

Etika Bisnis dan Tanggung jawab Sosial - 1

- **Mata kuliah - Administrasi Bisnis**

Tujuan Belajar Pertemuan ini

1. Menjelaskan tanggung jawab perusahaan terhadap :
 - a. Pelanggan
 - b. Pekerja
 - c. Kreditor
 - d. Komunitas disekitar lingkungan usaha
2. Menerangkan biaya yang dikeluarkan dalam memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan

Keputusan Bisnis

1. Memperkenalkan bagaimana sebuah keputusan bisnis berpengaruh terhadap masyarakat
2. Mengikuti prinsip-prinsip etika ketika membuat keputusan bisnis

Alasan Bagi Keputusan Bisnis

1. Keputusan bisnis yang tidak etis biasanya menghasilkan manfaat bagi satu atau lebih karyawan, tetapi memiliki efek yang merugikan pada pihak lain atau lingkungan
2. Keputusan yang tidak etis berdampak negatif terutama kelangsungan hidup usaha dimasa yang akan datang

Contoh Bisnis yang tidak Keputusan Etis

1. Dealer mobil menjual dagangan di atas harga umum
2. Pedagang komputer menjual komputer lebih mahal melebihi kebutuhan pelanggan
3. Manajer yang mempekerjakan rekannya bukan karena kemampuannya.
4. Manajer yang berusaha tidak membayar gaji pegawainya

Dampak dari Keputusan Bisnis yang Tidak Etis

1. Pelanggan menghindar membeli produk dari perusahaan di masa yang akan datang.
2. Perusahaan akan kesulitan untuk mendapat pekerja yang layak.
3. Sulit mendapatkanpendanaan dimasa depan.
4. Perusahaan akan mendapat hukuman atau sangsi dari pemerintah.

Tanggung jawab Kepada Pelanggan

- 1. Praktek produksi yang bertanggung jawab**
 - a. Menjamin keselamatan pelanggan
 - b. Memiliki label peringatan mengenai kemungkinan efek samping yang yang buruk
- 2. Praktek penjualan yang bertanggung jawab**
 - a. Mencegah taktik penjualan yang terlalu agresif
 - b. Mencegah iklan yang bersifat menipu
 - c. Gunakan survey untuk mengetahui kepuasan pelanggan

Memastikan Tanggung jawab

- 1. Menetapkan Kode tanggung jawab**
 - a. Pedoman mengenai kualitas produk
 - b. Pedoman mengenai bagaimana sebaiknya memperlakukan karyawan, pelanggan dan juga pemilik.
- 2. Memantau keluhan**
- 3. Memperoleh dan menggunakan umpan balik pelanggan**

Faktor-faktor yang Berdampak terhadap Tanggung jawab

1. Peranan Konsumerisme

Permintaan kolektif oleh pelanggan agar bisnis memenuhi kebutuhan mereka

2. Peranan Pemerintah

- a. Peraturan pemerintah mengenai keamanan produk
- b. Peraturan memerintah mengenai iklan
- c. Peraturan pemerintah mengenai persaingan industri

Tanggung jawab Kepada Karyawan

1. Keselamatan Karyawan

- a. Cek mesin dan peralatan
- b. Mempersyaratkan pemakaian kaca mata
- c. Menekankan pentingnya keselamatan kerja dalam pelatihan
- d. Mengurangi kecelakaan
- e. Meningkatkan kualitas hidup

2. Perlakuan yang semestinya oleh karyawan lainnya

a. Keragaman dalam pelatihan

b. Mencegah terjadinya pelecehan sexual

➤Komentar ataupun tindakan yang bersifat seksual dan tidak dapat diterima

c. Kesetaraan dalam peluang

➤Melarang diskriminasi didasarkan atas daerah asal, ras, gender ataupun agama

➤Berlaku untuk perekrutan, promosi, ataupun peningkatan gaji

3. Kode tanggung jawab

a. Keputusan perekrutan sebaiknya dibuat tanpa adanya bias

b. Orang yang memiliki kualifikasi tertinggi yang diterima sebagai karyawan

4. Kebijakan mengenai keluhan

a. Proses mediasi

b. Perbaikan kualitas dan kuantitas output

5. Konflik dengan pemberhentian karyawan

Tanggung jawab kepada Pemegang Saham

- 1. Keputusan yang akan dibuat adalah yang terbaik bagi pemilik**
- 2. Kaitkan kompensasi karyawan dengan kinerja perusahaan**
- 3. Mengumumkan informasi yang akurat mengenai kondisi keuangan**

Bagaimana Pemegang Saham Memastikan Tanggung Jawab

1. Aktivisme pemegang saham

Usaha aktif pemegang saham mempengaruhi kebijakan manajemen perusahaan

2. Investor Institusi/lembaga

- a.** Lembaga keuangan biasanya membeli sejumlah saham dalam jumlah besar
- b.** Manajer biasanya lebih mendengarkan apa yang dikatakan investor besar

Tanggung jawab terhadap Kreditor

- 1. Pertemuan untuk membicarakan masalah kewajiban keuangan kepada Kreditor**
- 2. Informasikan kepadapara kreditor bahwa perusahaan sedang mengalami kesulitan keuangan**
- 3. Jika perusahaan tidak dapat membayar hutangnya kemungkinan sedang dalam masalah/mengalami kebangkrutan**

Tanggung Jawab terhadap Lingkungan/komunitas

- 1. Proses Produksi/Produk yang dihasilkan perusahaan dapat membahayakan lingkungan**
 - a. Polusi Udara**
 - Merubah proses produksi
 - b. Polusi tanah**
 - Revisi proses produksi dan pengemasannya guna mengurangi jumlah limbah
 - Daur ulang



2. Memaksimalkan tanggung jawab sosial bertentangan dengan memaksimalkan nilai perusahaan

- Dapat mengurangi kemampuan perusahaan untuk menyediakan produk dengan harga yang wajar

3. Dukungan untuk organisasi amal dapat meningkatkan citra perusahaan



Tanggung Jawab terhadap Lingkungan Internasional

1. Menyadari perbedaan budaya
2. Hindari tindakan tidak etis seperti memberi hadiah kepada pemasok atau pelanggan
3. Membangun reputasi secara global untuk menjalankan bisnis yang etis

Biaya Tanggung Jawab Sosial

1. Pengaduan proses resolusi
2. Survey Kepuasan Pelanggan dan karyawan
3. Tuntutan hukum terhadap sebuah produk
4. Mengubah teknik produksi untuk mematuhi peraturan pemerintah mengenai dampak lingkungan
5. Pengungkapan informasi keuangan secara periodik
6. Mensponsori kegiatan komunitas

Tuntutan Hukum

1. **Gugatan yang biasa terjadi karena:**
 - a. Produk cacat
 - b. Iklan menipu
 - c. Diskriminasi terhadap karyawan
2. **Biaya Perkara**
 - a. Dikenakan denda oleh Pengadilan
 - b. Penyelesaian di luar pengadilan
 - c. Menyewa pengacara untuk membela
 - d. Penurunan permintaan produk dikarenakan publisitas yang buruk

Menilai Kondisi Ekonomi Global- 2

- Mata kuliah - Administrasi Bisnis

Tujuan Belajar Pertemuan ini

1. Mengidentifikasi faktor makro ekonomi yang mempengaruhi kinerja bisnis
2. Menerangkan bagaimana harga pasar ditentukan
3. Menerangkan bagaimana pemerintah mempengaruhi kondisi ekonomi

Kondisi Ekonomi

1. Merefleksikan tingkat produksi dan konsumsi pada sebuah negara, daerah tertentu, atau industri
 - a. Kondisi makroekonomi
 - Keadaan ekonomi secara keseluruhan pada suatu negara
 - b. Kondisi mikroekonomi
 - Fokus pada kondisi dalam suatu kegiatan bisnis atau industri

Dampak Kondisi Ekonomi

2. Kondisi ekonomi dapat mempengaruhi:
 - a. Pendapatan dari sebuah bisnis
 - b. Biaya-biaya yang dikeluarkan dari sebuah bisnis
 - c. Nilai keseluruhan dari sebuah bisnis

Dampak Kondisi Ekonomi

3. Beberapa perusahaan lebih sensitif terhadap perubahan keadaan ekonomi daripada yang perusahaan lainnya:
 - a. Permintaan terhadap makanan cepat saji tidak terlalu sensitif terhadap kondisi ekonomi
 - b. Permintaan terhadap kendaraan baru lebih sensitif pada saat kondisi ekonomi melemah dibandingkan permintaan terhadap produk makanan

Efek Makroekonomi

- **Performa dari perusahaan tergantung dari tiga faktor makro ekonomi:**
 1. Pertumbuhan Ekonomi
 - Perubahan diseluruh level pada kegiatan ekonomi
 - a. Inflasi
 - Kenaikan tingkat harga barang dan jasa secara umum selama periode waktu tertentu
 - b. Tingkat bunga
 - Perubahannya mempengaruhi penentuan biaya meminjam uang

Pertumbuhan Ekonomi

2. Ketika perubahan kegiatan ekonomi secara umum lebih tinggi dari biasanya:

- Tingkat pendapatan total dari semua pekerja

3. AS relatif tinggi.

- a. Ada volume yang lebih tinggi dari pengeluaran untuk produk dan layanan.
- b. Perusahaan yang menjual produk dan jasa harus menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi.

