

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi, dunia sering digambarkan sebagai suatu desa yang dimana informasi dari satu sudut desa akan dengan cepat diketahui oleh orang lain dalam desa tersebut. Globalisasi juga diwarnai dengan semakin berkurangnya batasan-batasan antarnegara. Semakin kecilnya batasan-batasan antarnegara tersebut membuat aliran modal, produk, dan informasi antarnegara menjadi semakin mudah. Etika bisnis dan tanggung jawab sosial merupakan isu yang juga sangat berpengaruh terhadap lingkungan organisasi. Organisasi merupakan bagian dari lingkungannya. Karena itu, di samping mencapai tujuan organisasi sendiri, organisasi juga harus memberikan kontribusi kepada lingkungannya. Sebagai contoh, suatu perusahaan diharapkan tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga memberikan kontribusi kepada masyarakat. Karena itu, perusahaan juga dituntut untuk mempunyai tanggung jawab sosial. Organisasi juga dituntut untuk berperilaku etis dengan memperhatikan norma dan peraturan yang ada dalam masyarakat.

Organisasi yang terbiasa bekerja di tengah-tengah lingkungannya akan selalu berinteraksi dengan lingkungannya. Jika organisasi ingin bertahan hidup, mau tidak mau, organisasi tersebut harus bisa menyesuaikan diri terhadap lingkungannya dengan baik. Jika organisasi gagal menyesuaikan diri dengan lingkungannya maka dapat berpengaruh terhadap bobroknya nilai etika social dalam organisasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, penulis memberi judul makalah ini “Lingkungan Organisasi”.

B. RUMUSAN MASALAH

Adapun rumusan masalah yang akan di sampaikan, yaitu:

1. Bagaimana gambaran Lingkungan Organisasi?
2. Seperti apa Ruang Lingkup Lingkungan Organisasi?
3. Apa saja yang ada di dalam lingkungan organisasi agar organisasi dapat diterima di masyarakat?

C. TUJUAN DAN MANFAAT

Tujuan dan manfaat yang diharapkan dari adanya makalah ini adalah:

1. Mengetahui gambaran lingkungan organisasi
2. Mengetahui ruang lingkup lingkungan organisasi
3. Mengetahui penyebab atau faktor faktor yang ada di dalam lingkungan organisasi

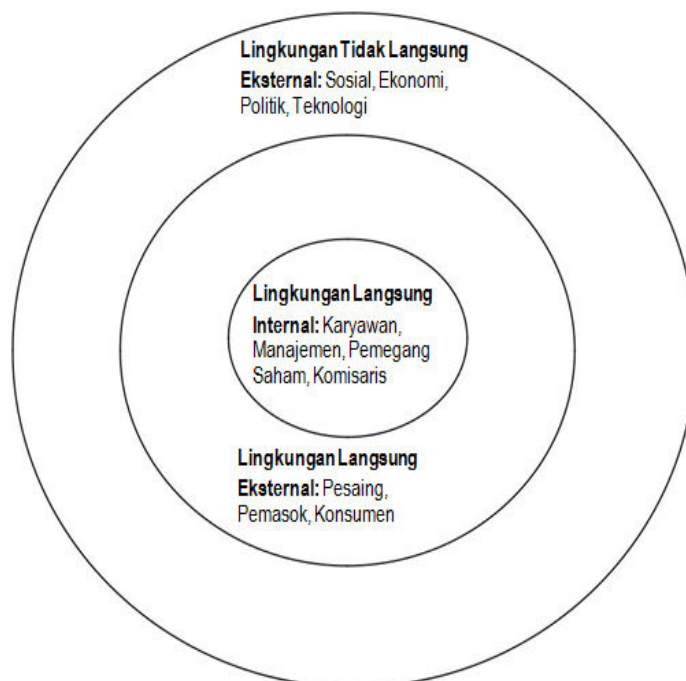
BAB II

PEMBAHASAN

A. Lingkungan Organisasi

Lingkungan organisasi dapat dibedakan menjadi dua macam eksternal dan internal. Lingkungan eksternal merupakan elemen-elemen di luar organisasi yang relevan terhadap kegiatan organisasi. Organisasi memperoleh *input* dari lingkungannya (bahan baku dan karyawan), memproses *input* tersebut, dan memberikan *output* ke lingkungan (produk dan informasi). Lingkungan internal berada dalam organisasi, bukan merupakan bagian dari lingkungan eksternal. Contoh lingkungan internal adalah karyawan, dewan komisaris, dan pemegang saham.

Lingkungan juga bisa dibedakan menjadi lingkungan yang mempunyai pengaruh langsung (*direct*) terhadap organisasi dan yang tidak langsung (*indirect*). Lingkungan yang berpengaruh langsung sering disebut juga sebagai lingkungan kerja (*task environment*) yakni lingkungan yang mempunyai pengaruh langsung terhadap organisasi. Beberapa contoh komponen lingkungan tugas adalah pesaing, pembeli, pemasok, dan lembaga keuangan, seperti bank, pemerintah, serikat kerja, dan media. Sedangkan lingkungan yang paling luar adalah lingkungan umum (*general environment*) contohnya adalah kondisi demografis tempat organisasi tersebut berada. Lingkungan yang tidak berpengaruh langsung dapat berubah menjadi berpengaruh langsung. Karena itu, organisasi perlu mengamati lingkungan tidak langsung.



