan alasan dan keberadaan perusahaan
- Tidak selalu mencerminkan kinerja, kendati ada dasar pengalokasian sumber daya dan penetapan tujuan
- Tanpa dimensi waktu dan tolok ukur tertentu
- Menjelaskan kegiatan usaha yang sedang dilakukan dan akan diupayakan baik menyangkut produk, konsumen maupun pasar sasaran

Contoh misi

- Volume operasi meningkat sebesar 1100 ton atau 5% selama kuartal II / 2010
- Kinerja penjualan naik sebesar 500 unit selama kuartal II / 2010
- Perolehan laba usaha (gross profit) meningkat 5% dari 2009
- Meningkatkan kesejahteraan stakeholder
- Stakeholder tidaksama = shareholder

• **OBJECTIVE..**

- Sesuai, tujuan selaras dengan VISI & MISI
- Berdimensi waktu, tujuan harus konkrit dan bisa diantisipasi kapan terjadinya.
- Layak, tujuan hendaknya merupakan suatu tekad yang bisa diwujudkan
- Fleksible, tujuan senantiasa bisa disesuaikan atau peka terhadap perubahan situasi dan kondisi
- Mudah dipahami

Contoh objective

- Meningkatkan penjualan dengan menambah sales force (armada tenaga penjual) sebanyak 50 orang sampai dengan juni 2010
- Lokasi salesforce ditunjuk setiap akhir pekan ditempat strategis (mall, depstore, superstore)

• **GOALS** ...

- Merupakan citra ideal yang hendak dicapai dimasa mendatang tanpa dimensi waktu spesifik
- Mengarahkan pembuatan keputusan dan kegiatan konkrit yang rasional dalam keseharian
- Tidak harus dikaitkan dengan kinerja yang bisa dikuantifikasi.

Contoh goals

- 100 org sales force
- Kualifikasi : mampu menjual (komersial), punya teknik minimum untuk menarik calon konsumen, inisiatif menjual dan good looking secara fisik.
- Kerja 10.00 – 21.30 week end
- Satu group = 10 orang

CIRI CIRI PERUSAHAAN

- **OPERATIF** : Aktivitas ekonomi yang berkenaan dengan kegiatan produksi, penyediaan ataupun pendistribusian barang dan jasa
- **KOORDINATIF** : Koordinasi agar semua bagian dalam perusahaan dapat bergerak kearah yang sama dan saling mendukung satu sama lain

...

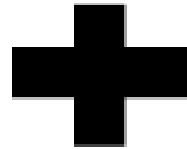
- **REGULER** : Keteraturan yang dapat mendukung aktivitasnya agar dapat selalu bergerak maju.
- **DINAMIS** : Lingkungan selalu berubah, agar dapat bertahan terus , perusahaan harus mampu mengikuti dan menyesuaikan diri.

...

- **FORMAL** : perusahaan selaku pelaku kegiatan ekonomi harus merupakan lembaga resmi yang terdaftar dipemerintah serta tunduk pada peraturan yang berlaku setelah memenuhi syarat pendiriannya
- **LOKASI** : perusahaan didirikan pada suatu tempat tertentu dalam suatu kawasan yang secara geografis jelas.

