

BUKU AJAR MANAJEMEN BISNIS KEHUTANAN

Konsep Manajemen Bisnis Kehutanan mengarah pada pengembangan yang memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengurangi kemampuan generasi selanjutnya dalam memenuhi kebutuhannya sendiri. Kegiatan yang melibatkan aktivitas pembangunan/pengembangan dan pengelolaan hutan serta pemanfaatan produk hasil hutan seperti produksi, penjualan, pemasaran, pembelian (bahan baku) dan pertukaran barang atau jasa (lingkungan hutan) ini berorientasi pada *SUSTAINABLE DEVELOPMENT*.

Kesuksesan dalam bisnis yaitu menentukan strategi dan menjalankan strategi untuk pelaksanaan yang efektif. Pebisnis harus melakukan manajemen terhadap faktor produksi yang tersedia dengan memperhitungkan korban atau biaya yang di tanggungnya dalam kegiatan produksi dan menyajikan kepada konsumen atau masyarakat.

Buku Manajemen Bisnis Kehutanan ini menyajikan pemahaman bagaimana perincian berbisnis dalam bidang kehutanan. Sistem legalitas bisnis kehutanan sampai dengan Bisnis Internasional dalam sektor kehutanan akan dibahas dalam buku ini dengan harapan agar memperkaya pemahaman kepada mahasiswa, pebisnis, dan masyarakat umum.

Penerbit :
CV Banyubening Cipta Sejahtera
Jl. Sapta Marga Blok E No.38 RT 007/003
Guntung Payung, Landasan Ulin, Banjarbaru 70721
Email : penerbit.bcs@gmail.com



MANAJEMEN BISNIS KEHUTANAN

BUKU AJAR MANAJEMEN BISNIS KEHUTANAN

Muhammad Helmi
Rina Muhayah Noor Pitri
Muhammad Naparin

FAKULTAS KEHUTANAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARBARU
2022



BUKU AJAR

MANAJEMEN BISNIS
KEHUTANAN

Muhammad Helmi
Rina Muhayah Noor Pitri
Muhammad Naparin



BUKU AJAR MANAJEMEN BISNIS KEHUTANAN

Muhammad Helmi
Rina Muhayah Noor Pitri
Muhammad Naparin

Editor : Kissinger
Layout : Nia Septia Sari
Desain sampul : Achmadi Zainudin Nur

Uk. vi, 91 halaman, 15,5 x 23 cm

Penerbit :
CV. Banyubening Cipta Sejahtera
Jl. Sapta Marga Blok E. No. 38, RT. 007, RW. 003
Guntung Payung, Landasan Ulin, Banjarbaru 70721
Penerbit.bcs@gmail.com

ISBN : 978-623-5774-07-7

Bekerjasama dengan Fakultas Kehutanan, ULM

“Hak Cipta Dilindungi oleh Undang-Undang. Dilarang
Memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit”

Cetakan pertama, 2022



No anggota: 006/KSL/2021

PRAKATA

Alhamdulillah, puji syukur ke hadirat Allah S.W.T atas nikmat, karunia, rahmat dan hidayah, sehingga penulis dapat menyelesaikan buku ajar berjudul Manajemen Bisnis Kehutanan. Buku ajar ini ditulis dengan tujuan untuk lebih memperkaya pemahaman mahasiswa dalam kegiatan perkuliahan manajemen bisnis kehutanan. Buku ajar ini juga merupakan acuan bagi penulis dalam pelaksanaan perkuliahan.