B. Lingkungan Organisasi Langsung

lingkungan tersebut dikatakan juga sebagai *stakeholder* (pihak yang menentukan nasib organisasi). Ada dua jenis lingkungan langsung, yaitu eksternal dan internal.

a. Lingkungan Langsung Internal

- **Karyawan/ Pekerja**

Dalam perusahaan, organisasi, manajer, serta karyawan/pekerja, mempunyai tujuan yang sama, dengan begitu organisasi akan berjalan dengan semakin efektif. Proses rekrutmen yang ketat, disertai pendidikan dan pelatihan atau pengembangan karyawan merupakan salah satu faktor penting dalam penunjang keberhasilan organisasi. Oleh karena itu organisasi akan lebih selektif dalam menerima seseorang untuk menjadi pekerja/karyawannya. Demi menunjang tujuan organisasi.

- **Dewan Direksi/ Dewan Komisaris**

Adalah pihak yang bertanggungjawab menentukan tujuan organisasi, menentukan strategi mencapai tujuan, dan lain-lain.

Dewan komisaris biasa dijumpai pada perusahaan dengan bentuk perseroan terbatas (PT). Dewan komisaris/direksi ditunjuk untuk mewakili kepentingan pemegang saham. Keberadaan mereka semakin diperlukan apabila pemegang saham tersebar. Perusahaan PT yang besar dan menjual sahamnya di bursa efek akan memiliki ribuan pemegang saham. Pemegang saham tersebut akan mempunyai posisi yang lemah relatif terhadap manajemen karena mereka tidak mungkin bertemu dan bersatu mengawasi manajemen.

- **Pemegang saham**

Adalah orang yang memiliki saham di perusahaan dan oleh karena itu berhak mempengaruhi sebuah keputusan lewat rapat umum pemegang saham.

- **Budaya**

Dapat diartikan sebagai sekumpulan nilai, keyakinan, pemahaman, dan norma pokok yang dibagi bersamaan oleh anggota suatu organisasi.

b. Lingkungan Langsung Eksternal

Elemen Aksi Langsung

Elemen aksi langsung disebut stake holder atau pihak-pihak berkepentingan seperti konsumen, pemasok, pemerintah, serikat pekerja, pesaing, dengan penjelasan masing-masing adalah sebagai berikut :

- **Konsumen**

Adalah elemen lingkungan eksternal elemen aksi langsung yang memiliki kedudukan sangat penting dalam organisasi. Hal ini karena konsumen adalah pengguna utama dari produk atau jasa yang dihasilkan suatu organisasi.

- **Pemasok**

Adalah pihak yang menyediakan bahan baku atau input/masukan bagi suatu organisasi yang akan menghasilkan jasa atau produk sebagai suatu output atau keluaran.

- **Pesaing**

Pesaing atau kompetitor adalah organisasi lain yang juga menawarkan produk atau jasa yang sama atau berlainan kepada para pelanggan. Produk atau jasa tersebut dapat saja berlainan dengan produk organisasi kita. Namun apabila memiliki pengaruh menarik minat membeli daripada para pelanggan kita, maka organisasi tersebut dapat digolongkan sebagai pesaing.

- **Pemerintah**

Berperan sebagai pengawas, regulator, dan pendorong dunia usaha. Dalam doktrin *laissez-faire*, peran campur tangan pemerintah diminta dibatasi yaitu hanya dalam hal regulator atau perumus perundang-undangan, agar iklim pasar bebas dapat terbentuk secara alami.

- **Lembaga keuangan**

Lembaga keuangan memberikan *input* modal keuangan yang diperlukan, baik untuk mendirikan bisnis maupun modal kerja yang diperlukan untuk menjalankan bisnis.

- **Serikat pekerja**

Adalah elemen yang berfungsi menampung aspirasi para karyawan. Adanya serikat pekerja membuat posisi tawar karyawan terhadap perusahaan semakin kuat.

C. Lingkungan Organisasi Tidak Langsung

Lingkungan umum tidak berpengaruh secara langsung, setidaknya pada saat sekarang. Lingkungan umum memengaruhi organisasi melalui dua cara mendorong pembentukan *stakeholder* dan menciptakan lingkungan tempat organisasi serta harus mengantisipasi perubahan lingkungan tersebut. Berikut ini beberapa elemen lingkungan umum

- **Sosial Demografi, gaya hidup dan nilai sosial**

Adalah hal-hal yang meliputi beberapa variabel seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pendapatan, agama, dan lain-lain. Perubahan demografi akan menyebabkan kesempatan sekaligus ancaman bagi organisasi, tergantung bagaimana organisasi mengantisipasi perubahan tersebut. Sedangkan gaya hidup merupakan manifestasi keluar yang tampak dari sikap dan nilai seseorang. Gaya hidup suatu masyarakat akan berubah-ubah

- **Ekonomi**

Kondisi ekonomi secara nasional dapat berpengaruh ke organisasi. Inflasi, kebijakan moneter, kebijakan fiskal, pengangguran, upah, dapat mempengaruhi kinerja organisasi.