Resesi

1. Terjadi bila pertumbuhan ekonomi negatif selama dua triwulan berturut-turut

2. Menurunnya permintaan untuk produk dan jasa

- a. Mengurangi pendapatan perusahaan yang menjual produk dan jasa.
- b. Dapat menyebabkan perusahaan menutup pabrik-pabrik karena pertumbuhan ekonomi rendah.
 - * General Motors
 - * Ford

Indikator dari Pertumbuhan Ekonomi

1. Produk Domestik Bruto (PDB)/ Gross Domestic Product (GDP)

Jumlah keseluruhan produksi dari barang dan jasa di suatu negara pada periode tertentu

2. Pengeluaran Agregat

Jumlah keseluruhan pengeluaran/biaya

Indikator Alternatif dari Pertumbuhan Ekonomi

1. Tingkat pengangguran yang rendah
2. Tingkat industri produksi
3. Maraknya pembangunan rumah baru
4. Tingkat pendapatan pribadi

Inflasi

Kenaikan secara umum Harga Produk dan Jasa pada periode waktu tertentu

1. Diperkirakan dengan mengukur perubahan prosentase dalam indeks harga konsumen (IHK/ CPI → Consumer Price Index)
2. IHK/CPI diibaratkan keranjang pasar dari harga berbagai macam produk konsumen:
 - Barang kelontong, rumah tangga, bahan bakar endaraan, pelayanan kesehatan, barang elektronik, dll

Pengaruh dari Inflasi

- 1. Pengaruh terhadap biaya operasi perusahaan**
 - a. Meningkatnya biaya supply dan material
 - b. Berdampak pada indeks upah tenaga kerja (biaya TK)
 - c. Makin tinggi inflasi dapat menyebabkan akibat yang lebih besar pada biaya operasi
- 2. Pengaruh terhadap pendapatan perusahaan**

Perusahaan dapat menetapkan harga yang lebih tinggi untuk mengimbangi biaya yang lebih tinggi.

Jenis Inflasi

1. Cost-Push Inflation

Terjadi ketika perusahaan harus menetapkan harga yang lebih tinggi karena biaya (input) produksi meningkat

2. Demand-Pull Inflation

Terjadi ketika harga-harga barang dan jasa yang bergerak naik karena permintaan konsumen

Tingkat Bunga

Menggambarkan biaya peminjaman uang

1. Biaya bunga perusahaan didasarkan pada suku bunga pasar dan secara signifikan berpengaruh pada keuntungan perusahaan
2. Tingkat bunga juga berpengaruh terhadap pendapatan

Penentuan Harga Pasar

- 1. Harga pasar sebuah produk dipengaruhi oleh:**
 - a. Total permintaan produk oleh seluruh pelanggan
 - b. Penawaran barang yang diproduksi oleh pihak perusahaan
- 2. Keterkaitan antara penawaran dan permintaan ditentukan oleh harga pasar**

Permintaan dan Penawaran

- 1. Permintaan**
 - a. Mengindikasikan jumlah produk yang diminta oleh pelanggan pada tiap harga sewajarnya
 - b. Jumlah permintaan meningkat ketika harga turun
- 2. Penawaran**
 - a. Mengindikasikan jumlah produk yang akan ditawarkan (diproduksi) oleh pabrikan pada tingkat harga wajar
 - b. Jumlah yang ditawarkan (diproduksi) lebih tinggi ketika harga naik

Keterkaitan Permintaan dan Penawaran

Keterkaitan antara penawaran dan permintaan ditentukan oleh harga pasar

- a. Penilaian/ surplus : jumlah penawaran oleh perusahaan melebihi jumlah yang diminta oleh pelanggan
- b. **Kekurangan/ shortage**: jumlah penawaran oleh perusahaan kurang dari jumlah yang diminta oleh pelanggan
- c. **Harga Ekuilibrium**: ketika jumlah penawaran dan permintaan adalah seimbang.

Keterkaitan Permintaan dan Penawaran

1. Akibat perubahan permintaan akan menyebabkan perubahan permintaan ataupun penawaran untuk barang spesifik juga berubah.
2. Akibat perubahan penawaran akan berpengaruh pada keseimbangan harga produk.

Faktor yang Mempengaruhi Harga Pasar

1. Pendapatan Pelanggan

Ditentukan oleh jumlah Produk dan jasa yang dapat dibeli oleh perorangan

2. Perubahan pilihan dan cita rasa konsume

Berakibat pada jumlah produk dan jasa yang diminta oleh pelanggan

3. Perubahan pada biaya produksi

Kebijakan Fiskal

1. Pajak Pendapatan

2. Pajak perusahaan

3. Pita cukai

Memilih Bentuk Kepemilikan Bisnis - 3

- **Mata kuliah - Administrasi Bisnis**

Tujuan Dari Pertemuan Ini

1. Menjelaskan bentuk-bentuk jenis usaha
2. Mengetahui keuntungan serta resiko yang dihadapi sesuai dengan jenis usahanya
3. Mengetahui kiat mempertahankan bisnis yang telah ada

Keputusan dalam Kepemilikan Bisnis

1. Keuntungan dan kelemahan dari setiap jenis kepemilikan bisnis
2. Dampak bentuk kepemilikan bisnis di tinjau dari tingkat pengembalian investasi (ROI)
3. Dampak resiko dari bentuk kepemilikan bisnis
4. Metode untuk mendapatkan hak kepemilikan usaha yang sudah ada

Bentuk dari Kepemilikan Bisnis

1. Kepemilikan Tunggal

Dimiliki oleh pemilik tunggal

2. Persekutuan

Dimiliki oleh dua atau lebih pemilik usaha

3. Perseroan Terbatas

Dalam hal pembayaran pajak kepada negara dibedakan antara pemilik dan perusahaan itu sendiri

Kepemilikan Tunggal

1. Bersedia menerima secara penuh tanggung jawab yang timbul dari performa perusahaan
2. Keuntungan usaha tidak dibagi dengan para kreditor
3. Membutuhkan sikap kepemimpinan yang kuat, cakap dalam mengorganisasikan dan berkomunikasi dengan para pekerjanya.

Kepemilikan Tunggal

1. Keuntungan

- a. Seluruh keuntungan usaha dimiliki oleh pemilik
 - b. Mudah dalam mengatur
 - c. Dapat mengendalikan secara penuh
- Membayar pajak lebih rendah

2. Kerugian

- Seluruh kerugian ditanggung oleh pemilik
- Kewajiban yang tidak terbatas
- Pendanaan yang terbatas
- Kemampuan yang terbatas

Jenis-jenis Persekutuan

1. Persekutuan Umum

Seluruh anggota persekutuan memiliki kewajiban tidak terbatas

2. Persekutuan Terbatas

- a. Beberapa anggota sekutu memiliki kewajiban terbatas sesuai dana atau harta yang mereka investasikan
- b. Satu atau lebih anggota sekutu yang menjalankan persekutuan menerima gaji, bagi hasil dan kewajiban yang tidak terbatas.
- c. Keuntungan yang diterima masing –masing anggota persero mencerminkan penghasilan pribadi dan menjadi subjek pajak pribadi

Persekutuan

1. Keuntungan

- a. Tambahan dibidang pendanaan
- b. Pembagian kerugian
- c. Lebih spesialisasi

2. Kerugian

- a. Pembagian pengendalian
- b. Kewajiban yang tidak terbatas bagi anggota sekutu umum
- c. Pembagian keuntungan

Bentuk Kepemilikan Bisnis Lainnya di AS

1. S Corporation (S Korporasi)

- a. Perusahaan memiliki 75 atau lebih pegawai
- b. Pemilik memiliki kewajiban terbatas, tetapi pajak fihak perusahaan ditanggung secara persekutuan.

2. Limited Liability Corporation (LLC)(Perusahaan Kewajiban Terbatas)

Memiliki ciri-ciri umum dari persekutuan namun juga menawarkan kewajiban terbatas bagi sekutu-sekutunya.

Perseroan Terbatas

Individu/sekelompok orang pada saat mendirikan perusahaan harus dicatatkan pada Depkumham RI (di Indonesia) sedangkan di AS dicatatkan pada negara bagian

- a. Baik itu nama perusahaan, berapa besar saham yang diterbitkan serta jenis operasi perusahaan
- b. Pemegang saham memiliki kewajiban terbatas
- c. Pemegang saham yang memilih susunan Direksi

Pemegang Saham

1. Bertugas memilih susunan Direksi yang bertanggungjawab menjalankan segala kebijakan umum perusahaan
Bertugas memilih Presiden Direktur atau Direktur Utama serta pejabat kunci lainnya untuk menjalankan usaha
2. Mengembalikan investasi dengan dua cara
 - a. memberikan deviden
 - b. meningkatkan nilai saham

Perseroan Terbatas

1. Keuntungan

- a. Kewajiban terbatas
- b. Akses pendanaan
- c. Perpindahan kepemilikan

2. Kerugian

- a. Biaya organisasi yg tinggi
- b. Pengungkapan lap keuangan
- c. Masalah perwakilan
- d. Pajak yang tinggi

Perush. Tertutup Vs. Perush. Terbuka

1. Pada perseroan tertutup → Kepemilikannya hanya dibatasi hanya untuk sekelompok kecil investor saja.
2. Perseroan terbuka → saham kepemilikan mereka dapat dengan mudah dibeli atayu dijual oleh para investornya.

Dampak Kepemilikan Pada Pengembalian Investasi

1. Return on Investment (ROI)
 - Menggambar tingkat pengembalian investasi kepada investor setelah dipotong pajak.
2. Return on Equity (ROE)
 - Merefleksikan pendapatan sebagai pengembalian atas ekuitas
 - Ekuitas merupakan total investasi dari para pemegang saham perusahaan.

Dampak Kepemilikan Terhadap Resiko

1. Resiko menggambarkan ketidakpastian laba perusahaan dimasa datang
Tergantung kepada masa depan pendatan dan biaya
2. Kepemilikan tunggal lebih beresiko daripada bisnis yang lebih besar seperti persekutuan dan perseroan terbatas
Terbatasnya pendanaan menyebabkan terbatasnya diversifikasi usaha dan perluasan resiko bisnis

Memiliki Bisnis yang Telah Berjalan

1. Mengambil alih kepemilikan bisnis keluarga
2. Membeli bisnis yang telah berjalan
3. Waralaba

Waralaba

1. Pemilik bisnis (franchisor) mengizinkan pewaralaba (franchisee) untuk menggunakan merek dagang, nama dagang, atau hak cipta, dengan syarat-syarat tertentu.
2. Setiap waralaba beroperasi sebagai bisnis yang independen
3. Biasanya dimiliki oleh kepemilikan tunggal atau perseorangan.

Jenis-jenis Waralaba

1. Pendistribusian (Distrbutorship)
Perusahaan diperkenankan menjual produk dari pabrikan.
2. Bisnis rantai toko (chain-style business)
Perusahaan diijinkan untuk menggunakan nama dagang dan mengikuti panduan untuk penentuan harga dan penjualan produk tersebut.