Bab pertama buku ajar ini berisi tentang pengantar manajemen bisnis kehutanan yang berisi bahasan tentang definisi manajemen bisnis kehutanan, pemahaman orientasi bisnis, model bisnis, bentuk bisnis, jenis bisnis, hakikat bisnis, perusahaan dan lingkungannya. Bab kedua buku ini membahas tentang sistem legalitas dalam bisnis kehutanan, tahapan pengurusan sertifikat legalitas kayu dan manfaat memiliki sertifikat legalitas kayu. Bab ketiga membahas tentang bentuk-bentuk usaha dan lembaga keuangan. Bab keempat membahas tentang manajemen, fungsi manajemen, organisasi dan manajer. Bab kelima menjelaskan tentang tanggung jawab sosial, strategi pengelolaan tanggungjawab sosial, manfaat tanggungjawab sosial, etika bisnis dan dimensi etika bisnis dan konflik nilai. Bab keenam membahas tentang pengertian, tujuan dan fungsi manajemen bisnis kehutanan. Bab ketujuh membahas tentang pemasaran yang melingkupi pengertian pasar dan pemasaran, jenis-jenis pasar, aktivitas pemasaran, segmentasi pasar dan periklanan. Bab kedelapan membahas tentang manajemen produksi, manupaktur dan produksi dan tingkat perencanaan dan pengendalian produksi. Bab sembilan menjelaskan tentang manajemen keuangan perusahaan yang melingkupi pembahasan mengenai tujuan dan fungsi manajemen keuangan, tujuan perusahaan dalam memaksimalkan

keuntungan, fungsi manajemen, pengaruh implasi, perencanaan keuangan, konsep nilai uang, nilai sekarang dan nilai akan datang. Bab sepuluh menjelaskan tentang bisnis internasional dan bisnis kehutanan meliputi materi tentang pengertian ekspor dan import, sistem pembayaran ekspor impor, hal-hal dalam bisnis internasional seperti macam-macam bisnis internasional, perusahaan yang dikategorikan MNE dan variabel keputusan (kebijakan keputusan).

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam buku ajar ini, oleh sebab itu penulis mengharapkan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan penulisan buku ajar tentang Manajemen Bisnis Kehutanan. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu hingga penulisan buku ajar ini dapat terselesaikan. Akhir kata, semoga buku ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Banjarbaru, November 2021

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB I.....	1
PENGANTAR MANAJEMEN BISNIS KEHUTANAN	1
1.1 Pengantar Manajemen Bisnis Kehutanan.....	1
1.2. Pemahaman Tentang <i>Business Orientation</i>	3
1.3. Business Model.....	5
1.4. Pengertian Bisnis Dan Jenisnya	6
1.5. Perusahaan Dan Lingkungannya Perusahaan.....	8
BAB II.....	13
SISTEM LEGALITAS DALAM BISNIS KEHUTANAN	13
2.1 Sistem Verifikasi Legalitas Kayu (SVLK)	14
2.2 Tahapan Untuk Memperoleh Sertifikat Legalitas	16
2.3 Dokumen-Dokumen Yang Dibutuhkan Untuk	16
Pelaksanaan Audit SVLK	16
2.4 Dampak Regulasi Bagi Industri Berbasis Kayu Dan Hasil Hutan	18
BAB III.....	20
BENTUK – BENTUK BADAN USAHA.....	20
3.1 Bentuk Yuridis Perusahaan.....	20
3.2 Lembaga Keuangan	24
3.3 Lembaga Keuangan Bukan Bank	24
3.4 Penggabungan Perusahaan.....	25
3.5 Istilah – Istilah Lain dalam Penggabungan Perusahaan.....	26
BAB IV	28
MANAJEMEN DAN ORGANISASI.....	28
4.1 Manajemen Perusahaan	28
4.2 Organisasi	29
4.3 Manajer	31

BAB V	33
TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN ETIKA BISNIS	33
5.1 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	33
5.2 Dimensi Etika dalam Bisnis	35
BAB VI	39
MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA	39
6.1 Pengertian Manajemen SDM.....	39
6.2 Keterhubungan Fungsi-Fungsi MSDM.....	42
BAB VII	45
PEMASARAN	45
7.1 Pengertian Pasar dan Pemasaran.....	45
7.2 Ciri Dan Jenis Pasar.....	46
7.3 Aktivitas Pemasaran.....	51
BAB VIII	57
MANAJEMEN PRODUKSI	57
8.2 Sistem Manufaktur.....	60
8.3 Tipe-tipe tata letak pabrik (Groover, 1987).....	67
BAB IX	69
MANAJEMEN KEUANGAN PERUSAHAAN	69
9.1 Tujuan Dan Fungsi Manajemen Keuangan.....	69
9.2 Tujuan Perusahaan	71
9.3 Fungsi Manajemen	72
9.4 Perencanaan Keuangan	73
BAB X	85
BISNIS INTERNASIONAL DALAM SEKTOR BISNIS KEHUTANAN	85
10.1 Pengertian Ekspor dan Impor dan Sistem.....	85
Pembayaran Ekspor Impor.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	89

