

BAB 2

PERUSAHAAN dan LINGKUNGAN PERUSAHAAN

1. Pengertian Perusahaan

Pengertian atau definisi Perusahaan ialah suatu tempat untuk melakukan kegiatan proses produksi barang atau jasa. Hal ini disebabkan karena ‘kebutuhan’ manusia tidak bisa digunakan secara langsung dan harus melewati sebuah ‘proses’ di suatu tempat, sehingga inti dari perusahaan ialah ‘tempat melakukan proses’ sampai bisa langsung digunakan oleh manusia.

Untuk menghasilkan barang siap konsumsi, perusahaan memerlukan bahan – bahan dan faktor pendukung lainnya, seperti bahan baku, bahan pembantu, peralatan dan tenaga kerja. Untuk memperoleh bahan baku dan bahan pembantu serta tenaga kerja dikeluarkan sejumlah biaya yang disebut biaya produksi.

Hasil dari kegiatan produksi adalah barang atau jasa, barang atau jasa inilah yang akan dijual untuk memperoleh kembali biaya yang dikeluarkan. Jika hasil penjualan barang atau jasa lebih besar dari biaya yang dikeluarkan maka perusahaan tersebut memperoleh keuntungan dan sebaliknya jika hasil jumlah hasil penjualan barang atau jasa lebih kecil dari jumlah biaya yang dikeluarkan maka perusahaan tersebut akan mengalami kerugian. Dengan demikian dalam menghasilkan barang perusahaan menggabungkan beberapa faktor produksi untuk mencapai tujuan yaitu keuntungan.

Perusahaan merupakan kesatuan teknis yang bertujuan menghasilkan barang atau jasa. Perusahaan juga disebut tempat berlangsungnya proses produksi yang menggabungkan faktor-faktor produksi untuk menghasilkan barang dan jasa. Perusahaan merupakan alat dari badan usaha untuk mencapai tujuan yaitu mencari keuntungan. Orang atau lembaga yang melakukan usaha pada perusahaan disebut pengusaha, para pengusaha berusaha dibidang usaha yang beragam.

2. Tempat Kedudukan dan Letak Perusahaan

A. Pengertian / Arti Definisi Lokasi Perusahaan

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

B. Faktor-Faktor Pokok Penentu Pemilihan Lokasi Industri

- Letak dari sumber bahan mentah untuk produksi
- Letak dari pasar konsumen

- Ketersediaan tenaga kerja
- Ketersediaan pengangkutan atau transportasi
- Ketersediaan energy

C. Jenis-Jenis Lokasi Perusahaan

1. Lokasi perusahaan yang ditetapkan pemerintah

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

2. Lokasi perusahaan yang mengikuti sejarah

Lokasi perusahaan yang dipilih biasanya memiliki nilai sejarah tertentu yang dapat memberikan pengaruh pada kegiatan bisnis. Misalnya seperti membangun perusahaan udang di Cirebon yang merupakan kota udang atau membangun usaha pendidikan di Yogyakarta yang telah terkenal sebagai kota pelajar.

3. Lokasi perusahaan yang mengikuti kondisi alam

Lokasi perusahaan yang tidak bisa dipilih-pilih karena sudah dipilhkan oleh alam. Contoh : Tambang emas di Cikotok, tambang aspal di Buton, tambang gas alam di Bontang Kaltim, dan lain sebagainya.

4. Lokasi perusahaan yang mengikuti faktor-faktor ekonomi

Lokasi perusahaan jenis ini pemilihannya dipengaruhi oleh banyak faktor ekonomi seperti faktor ketersediaan tenaga kerja, faktor kedekatan dengan pasar, ketersediaan bahan baku, dan lain-lain.

3. Perusahaan dan Lembaga Sosial

Perusahaan adalah suatu unit kegiatan produksi yang menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat jadi bukan untuk mencapai keuntungan maksimal tapi juga mempunyai tujuan membuka kesempatan kerja, pertimbangan politik dan upaya pengabdian kepada masyarakat.

1. Tujuan pendirian perusahaan, dibedakan menjadi dua yaitu:

a. Tujuan ekonomis

Berkenaan dengan upaya perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya.