- **Politik**

Lingkungan politik juga berpengaruh ke dalam dunia usaha. Pembahasan pencemaran lingkungan, undang-undang anti monopoli, pengaturan tentang merger, dan lain-lain dibahas lewat parlemen melalui proses politik. Di dalamnya sedikit banyak terdapat kepentingan antara suatu kelompok terhadap kelompok lainnya.

- **Teknologi**

Teknologi adalah pendorong utama perubahan. Kemajuan teknologi akan menghemat dari sisi waktu, biaya, tenaga.

D. Model Hubungan Organisasi Lingkungan

Organisasi memiliki hubungan dengan lingkungan. dan strategi menghadapi lingkungan.

1. Pengaruh lingkungan terhadap organisasi

Ada beberapa model hubungan organisasi dengan lingkungan , yaitu

a. Tingkat perubahan

Melihat sejauhmana stabilitas suatu lingkungan ,lingkungan yang cepat berubah berarti mempunyai tingkat perubahan yang tinggi

b. Tingkat homogenitas melihat sejauhmana kompleksitas lingkungan

Lingkungan yang kompleks mempunyai elemen yang banyak atau dikatakan mempunyai tingkat homogenitas yang rendah . Setiap organisasi menghadapi lingkungan yang berbeda-beda, dan memiliki ketidakpastian lingkungan yang berbeda-beda.

Tingkat Homogenitas/ Tingkat Perubahan	Stabil	Dinamis
Sederhana	Ketidakpastian Rendah	Ketidakpastian Moderat (tingkat perubahan)
Kompleks	Ketidakpastian Moderat (Tingkat homogenitas)	Ketidakpastian Tinggi

2. Ketidakpastian lingkungan

Ketidakpastian lingkungan akan membuat manajer perlu mempelajari perubahan lingkungan dan langkah penyesuaian atas perubahan. Elemen dari ketidakpastian lingkungan adalah ketidakpastian dan kompleksitas. Ketidakpastian adalah kondisi di mana pimpinan perusahaan tidak memiliki informasi yang cukup mengenai kondisi lingkungannya. Sedangkan kompleksitas adalah keragaman atau banyaknya elemen eksternal yang mempengaruhi organisasi

3. Lima Kekuatan Kompetisi

Cara lain melihat lingkungan adalah menggunakan kerangka lima kekuatan kompetisi yang dikembangkan oleh Michel porter , menurut porter , perusahaan

dalam mencari keuntungan tersebut dengan lima kekuatan yang sama- sama ingin mencari keuntungan juga , kelima kekuatan tersebut :

- Ancaman pendatang baru atau halangan untuk masuk

Contohnya : suatu restoran penjual makanan , akan menghadapi ancaman restoran atau warung makan baru

- Produk substitusi

Ancaman produk substitusi restoran cukup besar , karna cukup banyak makan yang bersaing merebutkan tempat di perut manusia di Indonesia , hal ini berhubungan dengan sebagian besar masyarakat Indonesia lebih suka memasak makan sendiri

- Pemasok

Contoh Jika pemasok daging ayam , cenderung terkonsentrasi sehingga membentuk monopoli atau oligopoly , kekuatan pemasok menjadi semakin besar dan menjadi ancaman bagi restoran

- Pembeli

Pembeli tampaknya mempunyai kekuatan yang cukup besar karna pembeli mempunyai banyak pilihan , restoran atau warung makan dapat dijumpai dimana mana dengan mudah . loyalitas pembeli cukup rendah karna pembeli suka makan yang bervariasi mulai dari nasi padang sampai hamburger Mc

- Pesaing

Intensitas pesaing restoran cukup besar karna warung makan banyak dijumpai dimana mana dengan mudah . contohnya persaingan harga , banyak restoran yang menawarkan harga miring sehingga keuntungan sedikit , asal dapat ikut makan , tampaknya restoran cukup puas

Secara umum kekuatan kelima kompetisi tersebut industry restoran tidak cukup menarik , setelah mengevaluasi daya tarik industry langkag selanjutnya adalah menentukan strategi yang tepat untuk industry tersebut

4. Strategi mengendalikan lingkungan

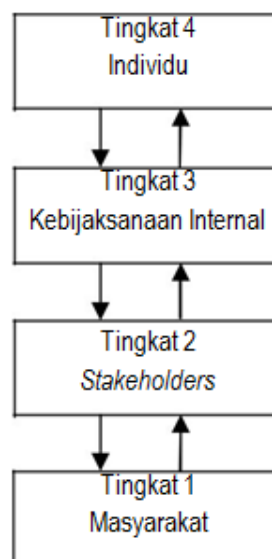
Untuk itu perlu ada strategi mengendalikan lingkungan. Langkah-langkah tersebut adalah sebagai berikut :

- Menciptakan hubungan baik dengan elemen-elemen utama yang berpengaruh, meliputi:
 - a. Integrasi dengan perusahaan lain
 - b. Kontrak jangka panjang
 - c. Iklan dan Humas
 - d. Pengangkatan eksekutif
- Mengendalikan lingkungan agar tidak berbahaya:
 - a. Merubah bidang usaha
 - b. Bergabung dengan asosiasi sejenis
 - c. Aktivitas politik
 - d. mempengaruhi perundang-undangan.