Jenis-jenis Waralaba

3. Kesepakatan Produksi (manufacturing arrangement)

Pewaralaba mengizinkan perusahaan lain untuk memproduksi menggunakan formula yang diciptakan oleh pewaralaba

Waralaba

1. Keuntungan

- a. Gaya manajemen yang telah teruji
- b. Pengakuan nama
- c. Dukungan Keuangan

2. Kerugian

- a. Berbagi hal keuntungan
- b. Kurangnya pengendalian

Waralaba B2B

1. Waralaba yang melayani bisnis lain yang telah tumbuh dengan pesat:
 - a. Jasa perekrutan
 - b. Jasa konsultasi
 - c. Jasa pelatihan
2. Membutuhkan investasi awal tidak begitu besar sebab mereka dapat dioperasikan melalui komputer dari rumah yang berfungsi sebagai kantor

Kepemilikan Bisnis di Luar Negeri

1. Membeli sebuah waralaba dari luar negeri
2. Membeli sebuah bisnis yang dijual oleh pemerintah asing

Perencanaan Usaha - 4

- **Mata kuliah - Administrasi Bisnis**

Tujuan Dari Pertemuan Ini

1. Mengidentifikasi kunci bisnis para pemegang saham
2. Menjelaskan fungsi-fungsi kunci bisnis
3. Menerangkan bagaimana merealisasikan sebuah rencana usaha

Definisi Bisnis/ Usaha

Bisnis adalah usaha untuk menyediakan produk baik barang atau jasa yang diinginkan oleh pelanggan pada umumnya



Kunci Keputusan Bisnis

1. Produk

Produk apa yang sebaiknya diproduksi?

2. Produksi

Bagaimana sebuah produk itu diproduksi

3. Promosi

Bagaimana sebuah produk dipromosikan

4. Pembiayaan

Bagaimana sebuah perusahaan memenuhi kebutuhan pendanaannya untuk biaya produksi sebuah produk

Kunci Pemangku Kepentingan

1. Pemilik

- a. Wirausahawan
- b. Rekan bisnis
- c. Pemegang saham



2. Kreditor

3. Pegawai/Manajer

4. Suplier

5. Pelanggan

Menggali Ide Bisnis

1. Mengidentifikasi keunggulan kompetitif
2. Diferensiasi produk atau jasa dibandingkan pesaing
3. Memastikan sumber daya yang dibutuhkan
4. Menilai apakah ide yang timbul layak untuk direalisasikan

Penting Diingat Dalam Bisnis

1. Bisnis yang sukses tidak mensyaratkan untuk penemuan besar
Difokuskan pada apa yang lebih disenangi oleh para pelanggan
2. Beberapa ide bisnis akan kandas-tapi beberapa wirausahawan mempelajari dari kegagalan dan membuat perbaikan.

Dampak Teknologi Thd Bisnis

1. Teknologi

Pengetahuan/alat yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa

2. Teknologi informasi

- a. Mengurangi biaya produksi dari produk
- b. Pekerja dibidang industri teknologi berpenghasilan lebih dibandingkan pekerja di industri lainnya.

Dampak Teknologi Thd Bisnis

E-Business atau e-commerce

Menggunakan komunikasi elektronik untuk menjual atau menghasilkan barang dan jasa

- > penjualan kepada pelanggan perseorangan
- > B2B : transaksi antar pebisnis dengan suppliernya

Sukses Dalam E-Business

1. Dimulai dengan sesuatu yang kecil
2. Menjual barang atau jasa yang tidak ditawarkan oleh pesaing
3. Mentransformasikan nilai bisnis tradisional
 - a. Berkomunikasi dengan pelanggan
 - b. Menggali informasi
 - c. Melakukan efisiensi
 - d. Merupakan pelengkap kegiatan bisnis secara tradisional

Perseroan Terbatas

- **Keuntungan**
 - Kewajiban terbatas
 - Akses pendanaan
 - Perpindahan kepemilikan
- **Kerugian**
 - a. Biaya organisasi yg tinggi
 - b. Pengungkapan keuangan
 - c. Masalah perwakilan
 - d. Pajak yang tinggi

Kunci Fungsi-fungsi Bisnis

1. Manajemen
mengorganisasikan sumber daya yang digunakan oleh perusahaan
2. Pemasaran
3. Keuangan
4. Akunting
5. Sistem Informasi

Hal-hal yang Biasa Diputuskan Dalam Bisnis

1. Keputusan Manajemen

- a. Peralatan yang digunakan
- b. Berapa banyak tenaga kerja yang dibutuhkan
- c. Bagaimana memotivasi tenaga kerja agar berprestasi lebih baik?

2. Keputusan Pemasaran

- a. Berapa harga yang pantas?
- b. Apakah diperlukan perubahan penampilan untuk menarik pelanggan?
- c. Apakah dibutuhkan strategi baru dalam berpromosi?

Hal-hal yang Biasa Diputuskan Dalam Bisnis

1. Keputusan dalam bidang keuangan

- a. Sebaiknya kebutuhan keuangan diambil dari tingkat penjualan saham atau kredit ataupun penggabungan keduanya?
- b. Sebaiknya perusahaan meminjam jangka pendek atau jangka panjang?
- c. Apakah perusahaan sebaiknya menginvestasikan dana ke proyek usaha lainnya?

Membangun Perencanaan Bisnis

1. Menilai Lingkungan Bisnis
 - a. Lingkungan ekonomi
 - b. Lingkungan industri
 - c. Lingkungan global
2. Pengembangan rencana manajemen
 - a. Struktur organisasi
 - b. Produksi
 - c. Sumber daya manusia

Membangun Perencanaan Bisnis

1. Perencanaan Pemasaran
 - a. Pasar sasaran
 - b. Karakteristik produk
 - c. Harga
 - d. Saluran distribusi
 - e. Promosi
2. Perencanaan Keuangan
 - a. Pembiayaan
 - b. Kelayakan

Penilaian terhadap Perencanaan Bisnis

1. Pendapatan potensial
2. Permintaan potensial dari produk atau jasa
3. Biaya potensial
4. Keuntungan potensial

Jenis-jenis Waralaba

1. Kesepakatan dibidang Produksi (manufacturing arrangement)

Pewaralaba mengizinkan perusahaan lain untuk memproduksi dengan menggunakan formula yang diciptakan oleh pewaralaba

Waralaba

1. Keuntungan

- a. Gaya manajemen yang telah teruji
- b. Pengakuan nama
- c. Dukungan dalam Keuangan

2. Kerugian

- a. Berbagi keuntungan
- b. Kurangnya pengendalian

Waralaba B2B

- 1. Waralaba yang melayani bisnis-bisnis lain yang telah tumbuh dengan pesat:
 - a. Jasa perekrutan
 - b. Jasa konsultasi
 - c. Jasa pelatihan
- 2. Membutuhkan investasi awal yang tidak begitu besar sebab dapat dioperasikan melalui media komputer dari rumah yang berfungsi sebagai kantor

Kepemilikan Bisnis di Luar Negeri

1. sebuah waralaba dari luar negeri
2. Membeli sebuah bisnis yang dijual oleh pemerintah asing

Mengelola Secara Efektif dan Struktur Organisasi - 5

- Mata kuliah - Administrasi Bisnis

Tujuan Dari Pertemuan Ini

1. Mengidentifikasi tingkatan manajemen
2. Menjelaskan fungsi dari manajer
3. Menjelaskan keahlian yang dibutuhkan para manajer
4. Menerangkan struktur organisasi dapat digunakan untuk mencapai tujuan sesuai dengan perencanaan strategis
5. Mengidentifikasikan metode yang dapat digunakan untuk mendepartementalisasi pekerjaan.

Tingkatan dalam Manajemen

1. Manajemen Puncak/tingkat atas (top high level Management)
 - a. Melakukan pengambilan keputusan yang berkaitan dengan tujuan jangka panjang perusahaan
 - > Predir, Chief Executive Officer (CEO), Chief Financial Officer (CFO), dan wakil Presiden Direktur

Tingkatan dalam Manajemen

2. Manajemen tingkat menengah (Middle Management)
 - a. Bertanggung jawab atas keputusan jangka pendek perusahaan karena manajer pada level ini lebih dekat dengan proses produksi.
 - b. Memecahkan masalah dan mencari metode baru untuk meningkatkan kinerja.
3. Manajemen supervisor/tingkat pertama (Supervisory/first-line management)
 - a. Sangat terlibat dengan proses produksi sehari-hari.
 - b. Berhubungan dengan masalah absensi karyawan dan keluhan pelanggan

Fungsi-fungsi Manajer

1. Perencanaan (Planning)
2. Pengorganisasian (Organizing)
3. Kepemimpinan (Leading)
4. Pengendalian (Controlling)

Perencanaan

1. Perencanaan strategis
2. Perencanaan taktis
3. Perencanaan operasional
4. Perencanaan kontijensi (alternatif)

Gaya Kepemimpinan

1. Otokratik (Autocratic)
2. Bebas Kendali (Free-rein or Laissez-faire)
3. Partisipatif (partisipative atau democratic)

Keahlian Manajerial

- 1. Keahlian Konseptual**
- 2. Keahlian Interpersonal**
- 3. Keahlian Tehnis**
- 4. Keahlian pengambilan keputusan**

Manajemen Efektifitas Waktu

1. Menyusun prioritas dengan tepat
2. Menjadwalkan interval waktu yang panjang untuk pekerjaan-pekerjaan penting
3. Meminimalisasi gangguan
4. Membuat tujuan-tujuan jangka pendek
5. Mendelegasikan sebagian pekerjaan kepada karyawan

Struktur Organisasi

1. Struktur organisasi mengidentifikasi tanggung jawab bagi masing-masing posisi jabatan dan hubungan di antara posisi-posisi tersebut.

a. Bagan Organisasi (organizing chart)

> menunjukkan interaksi diantara posisi jabatan

b. Rantai komando (Chain of Command)

> menditifikasikan posisi jabatan dimana para jenis karyawan akan memberikan laporannya dan siapa bertanggung jawab atas beragam aktifitas.

Rantai Komando

1. Presiden/Direktur/CEO

a. Bertanggung jawab utama untuk mensukseskan perusahaan.

b. Upaya untuk mengkoordinasikan semua divisi dan memberikan arahan untuk bisnis perusahaan.