Contoh: Menciptakan laba, pelanggan, keinginan konsumen, tenaga produk, kualitas, harga, kuantitas, pelanggan (inovatif).

b. Tujuan sosial

Perusahaan memperhatikan keinginan investor, karyawan, penyedia, faktor-faktor produksi, maupun masyarakat luas. Kedua tujuan tersebut saling mendukung untuk mencapai tujuan utama perusahaan, yaitu memberi kepuasan kepada keinginan konsumen ataupun pelanggan.

2. *Perusahaan sebagai suatu sistem*

Sistem adalah suatu kesatuan dari unit-unit yang saling berinteraksi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Perusahaan adalah suatu sistem karena merupakan kombinasi dari berbagai sumber ekonomi yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi proses produksi serta distribusi barang dan jasa untuk mencapai tertentu antara lain keuntungan, pemenuhan kebutuhan masyarakat, maupun tanggung jawab sosial.

- a. Kepada pemilik modal: pengelolaan keuangan dan kemajuan perusahaan.
- b. Kepada lembaga peneliti: membantu pendanaan.
- c. Kepada pekerja: membayar gaji dan memenuhi fasilitas kerja.
- d. Kepada konsumen: menyediakan barang dan jasa yang bagus.
- e. Kepada pemerintah: membayar pajak.

3. *Sifat sistem perusahaan*

- a. Kompleks
- b. Sebagai suatu kesatuan / unit.
- c. Sifatnya beragam.
- d. Saling tergantung.
- e. Dinamis

4. *Fungsi-fungsi perusahaan*

Ada dua fungsi perusahaan apabila kedua fungsi tersebut dijalankan dengan lancar, terkoordinir, terintegrasi dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. :

a. Fungsi Operasi

Pembelian dan produksi, pemasaran, keuangan, personalia, fungsi operasi utama perusahaan, akuntansi, administrasi, teknologi informasi, transformasi dan komunikasi, pelayanan umum dan lain-lain, fungsi operasi penunjang.

b. Fungsi Manajemen

Perencanaan, pengorganisasian, pengarah, pengendalian.

Bila keduanya berjalan dengan baik perusahaan akan menjalankan operasinya dengan lancar, terkoordinasi, terintegrasi dalam rangka mencapai tujuan.

5. Ciri-ciri perusahaan

Mencerminkan kekhasan yang membuat perusahaan bersangkutan mudah dikendali.

Ciri-ciri umumnya :

- *Operatif*: adanya aktivitas ekonomi yang berkenaan dengan kegiatan produksi, penyedia / distribusi barang dan jasa.
- *Koordinatif*: diperlukan koordinasi semua pihak agar saling mendukung satu sama lain untuk mencapai tujuan.
- *Regular*: untuk mencapai kesinambungan perusahaan diperlukan keteraturan yang dapat mendukung aktivitas agar dapat selalu bergerak maju.
- *Dinamis*: lingkungan selalu berubah oleh karena itu mampu mengikuti dan menyesuaikan diri terhadap perubahan.
- *Formal*: tunduk kepada peraturan yang berlaku setelah memenuhi persyaratan pendirian,
- *Lokasi*: perusahaan didirikan pada suatu tempat tertentu dalam suatu kawasan yang secara geografis jelas.
- *Pelayanan Bersyarat*: keberhasilan perusahaan tersebut terhadap visi dan misi dalam suatu kawasan yang secara geografis jelas.

4. Berbagai Macam Lingkungan Perusahaan dan Pengaruhnya Terhadap Perusahaan

1. Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal perusahaan yang berpengaruh tidak langsung terhadap kegiatan perusahaan. Lingkungan eksternal meliputi variabel-variabel di luar organisasi yang dapat berupa tekanan umum dan tren di dalam lingkungan societal ataupun faktor-faktor spesifik yang beroperasi di dalam lingkungan kerja (industri) organisasi. Variabel-variabel eksternal ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu ancaman dan peluang.