E. Etika Dalam Organisasi

Etika dapat didefinisikan sebagai kepercayaan seseorang mengenai perilaku yang baik atau jelek. Bisa juga sebagai studi mengenai hak dan kewajiban seseorang, mengenai aturan moral yang digunakan orang dalam pengambilan keputusan, dan karakteristik hubungan antarmanusia. Moral dalam hal ini mempunyai pengertian baik atau buruk. Perbuatan dikatakan etis apabila sesuai dengan norma yang diterima masyarakat dan tidak etis apabila tidak sesuai dengan norma sosial yang berlaku di masyarakat.

Dalam organisasi etika memiliki tingkatan pertanyaan, yakni individu, kebijaksanaan internal, *stakeholders*, dan masyarakat. *Stakeholders* berarti pihak-pihak yang menentukan nasib organisasi. Contoh *stakeholders* adalah pemasok, pesaing, dan tenaga kerja. Keempatnya saling terkait sehingga masing-masing tidak bisa dipisahkan sepenuhnya.



Etika dalam organisasi muncul dari hubungan organisasi dengan pihak eksternal dan internal. Tiga macam wilayah etika dalam organisasi dapat dilihat pada tabel berikut.

Wilayah Perhatian	Contoh Isu yang Relevan
Hubungan organisasi dengan karyawan	<ul style="list-style-type: none"> • Penarikan tenaga kerja, penggajian, dan pemberhentian kerja • Kondisi kerja • Kebebasan pribadi
Hubungan karyawan dengan organisasi	<ul style="list-style-type: none"> • Konflik kepentingan • Kerahasiaan organisasi • Kejujuran
Hubungan organisasi dengan pihak luar	<ul style="list-style-type: none"> • Pelanggan/konsumen • Pesaing • Pemegang saham • Pemasok • Pemerintah • Masyarakat sekitarnya

Hubungan karyawan dengan organisasi mencakup beberapa isu, seperti konflik kepentingan, kejujuran, dan menjaga kerahasiaan organisasi. Karyawan diharapkan berperilaku jujur dan loyal terhadap organisasi. Selain itu, organisasi juga dituntut untuk berperilaku etis terhadap lingkungan eksternal. Lingkungan eksternal organisasi bisa terdiri atas *stakeholders*, lingkungan, ataupun kemakmuran masyarakat pada umumnya.

Berikut ini contoh tindakan yang etis.

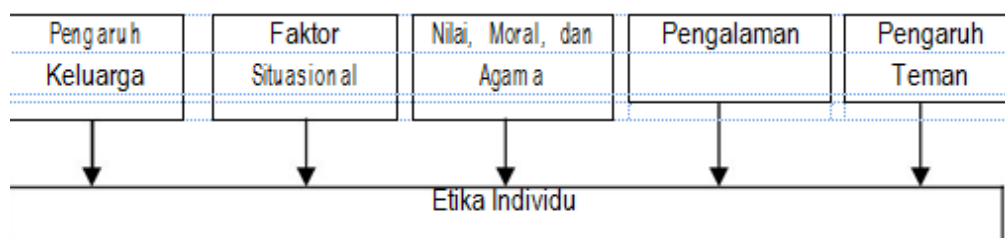
1. Perusahaan membayar gaji karyawan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.
2. Perusahaan membantu pembangunan masyarakat sekitar.
3. Perusahaan tidak mau menyuap pejabat pemerintah.
4. Perusahaan tidak mempekerjakan karyawan di bawah umur.
5. Manajer investasi tidak melakukan perdagangan saham dengan menggunakan informasi pribadi (informasi yang belum menyebar ke publik).

Tindakan etis sangat mudah dikontraskan dengan tindakan tidak etis. Berikut ini beberapa contoh tindakan yang tidak etis.

1. Perusahaan tambang tidak mau memperbaiki kerusakan lingkungan akibat usaha penambangannya.
2. Manajer menyuap pejabat pemerintah untuk memenangkan kontrak.
3. Perusahaan memalsukan tanggal kedaluwarsa sehingga produk lama bisa dijual lagi.
4. Manajer investasi melakukan perdagangan dengan menggunakan informasi pribadi untuk memperoleh keuntungan yang besar.

F. Pembentukan Nilai Etika

Etika individu dipengaruhi atau dibentuk oleh beberapa hal: keluarga, faktor situasi, nilai, moral, agama, pengalaman, dan pengaruh teman. Gambar berikut ini menunjukkan pengaruh-pengaruh tersebut.



a. Pengaruh Keluarga

Keluarga merupakan tempat tumbuhnya seorang individu. Keluarga mempunyai pengaruh penting dalam pembentukan etika seorang individu.

b. Pengaruh Faktor Situasional

Situasi akan menentukan etika individu.

c. Nilai, Moral, dan Agama

Seseorang yang memprioritaskan sukses pribadi dan pencapaian tujuan keuangan tentunya mempunyai perilaku yang lain dibandingkan mereka yang memprioritaskan untuk menolong orang lain.

d. Pengalaman Hidup

Selama hidupnya, manusia mengalami banyak pengalaman, baik yang buruk maupun yang jelek. Pengalaman tersebut merupakan proses yang normal dalam kehidupan seseorang. Pengalaman tersebut akan membentuk etika seseorang.

e. Pengaruh Teman

Teman sebaya terutama akan berpengaruh terhadap pembentukan etika seseorang. Jika lingkungan mempunyai standar etika yang tinggi, seorang individu akan cenderung mempunyai etika yang tinggi juga.