2. Wakil Presiden/wakil Direktur

a. Biasanya mengawasi divisi tertentu atau fungsi yang luas dan melaporkan kepada Presdir.

b. Rantai komando memastikan bahwa manajer membuat keputusan untuk memaksimalkan nilai perusahaan, dari pada melayani kepentingan mereka sendiri.

Dewan Direksi

1. Kumpulan eksekutif yang bertanggung jawab untuk memantau kegiatan direksi perusahaan dan manajer tingkat tinggi lainnya
Direksi yang dipilih oleh pemegang saham untuk bertindak sebagai wakil bagi pemegang saham.



Dewan Direksi

2. Didalam anggota dewan juga terdapat manajer perusahaan.
3. Di luar anggota dewan tidak terdapat manajer perusahaan.
 - Perusahaan secara terpisah memberikan kompensasi para direksi dengan memberikan saham untuk memotivasi para direksi untuk melayani kepentingan pemegang saham perusahaan.

Dewan Direksi

4. Dewan biasanya fokus pada hal besar dan bukan kegiatan harian dari perusahaan
 - a. Menyetujui pada rencana bisnis seperti merger atau akuisisi.
 - b. Dapat melakukan perubahan dalam perusahaan seperti mengganti CEO atau restrukturisasi.
 - c. Konflik kepentingan dapat mencegah anggota dewan dari membuat keputusan yang terbaik demi kepentingan pemegang saham.

Elemen Lain Dari Struktur Organisasi

1. Internal auditor
2. Rentang kendali (span of control)
3. Ketinggian organisasional (Organizational Height)
4. Sentralisasi (Centralization)
5. Desentralisasi (Desentralization)

Jenis-jenis Struktur Organisasi

1. Organisasi Lini

Hanya berisi garis posisi

- > Posisi pekerjaan yang didirikan untuk membuat keputusan yang mencapai tujuan tertentu.

2. Organisasi Lini dan staf

a. Termasuk kedua garis dan staf posisi

- > Posisi staf mendukung upaya posisi lini.

b. Memberikan kewenangan dari manajemen yang lebih tinggi kepada karyawan

Tugas-Tugas Departementalisasi

Memberi tugas dan tanggung jawab kepada setiap departemen yang berbeda sesuai dengan:

1. fungsi–fungsi pekerja
2. Tipe produk yang diproduksi
3. Lokasi geografis
4. Tipe pelanggan

Peningkatan Produktivitas dan Kualitas - 6

- **Mata kuliah - Administrasi Bisnis**

Tujuan Dari Pertemuan Ini

1. Mengidentifikasi sumber yang digunakan untuk produksi
2. Mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan lokasi
3. Menjelaskan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan terhadap desain dan tata ruang
4. Menjelaskan kegiatan dalam pengendalian produksi
5. Menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi produksi

Sumber daya Untuk Produksi

1. Produksi

Serangkaian kegiatan dimana sumber daya yang ada digunakan untuk menghasilkan barang atau jasa

2. Manajemen Produksi (atau operasi)

Fokus untuk mengembangkan efisiensi dan proses produksi yang berkualitas tinggi dalam menentukan jumlah yang sesuai dan bauran produksi dari sumber daya yang ada:

> SDM, material dan aset lainnya (seperti: gedung, mesin dan peralatan)

Mencapai Biaya Produksi Rendah

Manajer mengkombinasikan sumber daya dengan cara yang lebih efisien dan mengurangi biaya

- a. Stasiun kerja (Work station) adalah area di mana satu atau beberapa orang karyawan diberi pekerjaan tertentu.
- b. Lini perakitan (assembly line) terdiri atas serangkaian stasiun kerja di mana di setiap stasiun menggunakan karyawan, mesin dan bahan baku

Pemilihan Lokasi

1. Lokasi kantor atau pabrik

Berpengaruh pada biaya produksi dan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan efektifitas.

2. Faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi

1. Biaya ruang kerja
2. Biaya tenaga kerja
3. Insentif pajak
4. Permintaan dan penawaran
5. Akses transportasi

Mengevaluasi Kemungkinan Lokasi

Menggunakan bobot kriteria untuk membandingkan berbagai lokasi yang diinginkan:

1. Mengidentifikasi kriteria evaluasi dan membuat matriks evaluasi lokasi
2. Membuat bobot yang didasarkan atas tinggi dan rendahnya kriteria
3. Peringkat tiap lokasi menurut penilaian pribadi
4. Menetapkan peringkat total untuk tiap lokasi
5. Memilih lokasi yang paling sesuai berdasarkan matriks evaluasi lokasi

Desain dan Tata Ruang

1. Desain (design)

Menunjukkan ukuran dan struktur dari pabrik atau kantor

2. Tata ruang (lay out)

Pengaturan mesin dan peralatan dalam pabrik atau kantor tersebut

Memilih Desain dan Tata Ruang

1. Keputusan terhadap desain dan tata ruang apakah berpengaruh terhadap biaya operasional
 - a. Menentukan biaya sewa, mesin dan peralatan
 - b. Mempengaruhi jumlah dana yang dipinjam dan biaya bunga
2. Kapasitas produksi yang diinginkan

Faktor yang Mempengaruhi Desain dan Tata Ruang

1. Karakteristik Lokasi

2. Proses Produksi

3. Lini Produk

Pengendalian Produksi

1. Pembelian bahan baku
2. Pengendalian Persediaan
3. Pengaturan rute
4. Penjadwalan
5. Pengendalian Mutu

Pembelian Material

1. Memilih pemasok bahan baku

- a. Harga dari pemasok, kecepatan pengiriman, kualitas, pelayanan dan ketersediaan kredit.
- b. Beberapa perusahaan menggunakan internet untuk e-procurement.

2. Mendapatkan potongan Harga

3. Mendelegasikan produksi kepada pemasok

Perusahaan membeli bagian-bagian produk dan bukannya memproduksi bagian-bagian itu sendiri

> Deintegrasi : mendelegasikan sebagian pekerjaan proses produksi kepada pemasok

Pengendalian Persediaan

Proses pengelolaan persediaan pada tingkat yang akan meminimalkan biaya dengan cara

1. Menggunakan sistem pengendalian persediaan untuk mengurangi biaya penyimpanan dan biaya pemesanan
 - > Just -in-time (JIT) persediaan
 - > Perencanaan kebutuhan bahan baku atau Materials requirement planning MRP)
2. Persediaan barang pada proses persediaan barang jadi.

Pengaturan Rute dan Penjadwalan

1. Rute

Urut-urutan (atau rute) pekerjaan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan suatu produksi suatu produk.

- > Sebaiknya dievaluasi secara berkala untuk memastikan proses dapat ditingkatkan atau dapat mengurangi biaya.

2. Penjadwalan

Tindakan penentuan periode waktu untuk masing-masing pekerjaan dalam proses produksi

- > Jadwal produksi: rencana penentuan waktu dan volume pekerjaan-pekerjaan produksi.

Pengendalian Mutu

1. Kuaitas/Mutu

Tingkat sejauh mana produk atau jasa dapat memenuhi keinginan atau harapan pelanggan.

2. Pengendalian Mutu

Proses memastikan apakah mutu dari suatu produk atau jasa telah memenuhi tingkat mutu yang diinginkan.

3. Manajemen Mutu Total

Tindakan mengawasi dan meningkatkan mutu produk dan jasa yang dihasilkan.

Penilaian Mutu

1. Pengendalian oleh teknologi
2. Pengendalian oleh karyawan
3. Pengendalain melalui pengambilan contoh
4. Pengendalian melalui pengawasan keluhan
5. Memperbaiki kekurangan