Lingkungan eksternal perusahaan dapat dibedakan menjadi:

a. *Lingkungan eksternal makro*, adalah lingkungan eksternal yang berpengaruh tidak langsung terhadap kegiatan usaha.

Contoh :

- Keadaan alam: SDA, lingkungan.
- Politik dan hankam: kehidupan operasional perusahaan sangat terpengaruh oleh politik dan hankam negara dimana perusahaan berada menciptakan.

- Hukum
- Perekonomian
- Pendidikan dan kebudayaan
- Sosial dan budaya
- Kependudukan
- Hubungan internasional.

b. *Lingkungan eksternal mikro*, adalah lingkungan eksternal yang pengaruh langsung terhadap kegiatan usaha.

Contoh :

- Pemasok / supplier: yang menunjang kelangsungan operasi perusahaan.
- Perantara, misalnya distribotur, pengecer yang berperan dalam pendistribusian hasil-hasil produksi ke konsumen.
- Teknologi: yang berkaitan dengan perkembangan proses kerja, peralatan metode, dll.
- Pasar, sebagai sasaran dari produk yang dihasilkan perusahaan.

2. Lingkungan Internal

Lingkungan internal dalah faktor-faktor yang berada dalam kegiatan produksi dan langsung mempengaruhi hasil produksi.

Contoh :

- Tenaga kerja
- Peralatan dan mesin
- Permodalan (pemilik, investor, pengelolaan dana)
- Bahan mentah, bahan setengah jadi, pergudangan
- Sistem informasi dan administrasi sebagai acuan pengambilan keputusan.

B. Faktor Lingkungan

- Lingkungan perekonomian yang erat berhubungan dengan pasar dimana diadakan penjualan dan pembelian barang dan jasa.
- Lingkungan seperti politik, pemerintah, hokum, dan militer yang mengatur kegiatan perusahaan.

- Keadaan sosial meliputi berbagai golongan penduduk dengan sikap kepercayaan, tingkah laku yang dicerminkan dalam lembaga social yang ada.

5. Pendekatan Dalam Melihat Bisnis dan Lingkungan

Kesempatan bisnis serta bisnis itu akan selalu dipengaruhi oleh lingkungan. Hubungan antar bisnis dengan lingkungan sangat erat. Perusahaan yang tidak mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan akan tersingkir dari kancah persaingan bisnis. Hubungan antar bisnis dengan dengan lingkungan kemudian ditelaah oleh para usahawan. Pada mulanya telaah dilakukan secara tradisional yaitu mereka beranggapan bahwa bisnisnyalah yang merupakan hal yang terpenting atau yang menduduki titik sentral sedangkan lingkungan merupakan hal sekunder yang mengelilingi bisnisnya. Pandangan tradisional tersebut sering disebut dengan yang berorientasi produsen atau "*Producer Oriented Aproach*". Pandangan itu memang cocok dengan kondisi saat itu , dimana pada saat itu keadaannya disebut sebagai "*seller's market*", yang artinya produsen masih langka sehingga barang apapun yang dihasilkan akan selalu terjual.

Akan tetapi keadaan itu berubah, dimana pengusaha menjadi bertambah banyak dan masyarakat menjadi lebih selektif sehingga timbulah persaingan yang ketat diantara para pengusaha. Hanya pengusaha yang mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumenlah yang mampu bertahan. Keadaan ini disebut "*buyer's market*" atau "pasar pembeli" yaitu keadaan dimana pembeli yang akan menentukan semuanya dan bukan bukan penjual. Dalam hal ini berlaku suatu ungkapan "pembeli adalah raja".

Dalam hal ini siapa yang berhasil mendekati konsumen dialah yang akan bertahan dalam kancah persaingan bisnis. Pada saat seperti inilah pengusaha harus pandai melihat faktor lingkungan. Jadi dalam hal ini yang merupakan faktor yang sentral adalah masyarakat atau konsumen sedangkan pengusaha atau bisnisman mengelilinginya untuk melayani kebutuhan secara lebih baik sesuai dengan selera konsumen. Pandangan ini disebut "*Consumer Oriented Aproach*" atau "pendekatan yang berorientasi konsumen".