G. Argumen Pro Dan Kontra Terhadap Tanggung Jawab Sosial

Tanggung jawab sosial merupakan pelaksanaan tuntutan etika oleh organisasi dalam kaitannya dengan tuntutan lingkungan atau pihak-pihak yang berkaitan dengan organisasi. Meskipun tampaknya argumen tanggung jawab sosial perusahaan cukup kuat, masih ada kontroversi pro dan kontra terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Tabel berikut ini menyajikan ringkasan argumen pro dan kontra tanggung jawab sosial perusahaan.

Argumen Pro Tanggung Jawab Sosial	
1.	Bisnis merupakan anggota masyarakat. Karena itu, berkepentingan terhadap kemajuan dan kebaikan masyarakat tempat bisnis itu berada.
2.	Tindakan sosial dapat meningkatkan keuntungan.
3.	Merupakan hal yang etis.
4.	Meningkatkan kesan baik (<i>image</i>) bisnis di mata publik.
5.	Bisnis ada karena memberi sumbangan kepada masyarakat. Masyarakat dapat menarik kembali penugasan tersebut jika bisnis tidak dapat memberi sumbangan yang terbaik.
6.	Perlu dilakukan untuk menghindari peraturan pemerintah.
7.	Norma sosial mengharuskan bisnis melakukan tanggung jawab sosial.
8.	Hukum tidak dapat dibuat untuk setiap situasi. Karena itu, bisnis harus memelihara ketenteraman hukum dengan mengisi gap tersebut.
9.	Konsisten dengan kepentingan pemegang saham. Tanggung jawab sosial akan meningkatkan harga saham karena bisnis menjadi semakin kecil risikonya, yaitu kecil kemungkinannya untuk diserang oleh masyarakat publik.
10.	Masyarakat harus memberi kesempatan kepada bisnis untuk memecahkan masalah yang tidak dapat diselesaikan oleh pemerintah.
11.	Bisnis mempunyai sumber daya manusia dan keuangan untuk menyelesaikan masalah sosial.
12.	Mencegah masalah lebih baik dibanding mengobatinya. Biarkan bisnis menyelesaikan masalahnya sebelum masalah tersebut membesar.
13.	Bisnis menciptakan masalah. Karena itu, mereka harus memecahkannya.
14.	Bisnis merupakan <i>partner</i> di masyarakat bersama dengan pemerintah dan masyarakat.

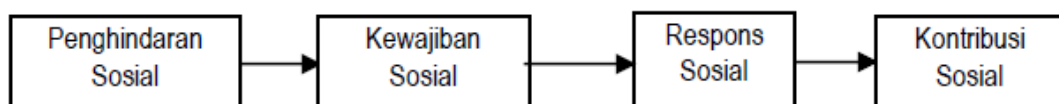
Argumen Kontra Tanggung Jawab Sosial	
1.	Tindakan sosial tidak dapat diukur.
2.	Tujuan suatu bisnis adalah memaksimalkan keuntungan.
3.	Keterlibatan dalam pekerjaan sosial membuat bisnis mempunyai kekuasaan yang semakin besar.
4.	Bisnis tidak mempunyai keahlian dalam menjalankan program-program sosial.
5.	Ada potensi konflik kepentingan.
6.	Biaya tanggung jawab sosial terlalu tinggi sehingga akan mendorong harga menjadi terlalu tinggi.
7.	Akan menekan neraca pembayaran karena produk menjadi tidak kompetitif di pasaran internasional.

Argumen pro pada dasarnya menganggap bahwa perusahaan merupakan bagian dari masyarakat. Kemudian, perusahaan atau bisnis mempunyai kekuasaan yang cukup besar. Mereka dapat menentukan jumlah tenaga kerja yang ditarik dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Argumen kontra berpendapat bahwa jika perusahaan diharuskan menjalankan tanggung jawab sosial, akan ada konflik antara tujuan ekonomi dan tujuan sosial. Perusahaan tidak akan bertahan karena dipaksa untuk mengerjakan tugas yang kontradiktif tersebut.

H. Pendekatan Terhadap Tanggung Jawab Sosial

Organisasi mempunyai pola yang berbeda dalam menjalankan tanggung jawab sosial. Organisasi sering kali melakukan pendekatan tersebut secara *overlap*, kadangkala menjalankan pendekatan kontribusi, dan kadangkala menggunakan pendekatan kewajiban sosial. Gambar berikut ini menyajikan pendekatan-pendekatan tersebut.



a. Penghindaran social

Beberapa organisasi berusaha meminimalkan keterlibatan mereka dalam masalah-masalah sosial. Jika berhadapan dengan masalah sosial, organisasi ini akan mencoba membantah atau menutupi permasalahan yang ada

b. Kewajiban social

Merupakan satu langkah lebih maju, yaitu organisasi berusaha memenuhi kewajiban sosialnya, terutama yang secara legal diharuskan, misalnya memenuhi peraturan pemerintah. Pendekatan semacam ini konsisten dengan argumen kontra tanggung jawab social.