Meningkatkan Efisiensi Produksi

1. Mengadopsi teknologi bari
2. Skala ekonomis
3. Restrukturisasi
4. Rekayasa ulang
5. Perampingan

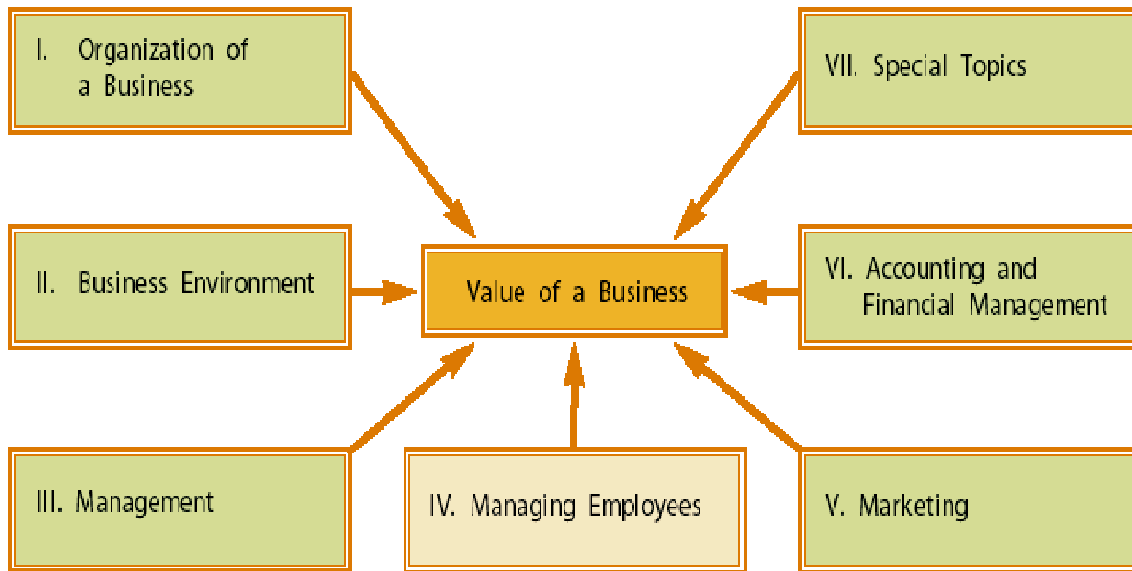
Memotivasi Karyawan - 9

- **Mata kuliah - Administrasi Bisnis**

Tujuan Belajar Pertemuan Ini

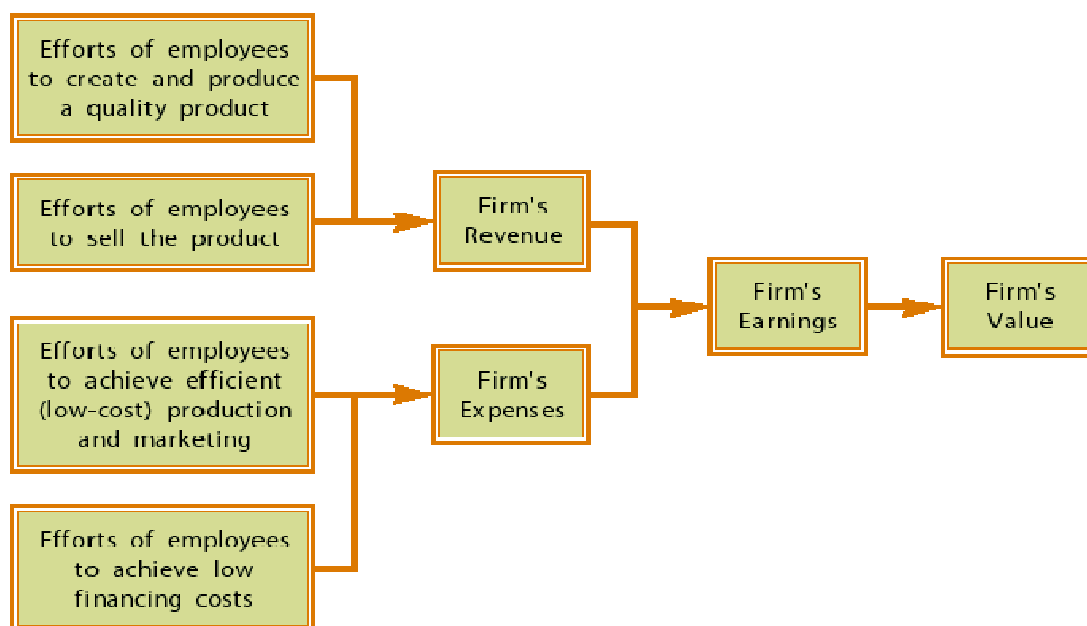
1. Menjelaskan teori-teori motivasi.
2. Menjelaskan bagaimana perusahaan dapat meningkatkan kepuasan kerja dan juga bagaimana meningkatkan motivasi.

Mengatur Karyawan



Copyright © 2004 South-Western. All rights reserved.

Memotivasi Karyawan



Copyright © 2004 South-Western. All rights reserved.

Teori-Teori Motivasi

Motivasi terhadap para karyawan di pengaruhi oleh kepuasan kerja yaitu sebuah tingkatan dimana karyawan dipuaskan oleh pekerjaan mereka

1. Para karyawan yang puas dengan pekerjaannya biasanya lebih termotivasi
2. Para manajer dapat memotivasi karyawan dengan memastikan kepuasan kerja.

Study Hawthorne

Di tahun 1920, para peneliti mempelajari pekerja di Western Electric Plant, Chicago:

1. Mempelajari untuk mengidentifikasi bagaimana kondisi kerja mempengaruhi tingkat produktivitas
 - > Menambah dan mengurangi pencahayaan keduanya tetap meningkatkan produksi
 - > Diberikan waktu istirahat yang pendek maupun yang panjang juga meningkatkan produksi
2. Disimpulkan bahwa setiap kondisi perubahan menggambarkan dapat meningkatkan produktivitas para pekerja dengan memberikan kesempatan berpartisipasi.

Hierarki Kebutuhan Maslow

Maslow mempercayai bahwa kebutuhan orang itu dapat dibagi dalam 5 kategori

1. Fisiologis: kebutuhan dasar untuk bertahan hidup
2. Keselamatan: kondisi keamanan kerja serta kondisi kerja yang aman
3. Sosial: kebutuhan untuk menjadi bagian dari suatu kelompok
4. Penghargaan: rasa hormat, prestise dan pengakuan
5. Aktualisasi diri: kebutuhan untuk mewujudkan potensi seseorang

Hierarki Kebutuhan Maslow

Ketika seseorang mencapai tingkat kebutuhan tertentu, maka ia akan termotivasi untuk dapat mencapai kategori berikutnya.

Studi Herzberg Mengenai Kepuasan Kerja

Mengidentifikasi faktor hubungan kerja yang membuat karyawan merasa tidak puas dengan pekerjaan mereka:

1. Faktor hygiene dapat memenuhi kebutuhan dasar dan mencegah ketidakpuasan kerja
 - > Kondisi kerja, pengawas, gaji, keamanan kerja, status
2. Faktor motivasi dapat memacu kepada kepuasan kerja dan motivasi para karyawan
 - > Prestasi, tanggung jawab, pengakuan, perkembangan, pertumbuhan

Teori X dan Teori Y dari McGregor

Setiap teori mencerminkan persepsi yang dimiliki para Supervisor terhadap karyawan

1. Cara pandang para supervisor terhadap karyawan dapat mempengaruhi cara memperlakukan karyawan.
2. Perlakuan terhadap para karyawan mempengaruhi tingkat kepuasan kerja dan motivasi.

Teori X dan Teori Y dari McGregor



Teori Z

Teori ini didasarkan manajemen gaya Jepang yang memperbolehkan seluruh pegawai untuk berpartisipasi dalam pembuatan keputusan

1. Partisipasi dapat meningkatkan kepuasan kerja karena memberikan tanggung jawab kepada karyawan.
2. Mengurangi spesialisasi dalam deskripsi pekerjaan.
3. Membantu para karyawan berbagai macam ketrampilan dan memiliki jalur karir yang flexibel.

Teori Harapan

1. Usaha karyawan dipengaruhi oleh harapan akan hasil (imbalan) dari usaha tersebut:
 - a. Ketika tujuan tercapai dan menawarkan suatu imbalan tertentu.
 - b. Karyawan memiliki kepercayaan yang kuat bahwa mereka memiliki kesempatan untuk menambah imbalan.
2. Imbalan motivasi sulit untuk ditawarkan ketika hasil tidak dapat diukur dengan mudah.

Teori Harapan

3. Hasil yang dicapai karyawan sangat dipengaruhi oleh upaya mendapatkan hasil (imbalan) yang mereka lakukan:
 - a. Ketika tujuan dicapai dan imbalan yang ditawarkan sesuai keinginan karyawan.
 - b. Para karyawan memiliki keyakinan kuat bahwa mereka akan memperoleh kesempatan untuk mencapai jumlah imbalan yang diinginkan.
4. Imbalan atas motivasi sulit ditawarkan ketika hasil yang dicapai tidak dapat diukur dengan mudah.

Teori Ekuitas

Kompensasi sebaiknya adil, atau sesuai dengan proporsi kontribusi yang diberikan karyawan

1. Jika karyawan berkeyakinan bhw mereka diberikan kompensasi yang terlalu rendah, mereka mungkin akan meminta kompensasi yang lebih besar.
2. Para karyawan menjadi tidak puas dengan pekerjaan mereka jika mereka merasa tidak mendapat suatu kompensasi yang sesuai.
3. Para supervisor sebaiknya mencegah ketidakpuasan kerja dengan upaya untuk menyediakan kompensasi yang sesuai.

Teori Penegakan

Penegakan dapat mempengaruhi perilaku:

1. Penegakan Positif

- > Memotivasi karyawan dengan menyediakan imbalan bagi yang berkinerja tinggi
- > Semakin mereka dihargai dengan penegakan, semakin mereka termotivasi meneruskan kinerja yang tinggi.

2. Penegakan Negatif

- > Memotivasi dengan mendorong mereka untuk berperilaku menghindari konsekuensi perilaku yang menguntungkan.

Pedoman Motivasional yang Ditawarkan oleh Teori

Jika kepuasan kerja para karyawan meningkat maka mereka akan lebih produktif

1. Kesimpulan umum

- > Untuk menghindari ketidakpuasan kerja, Supervisor sebaiknya memastikan bahwa karyawan mendapat kompensasi yang sesuai dengan kontribusi mereka
- > Walaupun kompensais yang sesuai telah diberikan, para karyawan mungkin tidak terpuaskan apabila kebutuhan lainnya tidak dipenuhi (sosial, tanggung jawab, serta aktualisasi diri)

Pedoman Motivasional yang Ditawarkan oleh Teori

- > para karyawan mungkin tidak termotivasi jika mereka meyakini mereka mampu mencapai suatu keberhasilan namun tidak mendapatkan imbalan yang diharapkan.

Bagaimana Meningkatkan Kepuasan dan Motivasi Kerja

1. Program hal Pengayaan Pekerjaan (Job enrichment program)

Di rancang untuk meningkatkan kepuasan kerja karyawan dengan memberikan otonomi lebih banyak kepada karyawan.

2. Program kompensasi yang memadai

- a. Sistem jasa (*Merit System*)
- b. Sistem merata (*across-the-board system*)
- c. Program insentif (*insentive program*)

Bagaimana Meningkatkan Kepuasan dan Motivasi Kerja

3. Jadwal kerja yang fleksibel

- a. Minggu kerja yang dipadatkan dimana beban yang kerja seminggu dipadatkan menjadi beberapa hari dalam seminggu.
- b. Berbagi pekerjaan oleh dua orang atau lebih berbagi jadwal kerja tertentu

Program Keterlibatan Karyawan

1. Perluasan pekerjaan (job enlargement)

Sebuah program untuk memperlebar (memperluas) tugas yang diberikan kepada karyawan .

2. Pengayaan pekerjaan (job enrichment)

Menambah jenis tugas dan otonomi kepada para karyawan.

3. Rotasi pekerjaan (job rotation)

Menambah jenis tugas dan otonomi kepada karyawan.