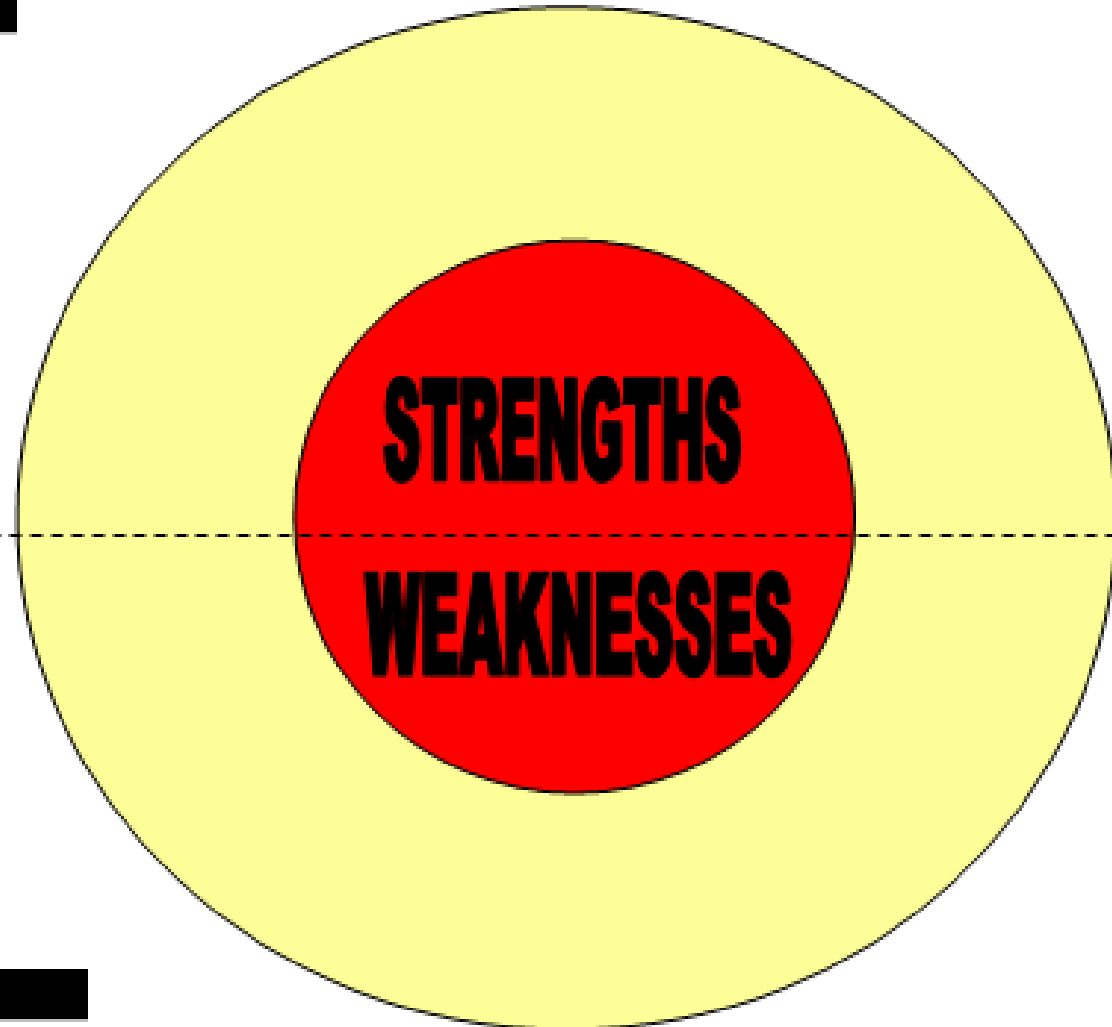
- **PELAYANAN MASYARAKAT :**
perusahaan menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang memerlukannya dan bersedia serta mampu membelinya, sehingga perusahaan bisa memperoleh laba agar dapat tetap bertahan dan berkembang.
- **CSR = CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY = TG JWb THD KESEJAHTERAAN MASYARAKAT SEKITAR PERUSAHAAN**