c. Respons social

Perusahaan tersebut bersedia berpartisipasi dalam program sosial, tetapi mereka harus diyakinkan bahwa program tersebut bermanfaat untuk organisasi tersebut.

d. Kontribusi social

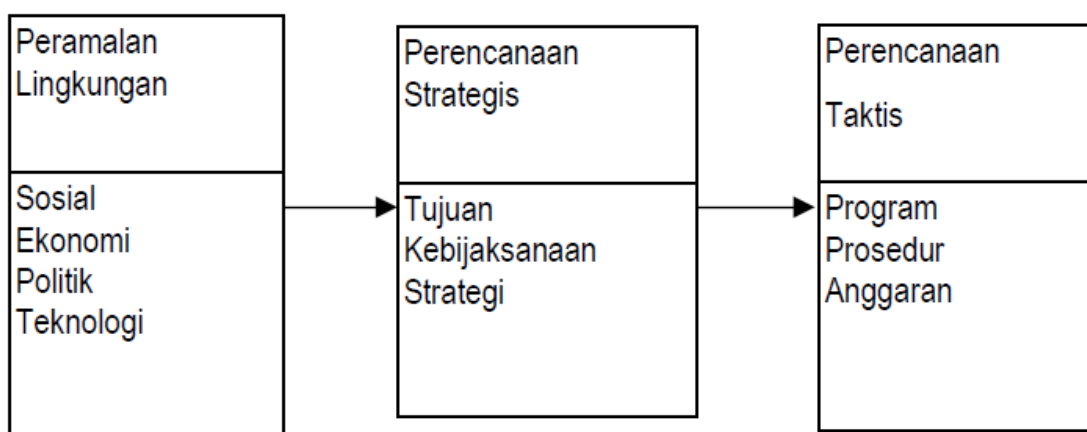
Organisasi secara aktif berpartisipasi dalam program-program sosial. Pendekatan ini merupakan pendekatan yang paling konsisten dengan argumen pro tanggung jawab sosial. Organisasi memandang dirinya sebagai bagian dari masyarakat dan secara aktif mencari jalan untuk memberikan sumbangan pada masyarakat

I. Manajemen Tanggung Jawab Sosial

Bagian ini membicarakan bagaimana organisasi dapat merencanakan tanggung jawab sosialnya mencakup:

1. Perencanaan
2. Pelaksanaan
3. Pengendalian kegiatan atau program sosial.
4. Analisa kegiatan

Bagan berikut ini menggambarkan perencanaan dan pelaksanaan tanggung jawab sosial yang dimulai dari penentuan tujuan sampai rencana pelaksanaan.



Ada empat wilayah pengukuran tujuan sosial yang setiap wilayah diperlukan pengukuran yang lebih spesifik.

1. Wilayah ekonomi

Pengukuran dilakukan, apakah organisasi melaksanakan tugas ekonomiyang dasar. Misalnya, memproduksi barang, memberi gaji yang wajar, dan menciptakan kondisi kerja yang baik.

2. Wilayah kualitas hidup

Pengukuran dilakukan untuk melihat apakah organisasi meningkatkan kualitas hidup secara umum. Misalnya, apakah organisasi berhasil menciptakan barang yang berkualitas, menjaga kelestarian lingkungan, dan semacamnya.

3. Wilayah investasi sosial

Pengukuran dilakukan untuk melihat sejauh mana investasi sumber daya (uang dan manusia) dilakukan organisasi untuk membantu persoalan yang dihadapi komunitas, seperti pendidikan, pengajian, dan sebagainya.

4. Wilayah pemecahan masalah

Pengukuran dalam wilayah ini ingin melihat sejauh mana organisasi berhasil memecahkan masalah sosial, bukannya mengatasi gejala-gejala yang muncul. Pengukuran tujuan sosial yang lebih luas adalah audit sosial (social audit). Audit sosial merupakan analisis formal dan menyeluruh terhadap prestasi sosial organisasi.

J. Pengertian Globalisasi

Pengertian yang lebih formal menunjukkan bahwa globalisasi mempunyai setidaknya-tidaknya tiga dimensi: jarak, lokasi, dan sikap.

1. Jarak

Jarak bisa diukur dengan waktu tempuh suatu tempat, semakin cepat waktu tempuh antara Negara akan semakin berpengaruh di bidang bisnis, terutama perusahaan multinasional. Sebagai contoh perusahaan mobil Toyota bisa menggunakan bahan baku dari Indonesia, tenaga kerja di china, dan hasil bisa di jual di amerika jadi jarak sudah tidak berpengaruh dengan adanya transportasi yang mempermudah hubungan antara perusahaan.

2. Lokasi

Semakin pendek jarak tempuh dan semakin mudahnya transportasi dan semakin baiknya teknologi menjadi cakupan operasi perusahaan bersifat global.

3. Sikap

Globalisasi harus diikuti dengan sikap yang sesuai dengan tuntutan globalisasi, contohnya seorang manajer harus siap untuk terus mempelajari hal-hal baru agar bisa bersaing dengan perusahaan lainnya, bisa dinyatakan sikap bisa memberikan keuntungan dan ancaman bagi perusahaan, contoh sikap kita memutuskan kualitas produk yang baik dan sebagainya.