Pemberdayaan (Empowerment)

1. Pemberdayaan dan manajemen partisipatif

a. Mengijinkan karyawan lebih banyak membuat keputusan

b. Manajemen berdasarkan tujuan
(Management by objectives/MBO)

2. Kerjasama Tim (teamwork)/Mnj terbuka

> mendidik karyawan

> pemberdayaan

> kompensasi

Mempekerjakan, Pelatihan dan Mengevaluasi Karyawan - 10

- **Mata kuliah - Administrasi Bisnis**

Tujuan Belajar Pertemuan Ini

1. Jelaskan perencanaan sumber daya manusia oleh perusahaan.
2. Membedakan antara jenis perusahaan yang menawarkan kompensasi kepada karyawan.
3. Jelaskan keterampilan karyawan perusahaan yang berkembang.
4. Jelaskan bagaimana kinerja karyawan dapat dievaluasi

Perencanaan Sumber Daya Manusia

1. Perencanaan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan bagi karyawan

Peramalan kebutuhan staf

2. **Analisis pekerjaan**

Menentukan tugas dan tanggung jawab yang diperlukan untuk posisi tertentu

- a. **Spesifikasi kerja (Job Specification)**

menyatakan kepercayaan yang diperlukan untuk memenuhi syarat untuk suatu posisi.

- b. **Deskripsi kerja (Job Description)**

menyatakan tugas dan tanggung jawab dari posisi pekerjaan.

Perencanaan Sumber Daya Manusia

Perekrutan

Tujuan perekrutan adalah menjamin pasokan yang cukup dari calon yang memenuhi syarat untuk suatu pekerjaan.

Seorang manajer SDM membantu setiap departemen tertentu merekrut kandidat untuk posisi terbuka.

Metode Perekrutan

1. Perekrutan internal

- a. Upaya untuk mengisi posisi terbuka dengan orang yang dipekerjakan oleh perusahaan.
- b. Manfaat dari perekrutan internal adalah karyawan telah dikenal dan kemampuan mereka telah dinilai.
- c. Potensi untuk maju memotivasi karyawan berkinerja baik dan mengurangi pekerjaan dihindari omset.

Metode Perekrutan

2. Perekrutan eksternal

Upaya untuk posisi dengan pelamar dari luar perusahaan

- a. Tidak mempunyai banyak informasi tentang kandidat di luar.
- b. Membantu mengatasi karyawan penangkaran sanak ide-ide dan sikap.
- c. Mungkin diperlukan untuk mengisi posisi baru dengan persyaratan pekerjaan yang memerlukan keahlian yang tidak dimiliki karyawan yang ada saat ini.

Merekrut dan Penyaringan Pelamar

Penyaringan Pelamar

1. Menilai setiap aplikasi untuk menyaring para pelamar yang tidak memenuhi syarat.
2. Wawancara pelamar untuk menilai karakter kepribadian, ketepatan waktu, keterampilan komunikasi, dan sikap.
3. Hubungi referensi yang diberikan pelamar.
4. Gunakan tes pekerjaan untuk dapat menilai kemampuan calon karyawan.
5. Membuat keputusan penerimaan karyawan.

Paket Kompensasi

Total kompensasi berupa uang dan keuntungan yang ditawarkan kepada karyawan adalah:

1. Gaji
2. Opsi saham
3. Komisi
4. Bonus
5. Keuntungan
6. Manfaat yang diberikan kepada karyawan
7. Perquisites (Tambahan/"Perks")

Pengembangan Keterampilan Karyawan

Perusahaan yang berinvestasi dalam program pelatihan bagi karyawan lebih menguntungkan.

1. Pelatihan ketrampilan teknis
2. Pelatihan keterampilan dalam Pengambilan keputusan
3. Pelatihan keterampilan pelayanan pelanggan
4. Pelatihan keterampilan keselamatan kerja
5. Pelatihan ketrampilan hubungan antar manusia

Evaluasi Kinerja

1. Evaluasi kinerja bertujuan
 - a. Menyediakan metode untuk melihat tumbuh kembangan kemampuan karyawan
 - b. Dapat digunakan untuk memberikan umpan balik dan pengarahan kepada karyawan
 - c. Dapat menunjukkan tingkat kekuatan dan kelemahan Karyawan
 - d. Dapat mempengaruhi kemungkinan adanya Karyawan yang akan dipromosikan dalam di masa depan

Evaluasi Kinerja

2. Bertujuan untuk mengelompokkan evaluasi kedalam masing-masing kriteria yang relevan untuk setiap posisi pekerjaan, dengan cara:
 - a. Gunakan kriteria objektif versus subjektif
 - b. Tetapkan kriteria dan bobot penilai karyawan pada kriteria.
 - c. Membantu karyawan untuk menunjukkan kekuatan, kelemahan, dan daerah untuk perbaikan.
 - d. Menggunakan formulir evaluasi kinerja untuk dapat memastikan pengumpulan/penyimpanan informasi evaluasi.

Evaluasi Kinerja Yang Tepat

Ikuti langkah-langkah spesifik untuk menunjukkan keadilan dan memenuhi pedoman hukum dalam mengakui hak-hak karyawan:

1. Berkomunikasi tanggung jawab kerja kepada karyawan pada saat perekrutan.
2. Memberitahu kekurangan dari karyawan dan memberikan kesempatan bagi karyawan untuk menanggapi kritik.
3. Supervisor harus konsisten ketika melakukan evaluasi kinerja.

Tindakan Yang Diambil Setelah Evaluasi Kinerja

1. Mengakui kinerja luar biasa dengan pengakuan atau promosi
2. Tentukan alasan kinerja yang buruk dan dapat mengambil tindakan korektif
 - a. Jika kekurangan tidak diperbaiki, supervisor mungkin perlu mengambil tindakan lain:
 - b. Menugaskan karyawan untuk jenis kerja yang berbeda.
 - d. Penghentian sementara karyawan.
 - e. Pemecatan karyawan.

Membuat dan Harga Produk - 11

- Mata kuliah - Administrasi Bisnis

Tujuan Belajar Pertemuan ini

1. Mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi pasar sasaran
2. Mengidentifikasi langkah-langkah pada saat menciptakan produk baru
3. Mengidentifikasi fase-fase utama dari siklus kehidupan produk
4. Mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi penetapan harga

Latar Belakang Produk

1. Produk mencakup barang-barang fisik dan jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen
 - a. Convenience product
 - > Banyak tersedia
 - > Sering dibeli
 - > mudah akses
 - b. Shopping Product
 - > Tidak sering dibeli
 - > Konsumen mencari kualitas dan harga
 - c. Specialty product
 - > Konsumen harus usaha khusus untuk membeli

Latar Belakang Produk

2. Lini Produk (Product Line)

Konsumen membeli produk/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan yang berekspansi dari waktu ke waktu untuk memenuhi kebutuhan konsumen

- > Coca-cola, Coca Cola diet, non cafeine coca cola, Sprite
- > Pepsi, Pepsi Diet, Mountain Dew, All-sport

3. Bauran Produk (Product Mix)

Beragam produk yang ditawarkan oleh perusahaan

- > Quaker State: oli motor, fluida pencuci kaca depan, minyak rem dan produk otomotif lainnya
- > Amazon.com: buku, elektronik, mainan, musik, barang dapur, obat-obatan, kesehatan dan produk kecantikan

Diversifikasi Bauran Pemasaran

Ketika produk primer didasarkan pada melebarnya permintaan perusahaan mendiversifikasi bauran produk mereka sehingga mereka tidak tergantung pada satu produk

- > Diversifikasi dalam memproduksi produk yang telah ada (diversifikasi produk terkait)
- > Contoh perusahaan: Walt Disney Company, Donna Karan, Amazon.com, IBM

Mengidentifikasi Pasar Sasaran

1. Konsumen membeli produk tertentu memiliki sifat-sifat khusus yang sama dan kebutuhan yang serupa
2. Perusahaan mencoba untuk mengidentifikasi sifat-sifat dan mentargetkan orang dengan sifat-sifat tersebut (target pasar)
 - > Pasar konsumen: produk dibeli individu
 - > Pasar industri: produk dibeli perusahaan

Ukuran Pasar Sasaran

1. Sebagai perubahan preferensi konsumen, ukuran pasar sasaran tertentu juga dapat berubah.
2. Ukuran pasar sasaran tergantung pada:
 - a. Demografi
 - b. Geografi
 - c. Faktor-faktor ekonomi
 - d. Nilai-nilai sosial

E-Marketing

Penggunaan Internet untuk mendesain, harga, Distribusi dan promosi produk

1. Amazon.com menggunakan E-marketing untuk membedakan dari pengecer buku lainnya
2. Perusahaan menggunakan E-marketing untuk melengkapi apa yang sudah dijalankan
3. Perusahaan dapat menggunakan E-marketing untuk target pasar luar negeri
4. Perusahaan dapat menerima pesanan secara online dengan biaya rendah dan menggunakan internet untuk memperluas usaha distribusi

Menciptakan Produk Baru

1. Sebagian besar produk baru merupakan perbaikan dari produk yang telah ada dan bukan penemuan baru
2. Produk yang ada mungkin menjadi usang atau kurang berguna daripada di masa lalu
 - a. Tidak lagi dalam mode (mode usang)
 - b. Teknologi lanjutan menggantikan produk sebelumnya (teknologi usang)

Diferensiasi Produk

Upaya perusahaan untuk membedakan produk dan jasa dari pesaing dan membuatnya lebih diinginkan oleh pelanggan

1. Kualitas
2. Seleksi
3. Produk atau jasa yang unik desain
4. Kemasan unik
5. Unik branding
 - > Merek Keluarga versus merek pribadi
 - > Produsen VS merek toko VS merek umum
6. Co-branding - tren terbaru

Siklus Kehidupan Produk (Product Life Cycle/ PLC)

1. Fase khas produk yang dapat bertahan hidup
 - a. Pengenalan: menciptakan kesadaran produk
 - b. Pertumbuhan: memperkuat fitur produk
 - c. Kedewasaan: kompetisi meningkat
 - d. Penurunan: penurunan permintaan
2. Keputusan pemasaran dipengaruhi oleh tahap dalam siklus kehidupan produk

Strategi Harga

1. Mencoba menetapkan harga yang akan memaksimalkan nilai perusahaan
Harga yang dikenakan berdampak pada terhadap pendapatan dan profitabilitas
2. Pertimbangan dalam penetapan harga
 - a. Biaya produksi per unit + mark-up (harga berdasarkan biaya)
 - b. Supply atas persediaan
 - c. Harga yang ditetapkan pesaing terhadap barang sejenis