PRINSIP ANALISA S W O T

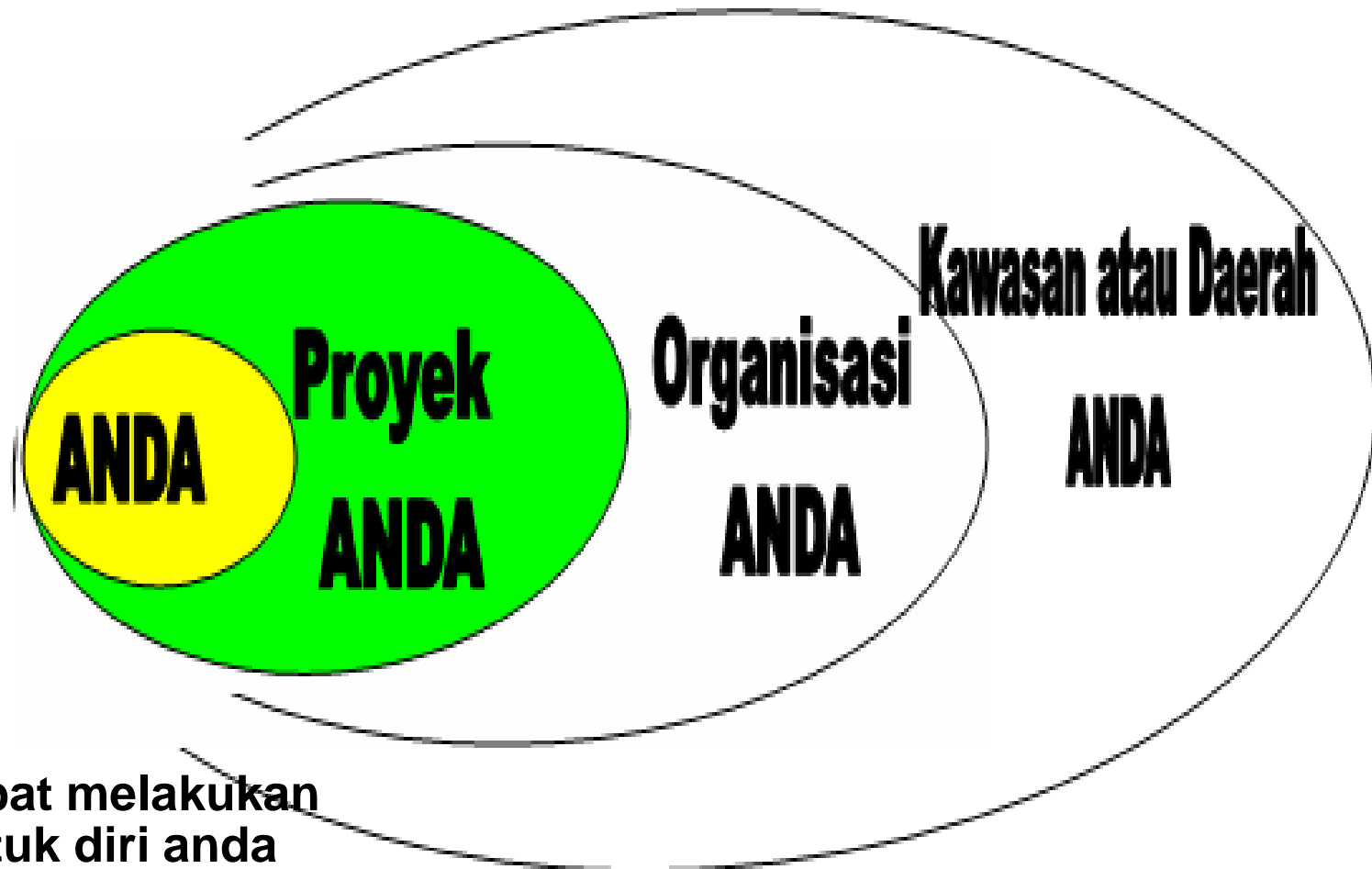


**PENGARUH
INTERNAL**

**PENGARUH
EKSTERNAL**



LINGKUP S W O T



ANDA dapat melakukan SWOT untuk diri anda sendiri, Proyek, Organisasi, Kawasan atau daerah Anda

APA SAJA KEKUATAN (STRENGTHS) ITU ??

- **Adanya kemampuan melakukan sesuatu (manajemen)**
 - **Ketersediaan Sumber Daya**
 - **Konsep yang kuat, ide-ide yang bagus**
 - **Situasi yang mendukung (positif)**
 - **Strategi yang menguntungkan (unggul)**
 - **Kondisi yang menyenangkan**
- Bagi Anda, Proyek Anda,
Organisasi atau Kawasan Anda
(Secara Umum Internal)**

APA SAJA KELEMAHAN (WEAKNESSES) ??

- **Tidak adanya kemampuan melakukan sesuatu (lemahnya aspek manajemen)**
- **Kurangnya sumber daya**
- **Kurangnya konsep dan ide-ide yang bagus**
- **Situasi yang tidak mendukung (negatif)**
- **Strategi yang tidak menguntungkan**
- **Kondisi yang tidak menyenangkan**

Bagi Anda, Proyek Anda, Organisasi atau Kawasan Anda (Secara Umum Internal)

APA SAJA PELUANG ITU (OPPORTUNITIES) ??

Yaitu faktor – faktor yang memiliki nilai positif atau pengaruh yang mendorong bagi anda, proyek anda, organisasi aatau kawasan anda. (umumnya eksternal). Peluang tidak selalu dapat dikenali

APA SAJA ANCAMAN ITU (THREATS) ??

Yaitu faktor – faktor yang memiliki pengaruh negatif atau hambatan bagi anda, proyek anda, organisasi aatau kawasan anda.

(umumnya eksternal). Ancaman tidak selalu dapat dikenali