K. Struktur Ekonomi Dunia

Struktur ekonomi di dunia bisa dilihat dari perbandingan suatu Negara, yang ekonominya terbesar didunia bisa dijadikan target pasar yang menarik untuk produk- produk kita, hal ini bisa dibandingkan dari *Gross Domestic Product* dari masing – masing Negara.

Dari Sumber IMF menyatakan total GDP di Dunia 69 triliun dollar Amerika serikat, menunjukkan Indonesia berada di peringkat ke-16 Gross domestic Product, namun indicator kesejahteraan suatu Negara bisa dihitung dari GDP per kapita, yaitu total GDP dibagi dengan jumlah penduduk.

Kondisi Ekonomi dunia sangat di pengaruhi GDP perkapita jadi kapita terendah di dunia saat ini didomisili oleh Negara-Negara di Afrika merupakan benua dengan Negara-Negara termiskin di dunia.

Diperkirakan pada tahun 2020 akan ada pergeseran dalam kekuatan ekonomi dunia dibanding tahun 2010, Ekonomi Negara berkembang akan meningkat peranannya, China di perkirakan akan mengalahkan Amerika serikat menjadi Negara yang ekonominya terbesar di dunia. Ada 5 negara berkembang saat ini yang menjadi kekuatan dunia: China, India, Rusia, Brasil dan Meksiko.

Beberapa Implikasi dari kondisi ekonomi pada tahun 2020 bisa diperkirakan sebagai berikut:

1. Pasar Negara berkembang mempunyai potensi besar. Jumlah penduduk Negara berkembang jauh melebihi penduduk yang lebih maju. Sebagai contoh, kombinasi penduduk Negara Brasil, Rusia, Cina dan india bisa mencapai sekitar 2,8 miliar orang, sedangkan gabungan penduduk Negara

maju hanya berjumlah 700 juta orang. Dengan demikian Negara berkembang memiliki potensi pasar yang sangat besar.

2. Penduduk yang besar tersebut akan di barengi dengan pertumbuhan kelas menengah atas yang berkembang sebagai contoh jumlah keluarga dengan penghasilan diatas 10.000 dolar AS di cina diperkirakan akan meningkat 4 kali lipat dari sekitar 57 juta keluarga pada tahun 2010 menjadi sekitar 220 juta keluarga pada tahun 2020. Kelas tersebut membutuhkan barang-barang mewah dan barang yang biasa memenuhi kebutuhan dasar saja.
3. Jumlah penduduk di Negara berkembang cenderung lebih muda dibanding di Negara maju. Proporsi penduduk dengan usia di bawah 25 tahun di Negara berkembang mencapai sekitar 40% dibandingkan dengan sekitar 27% untuk Negara uni Eropa. Penduduk muda menyediakan pasar untuk barang- barang seperti kebutuhan rumah tangga, mobil dan sebagainya. Secara absolute, cina dan india masih mempunyai penduduk dengan usia diatas 65 tahun paling besar di dunia pada tahun 2020

L. Perusahaan Multinasional (MNC)

Perusahaan multinasional secara fisik bisa didefinisikan sebagai perusahaan yang beroperasi di dua negara atau lebih. Misal perusahaan sparepart sepeda oleh PT SHIMANO di Batam (INDONESIA) dan PT SHIMANO di JEPENG.

MNC merupakan contoh institusi yang berkembang mengikuti dan memanfaatkan globalisasi. Pertumbuhan perusahaan multinasional sebagian disebabkan oleh perkembangan teknologi yang pesat di samping oleh berubahnya situasi sosial dan politik dunia. Teknologi komunikasi dan transportasi merupakan contoh teknologi yang akan mendorong pertumbuhan perusahaan multinasional

Ilustrasi MNC hipotesis merupakan MNC yang dikelola oleh manajer global berusaha mengoptimalkan sumber daya yang ada di dunia dengan melintasi batas Negara, misalnya memproduksi pakaian. Daftar input yang digunakan:

• Model/fashion	Model pakaian diambilkan dari Paris.
• Kapas	Kapas untuk menghasilkan kain diperoleh dari Cina.
• Pasar	Negara mana yang mempunyai ekonomi paling besar di dunia
• Tenaga kerja	Negara mana yang bisa memberikan tenaga kerja murah dengan kualitas baik

• Incorporated	Di mana MNC mencatatkan perusahaannya adalah negara dengan infrastruktur yang baik dan pajak rendah. Infrastruktur tersebut meliputi infrastruktur hukum (peraturan perundangan yang jelas) dan infrastruktur teknologi (misalnya jaringan komunikasi yang baik).
• Manager	Manajer bisa diambilkan dari negara sekitar
• Mesin	Mesin bisa didatangkan dari Jerman
• Dana	Negara mana yang mempunyai stereotype penghasil dana murah
• Pemilik	Pemiliknya adalah orang Indonesia.