Strategi Harga

3. Pertimbangkan penetapan harga oleh pesaing
 - a. **Harga penetrasi (Penetrating Pricing)**
 - > Harga yang lebih rendah dari pesaing untuk menembus pasar
 - > Paling efektif adalah harga ketika permintaan elastis
 - b. **Harga bertahan (Defensive Pricing)**
 - > Mengurangi harga untuk membela atau mempertahankan pangsa pasar
 - c. **Harga Pemangsa (Predatory Pricing)**
 - > Harga yang lebih rendah untuk mengusir pesaing
 - d. **Harga Prestise (Prestige Pricing)**
 - > Gunakan harga tinggi untuk menandai top-of-the-line

Contoh Penetapan Harga

Hot dog vendor di New Orleans

1. Sewa hot dog cooker untuk \$ 4.000/tahun (biaya tetap yang tidak tergantung pada volume hot dog dijual)
2. Biaya untuk hot dog, roti, saus tomat, dll, \$60 per hot dog (biaya variabel yang bergantung pada volume hot dog)
3. Vendor yang lainnya dikenakan biaya \$ 2,00 masing masing, Anda dikenakan biaya \$ 1,80
4. Diramalkan bahwa Anda dapat menjual 20.000 hot dog jika Anda memiliki harga yang kompetitif
5. Identifikasi titik impas dari penjualan hot dog

Contoh Perhitungan Titik Impas

Fixed Costs

$$\text{BEQ} = \frac{\text{Fixed Costs}}{\text{Price} - \text{Variable Costs/ Unit}}$$

$$\text{BEQ} = \frac{\$4.000}{\$1.80 - \$60}$$

$$\text{BEQ} = 3.334 \text{ hot dogs}$$

Keputusan Lain Penetapan Harga

1. Menawarkan diskon khusus Warga Senior, mahasiswa, pembeli online.
2. Harga jual periodik
Beberapa pelanggan hanya akan membeli produk jika ada obral penjualan
3. Persyaratan kredit untuk pelanggan khusus:
 - a. Pelanggan bisnis (2/10 net 30)
 - b. Pembayaran Kartu kredit
 - c. Pengecer kartu Kredit

Promosi Produk - 12

- Mata kuliah - Administrasi Bisnis

Tujuan Belajar Pertemuan ini

1. Menjelaskan promosi dapat memberi suatu keuntungan bagi perusahaan
2. Menjelaskan bagaimana periklanan digunakan
3. Menjelaskan metode promosi penjualan
4. Menjelaskan bagaimana perusahaan dapat menggunakan humas untuk promosi produk
5. Menjelaskan bagaimana perusahaan dapat mengoptimalkan campuran promosi

Promosi

Menginformasikan/mengingatnkan para pelanggan mengenai produk atau merek

1. Strategi pemasaran yang melengkapi promosi yaitu produk, penetapan harga dan distribusi
2. Promosi yang efektif akan dapat meningkatkan jumlah permintaan dan menempatkan penjualan pada tingkat yang lebih tinggi

Bauran Promosi

Kombinasi suatu metode promosi dapat meningkatkan penerimaan atas produk

1. Periklanan/Advertising
2. Penjualan perorangan/Persnal Selling
3. Promosi penjualan
4. Hubungan masyarakat/Humas/PR
5. Penjualan langsung/Direct Selling

Periklanan

Sebuah bentuk presentasi penjualan yang bersifat non personal melalui bentuk media atau non media untuk mempengaruhi sejumlah besar pelanggan.



Type-Type Periklanan

1. Brand advertising (Iklan mengenai Merek)
 - a. Comparative advertising (iklan komparatif)
 - b. Reminder advertising (iklan pengingat)
2. Institutional advertising (iklan institusional)
Berusaha meningkatkan citra dari institusi tertentu
3. Industry advertising (iklan industri)
Berusaha meningkatkan citra dari industri tertentu

Bentuk-Bentuk Media Periklanan

1. Surat kabar
Cara yang tepat untuk mencapai pasar geografis
2. Majalah
Cakupan iklan secara nasional dan regional
3. Radio
Berbicara pada [mendengar tetapi tidak memiliki efek visual
4. Televisi
Menggabungkan keuntungan dari media cetak dan radio

Bentuk-Bentuk Media Periklanan

5. Internet/E-mail
6. Surat langsung
7. Telemarketing
8. Iklan luar ruangan
9. Iklan Transportasi
10. Iklan khusus

Penjualan Perorangan

Presentasi penjualan perseorangan digunakan untuk mempengaruhi satu atau lebih pelanggan

1. Berbasis retail – biasanya berada di toko
2. Berbasis Industri atau individu
 - Mengidentifikasi pasar sasaran
 - Menghubungi potensial pelanggan
 - Membuat janji presentasi penjualan
 - Menjawab pertanyaan
 - Mengakhiri dan menindaklanjuti penjualan

Promosi Penjualan

Sekumpulan kegiatan dengan maksud/tujuan mempengaruhi perilaku membeli pelanggan

1. Display

- Menarik perhatian pelanggan yang sedang berada di toko
- Ditempatkan pada titik penjualan

2. Premi

- Hadiah atau pemberian kepada pelanggan secara cuma-cuma karena membeli produk tertentu
- Menawarkan insentif tambahan terhadap pelanggan atas pembelian produk

Hubungan Masyarakat

Merujuk kepada tindakan-tindakan yang diambil dengan tujuan mencaptnkan atamempertahankan citra publik uamh menguntungkan

1. Acara-acara khusus

- Lomba lari, maraton, festival

2. Rilis berita

- Pernyataan singkat tertulis

3. Konferensi pers

- Pernyataan lisan yang disampaikan perusahaan kepada media

Mengoptimalkan Bauran Promosi

1. Setiap metode promosi memiliki kelebihan dan kekurangan
2. Tidak ada satu metode yang paling ideal untuk semua produk
3. Perusahaan harus memutuskan bauran promosi yang paling tepat untuk digunakan

Faktor yang Mengoptimalkan Bauran Promosi

1. Pasar sasaran
 - a. Strategi menarik atau mendorong
 - b. Gunakan penelitian pemasaran untuk dapat mengidentifikasi kegiatan promosi apa yang sesuai
2. Anggaran promosi tergantung pada:
 - a. Fase siklus kehidupan produk
 - b. Persaingan
 - c. Kondisi ekonomi

Mengatur Tenaga Penjualan

Banyak tenaga penjualan bercita-cita menjadi Seorang Manajer Penjualan yang bertanggung jawab terhadap sebuah tim penjualan

1. Harus memiliki pengetahuan tentang produk dan persaingan
2. Dapat memotivasi para penjual agar menghasilkan yang terbaik
3. Mengatasi keluhan pelanggan
4. Menegur tenaga penjual jika diperlukan
5. Fokus pada proyek-proyek khusus
6. Evaluasi terhadap pasar yang prospektif dalam jangka panjang

Mendistribusikan Produk - 13

- Mata kuliah - Administrasi Bisnis

Tujuan Belajar Pertemuan ini

1. Menjelaskan kelebihan dan kekurangan dari saluran distribusi langsung
2. Mengidentifikasi faktor yang menentukan saluran distribusi yang optimal
3. Membedakan berbagai jenis dari cakupan pasar
4. Menjelaskan bagaimana cara mempercepat proses distribusi

Tujuan Belajar Pertemuan ini (lanjutan)

5. Menjelaskan bagaimana para peritel melayani pelanggannya.
6. Menjelaskan bagaimana para grosir melayani pabrikan-pabrikan dan para peritel.
7. Menjelaskan strategi dan manfaat integrasi saluran vertikal.

Mendistribusikan Produk



Saluran Distribusi

1. Tentukan bagaimana produk perusahaan akan dapat diakses oleh pelanggan (Kenyamanan tempat)
2. Saluran Langsung
 - a. Memungkinkan kontrol penuh atas harga
 - b. Menjadi pihak pertama umpan balik pelanggan lebih banyak karyawan
3. Menimbulkan biaya lebih untuk mempromosikan produk mungkin memerlukan penjualan secara kredit

Saluran Distribusi

1. Distribusi Satu Tingkat

Terdapat satu perantara antara produsen dan konsumen

- a. para pedagang
- b. para agen

2. Distribusi dua tingkat

- a. Terdapat dua perantara pemasaran produsen dan konsumen
- b. Usaha bisnis kecil biasa menggunakan agen-agen untuk meningkatkan penjualannya kepada para pengecer

Mengoptimalkan Saluran Distribusi

Tergantung dari karakteristik Produk

1. Kemudahan Transportasi

- Jika sebuah produk dapat dengan mudah ditransportasikan, saluran distribusi kemungkinan besar melibatkan pihak perantara
- Jika sebuah produk tidak dapat ditransportasikan, produsen berupaya untuk menjual secara langsung.

2. Tingkat Standardisasi

- Produk yang terstandarisasi memiliki kemungkinan lebih besar melibatkan perantara

Memilih Tingkatan Cakupan Pasar

1. Distribusi Intensif

- Agar mencapai cakupan pasar ke seluruh pelanggan

2. Distribusi Selektif

- Digunakan mendistribusikan produk melalui gerai-gerai tertentu

3. Distribusi Eksklusif

- Hanya menggunakan satu atau sedikit gerai untuk mendistribusikan produk

Memilih Transportasi untuk Distribusi Produk

Pemilihan transportasi yang tidak efisien akan mengakibatkan biaya yang lebih tinggi

- Penting sekali memilih modal transportasi yang sesuai
- Perusahaan sebaiknya mengestimasi waktu, biaya dan ketersediaan pada saat memilih moda transportasi (Truk, kereta api, udara, air, saluran pipa)

Keputusan Lainnya Terkait Transportasi

1. Menentukan cara yang tepat untuk memuat produk
2. Menentukan rute terbaik dalam mendistribusikan produk
3. Menentukan transportasi dalam menentukan modal transport
4. Memutuskan apakah semua produk dapat dikirim pada saat yang bersamaan atau tidak
5. Mengestimasikan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk moda transportasi dan pilih yang paling efisien

Mempercepat Proses Distribusi

Penting bagi pelanggan untuk menerima produk tepat pada waktunya

1. Lambatnya pengiriman mengakibatkan pindahnya pelanggan ke pesaing
2. Mengurangi lamanya waktu untuk mendistribusikan barang dapat meningkatkan nilai perusahaan

> Perusahaan lebih awal menerima pembayaran sehingga dapat mengalokasikan dananya sesuai kebutuhannya

Metode Percepatan Distribusi

1. Merampingkan Saluran Distribusi

- a. Mengurangi jumlah gudang penyimpanan
- b. Mendistribusikan langsung ke konsumen

2. Mengintegrasikan proses produksi dan distribusi

- a. Mempertahankan jumlah distribusi barang yang dibutuhkan agar tidak kekurangan
- b. Menggunakan proses E-marketing untuk proses pemesanan dan mengawasi jumlah persediaan

Peritel

Berjasa sebagai pihak yang mendistribusikan produk langsung kepada pelanggan

1. Jumlah gerai
2. Kualitas pelayanan
3. Keragaman produk yang ditawarkan
4. Toko versus bukan toko

Grosir

1. Lembaga perantara yang membeli produk dari pabrikan dan menjualnya kepada para peritel
2. Melayani pabrikan dengan:
 - a. Pergudangan
 - b. Ahli pemasaran
 - c. Menyampaikan kepada para peritel
 - d. Memperhitungkan resiko kredit yang mungkin timbul
 - e. Memberikan informasi

Grosir

3. Melayani peritel dengan:
 - a. Pergudangan
 - b. Promosi
 - c. Membuat pemajangan produk
 - d. Menawarkan produk secara kredit
 - e. Informasi

Integrasi Saluran Vertikal

Dua atau lebih tingkatan saluran distribusi yang diatur oleh sebuah perusahaan

1. Pihak pabrikan yang akan memutuskan apakah menggunakan saluran distribusi/ tidak produknya
2. Peritel memutuskan memproduksi sendiri produknya atau membeli produk dari pabrikan
3. Harus mempertimbangkan untung dan ruginya sebelum memutuskan integrasi saluran vertikal

Pembiayaan Usaha - 14

- Mata kuliah - Administrasi Bisnis

Tujuan Belajar Pertemuan ini

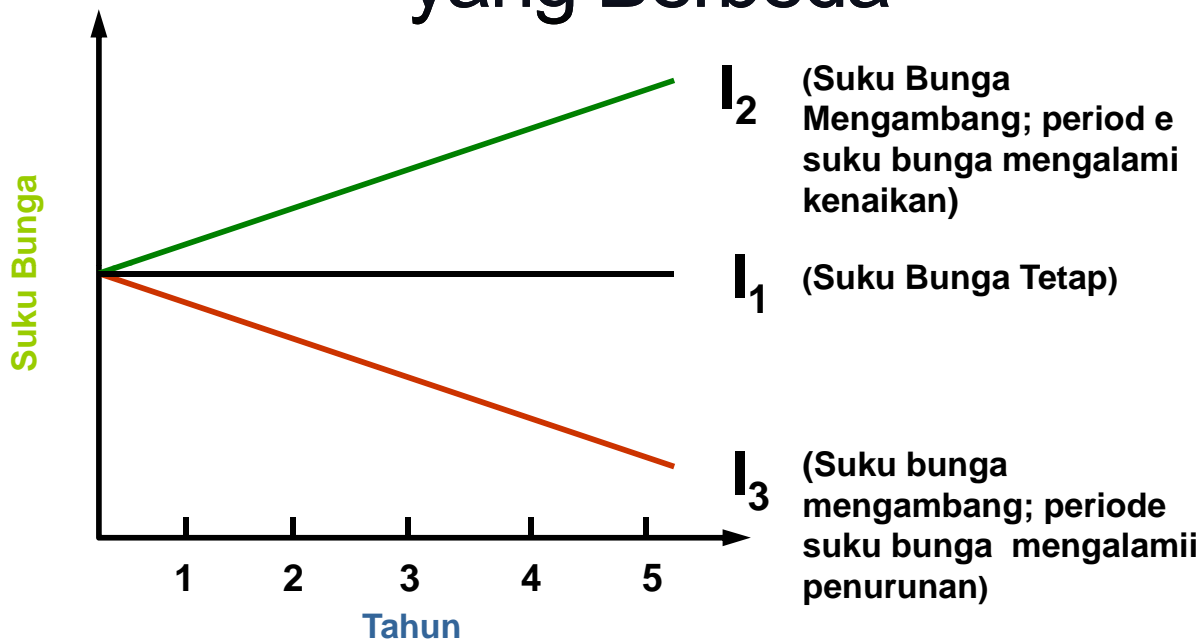
1. Mengidentifikasi metode untuk pembiayaan utang perusahaan
2. Mengidentifikasi suatu metode umum untuk pembiayaan modal untuk perusahaan
3. Menjelaskan bagaimana cara perusahaan menerbitkan surat berharga sebagai cara mendapatkan dana
4. Menerangkan bagaimana/cara perusahaan menentukan komposisi pembiayaan mereka

Metode Pembiayaan Utang

Perusahaan meminjam dana (pendanaan melalui utang) untuk berinvestasi di aset seperti bangunan, mesin, dan peralatan

1. Meminjam dari lembaga keuangan
2. Menerbitkan obligasi
3. Menerbitkan commercial paper

Suku Bunga yang dikenakan atas Pinjaman Berdasarkan Tiga Skenario yang Berbeda



Metode Pembiayaan Utang

1. Meminjam dari lembaga keuangan memerlukan bukti kelayakan kredit
 - a. Rencana penggunaan dana
 - b. Kondisi keuangan perusahaan
 - c. Keadaan Industri pada saat ini
 - d. Agunan
 - > Aset untuk meminjam dana yang akan digunakan
 - > Piutang

Metode Pembiayaan Utang

2. Resiko kredit yang mungkin timbul akan berdampak pada persyaratan pinjaman
Suku bunga (biasanya tingkat suku bunga + premi)
> Suku bunga tetap versus suku bunga mengambang

Metode Pembiayaan Utang

1. Penerbitan Obligasi

- a. Surat hutang menjelaskan kewajiban perusahaan kepada pemegang obligasi
> Didalamnya dijelaskan bahwa obligasi memiliki fitur call { (Redemption) : Pelunasan obligasi oleh penerbit sebelum jatuh tempo, biasanya diatas nilai pari(disebut call premium)}.
- b. Pemegang obligasi dapat menerapkan perjanjian perlindungan untuk mengurangi risiko kegagalan oleh perusahaan.

Metode Pembiayaan Utang

1. Penerbitan Obligasi (lanjutan)

- a. Surat Utang jangka panjang (IOUs) dibeli oleh investor.
- b. Nilai nominal (par value) adalah jumlah yang dapat diterima pemegang obligasi pada saat jatuh tempo (biasanya 10 sampai 30 tahun)
3. Tingkat Kupon (bunga) adalah tetap untuk obligasi dan dibayarkan setiap semester
4. Obligasi dapat dijamin dengan jaminan atau tanpa jaminan

Metode Pembiayaan Utang

2. Penerbitan Commercial Paper (Surat Berharga)

- a. Surat utang jangka pendek biasanya diterbitkan oleh perusahaan yang kondisi keuangan yang baik
- b. Jatuh tempo normal biasanya antara 3 dan 6 bulan
- c. Digunakan sebagai alternatif untuk memperoleh pinjaman dari lembaga keuangan
- d. Denominasi minimum biasanya \$100.000 tetapi biasanya diterbitkan dalam kelipatan \$ 1.000.000

Metode Pembiayaan Utang

2. Penerbitan Commercial Paper (lanjutan)

- Berbagai institusi keuangan melakukan pembelian surat berharga
- Tingkat bunga tergantung pada bunga pasar pada saat diterbitkan.

Penyedia Jasa Pembiayaan Utang

- | | |
|---|------------------------|
| 1. Bank-bank komersial | 4. Dana Pensiun |
| 2. Lembaga Penyimpanan (aka "thrifts") | 5. Perusahaan Asuransi |
| 3. Lembaga keuangan | 6. Reksa dana |
| Memberikan pinjaman kepada perusahaan yang kurang mapan dengan risiko kegagalan tinggi - suku bunga yang lebih tinggi biaya | 7. Obligasi reksa dana |

Metode Pembiayaan Ekuitas

1. Pembiayaan ekuitas

- a. Dana dari pemilik perusahaan yang digunakan untuk membiayai kegiatan
 - > Laba ditahan termasuk didalam pebagian deviden kepada pemilik
 - > Perusahaan besar akan mendistribusikan sebagian labanya seperti deviden dan akan mempertahankan sisanya
- b. Penerbitan Saham
 - > Saham biasa vs saham preferen
 - > Saham biasanya memiliki hak suara, saham preferen biasanya tidak.

Metode Pembiayaan Ekuitas

2. Penerbitan saham perusahaan modal ventura

Perusahaan mengatur inividu yang berinvestasi di usaha kecil dan mengharapkan bagian dari suatu investasi yang mereka tanamkan.

3. IPO (initial public offering)

“Go Public”- saat pertama saham perusahaan akan ditawarkan kepada masyarakat umum

4. Saham reksa dana

Bagaimana Perusahaan Menerbitkan Surat berharga

1. Penawaran kepada umum (Public Offering)

Menjual surat berharga (saham atau obligasi) ke masyarakat

2. Perusahaan an penerbit dibantu oleh bank Investasi

a. Pada awal penerbitan

b. Penjamin

- > Bank investasi , menjamin perusahaan penerbit, tidak peduli berapapun harga dari surat berharga yang akan terjual

Bagaimana Perusahaan Menerbitkan Surat berharga

- > Untuk jumlah saham yang besar, penjaminan sindikasi dapat digunakan.

c. Distribusi

- > Tercatat oleh BAPEPAM dan akan menerbitkan prospektus

Keputusan Struktur Modal

Struktur Modal

1. Perbandingan jumlah utang VS Pembiayaan ekuitas yang digunakan oleh perusahaan
 - a. Bunga yang harus dibayarkan dari utang dapat mengurangi pajak
 - b. Terlalu banyak hutang dapat menyebabkan/berakibat perusahaan gagal bayar
 - c. Perusahaan dapat membeli kembali sebagian saham atau menerbitkan saham tambahan untuk merevisi struktur modal