20 perusahaan MNC terbesar di dunia:

<i>Ranking</i>	<i>Perusahaan</i>	<i>Revenues (\$ millions)</i>	<i>Profits (\$ millions)</i>
1	Wal-Mart Stores	421,849	16,389
2	Royal Dutch Shell	378,152	20,127
3	Exxon Mobil	354,674	30,460
4	BP	308,928	-3,719
5	Sinopec Group	273,422	7,629
6	China National Petroleum	240,192	14,367
7	State Grid	226,294	4,556
8	Toyota Motor	221,760	4,766
9	Japan Post Holdings	203,958	4,891
10	Chevron	196,337	19,024
11	Total	186,055	14,001
12	Conoco Phillips	184,966	11,358
13	Volkswagen	168,041	9,053
14	AXA	162,236	3,641
15	Fannie Mae	153,825	-14,014
16	General Electric	151,628	11,644
17	ING Group	147,052	3,678
18	Glencore International	144,978	1,291
19	Berkshire Hathaway	136,185	12,967
20	General Motors	135,592	6,172

Contoh prinsip kerja MNC dengan perbandingan yang di bayangkan David Ricardo

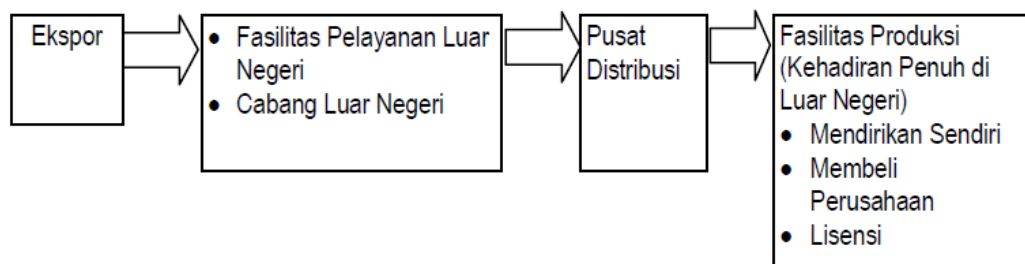
Mekanisme Kerja MNC	Perusahaan di Bawah Teori Keunggulan Komparatif
1. <i>Input</i> sangat mudah dipindah-pindahkan. Bahan baku dari satu negara dipindahkan ke negara lain dengan cepat	1. <i>Input</i> sulit untuk dipindah-pindahkan antarnegara
2. Negara bisa belajar untuk menguasai keterampilan yang baru	2. Negara sudah ditakdirkan menjadi negara yang tertentu
3. Prinsip yang dinamis	3. Negara hanya memproduksi barang berbasis keunggulan komparatifnya
4. Negara bisa memproduksi barang yang beragam	4. Prinsip yang statis

Motif Perusahaan Multinasional yakni memanfaatkan sumber daya dan kesempatan yang muncul. Reaksi yang mendorong yakni :

1. Mencari bahan mentah
2. Mencari pasar
3. Meminimalkan biaya
4. Motif lain

Evolusi Perusahaan Multinasional

Kehadiran perusahaan multinasional atau ekspansi ke luar negeri tidak terjadi secara langsung, tetapi terjadi secara bertahap.



BAB III

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Lingkungan organisasi merupakan kekuatan-kekuatan yang berada di luar organisasi dan secara potensial mempengaruhi kinerja organisasi. Maka dari itu organisasi berada dalam sebuah lingkungan yang dapat menjadi faktor pendukung maupun penghambat organisasi. Kegiatan organisasi akan merubah lingkungan, dan juga sebaliknya, lingkungan akan mendorong perubahan pada organisasi.

Lingkungan internal yang berpengaruh langsung dalam organisasi meliputi karyawan/pegawai organisasi dalam, serta pimpinan manajer. Lingkungan eksternal dibagi dua yaitu yang berpengaruh langsung dan tidak langsung.

Lingkungan eksternal langsung adalah unsur-unsur yang berpengaruh langsung terhadap organisasi, yang terdiri dari pesaing (competitors), penyedia (suppliers) , langganan (customers), lembaga keuangan (financial institutions), pasar tenaga kerja (labour supply), dan perwakilan-perwakilan pemerintah. Sedangkan lingkungan eksternal tidak langsung meliputi berbagai faktor, antara lain kondisi ekonomi, politik dan hukum, sosial budaya, demografi, teknologi, dan kondisi global yang mungkin mempengaruhi organisasi.

Lingkungan internal perusahaan merupakan kekuatan-kekuatan yang ada dalam organisasi itu sendiri dan memiliki sifat yang dapat dikontrol oleh manajemen. Lingkungan internal meliputi ; pekerja/karyawan, pihak yayasan, dewan komisaris, dan pemegang saham.

Globalisasi saat ini merupakan isu yang sangat relevan dengan manajemen. Dunia saat ini praktis sudah masuk dalam era globalisasi yang ditandai dengan menyempitnya jarak tempuh antardunia. Semakin cepatnya berita menyebar dari satu negara ke negara lainnya, semakin berkurangnya pembatasan antarnegara. Globalisasi perlu direspons dengan sikap yang terbuka, bersedia membuka diri dan belajar dari negara lain, serta selalu berusaha memperbaiki diri sehingga globalisasi bisa menjadi kesempatan bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Hanafi, Mamduh. 2016. *Materi pokok manajemen edisi 2 (EKMA4116) Modul 2*.
Tangerang Selatan: Universitas Terbuka