BAB I

PENGANTAR MANAJEMEN BISNIS KEHUTANAN

Tujuan Mata Kuliah

Tujuan kuliah Manajemen Bisnis Kehutanan pada Bab I ini adalah mahasiswa mampu menjelaskan definisi manajemen bisnis, orientasi bisnis kehutanan, jenis bisnis, perusahaan dan lingkungan perusahaan.

1.1 Pengantar Manajemen Bisnis Kehutanan

Mata kuliah Manajemen Bisnis Kehutanan dengan tujuan untuk memperkaya pengetahuan mahasiswa dalam pengelolaan bisnis pada sektor bisnis Kehutanan, problem solving, skills dan kemampuan beradaptasi terhadap dinamika bisnis yang berubah dengan cepat.

Bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen untuk mendapatkan laba. Dalam literatur lain disebutkan Bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perorangan maupun organisasi yang melibatkan aktivitas produksi, penjualan, pembelian, maupun pertukaran barang atau jasa dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Suryanto, 2019. Bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perorangan maupun organisasi yang melibatkan aktivitas produksi, penjualan, pembelian, maupun pertukaran barang/jasa, dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Bisnis adalah suatu bentuk aktivitas yang utamanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan bagi yang yang mengusahakan atau yang berkepentingan dalam terjadinya aktivitas tersebut. Semua kegiatan bisnis berfungsi untuk

membuat sesuatu yang awalnya kurang bernilai menjadi sesuatu yang bernilai tinggi dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat setelah diolah.

Manajemen adalah sebuah proses untuk mengatur sesuatu yang dilakukan oleh sekelompok orang atau organisasi untuk mencapai tujuan organisasi tersebut dengan cara bekerja sama memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Pengertian manajemen adalah ilmu atau seni dalam perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengendalian terhadap sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Pengelolaan sama dengan manajemen yaitu pergerakan, pengorganisasian dan pengarahan manusia untuk memanfaatkan secara efektif material dan fasilitas untuk mencapai suatu tujuan. Manajemen Bisnis adalah kegiatan perencanaan, pengelolaan dan operasional sebuah usaha. Pada manajemen bisnis, mencakup pengaturan semua lini usaha baik usaha kecil, menengah dan besar. Karena proses bisnis untuk masing-masing bidang memiliki keunikan dan kompleksitas yang berbeda maka dibutuhkan pengelolaan yang memadai dan handal agar dapat berjalan dengan baik dan berkelanjutan.

Kehutanan adalah suatu system kepengurusan yang ada hubungannya dengan masalah hutan, kawasan hutan, dan hasil hutanyang terselenggara secara terstruktur untuk keberlangsungan kehidupan di hutan. Pada ilmu Kehutanan membahas tentang berbagai hal tentang berkaitan dengan hutan, baik itu pembangunan hutan, pengelolaan dan pemanfaatan, pelestarian dan konservasi hutan agar bias digunakan secara berkelanjutan.

Managemen bisnis adalah suatu kegiatan dalam merancang, mengelola dan mengoperasikan suatu usaha yang mencakup semua penaturan, baik dari proses pengerjaan, pengelolaan sampai pada cara mencapai suatu

tujuan bisnis yang diinginkan. Tujuan bisnis adalah mencapai suatu usaha yang unggul dan berkelanjutan (SCA).

Konsep Manajemen Bisnis Kehutanan adalah suatu kegiatan yang melibatkan aktivitas pembangunan/pengembangan dan pengelolaan hutan serta pemanfaatan produk hasil hutan seperti produksi, penjualan, pemasaran, pembelian (bahan baku) dan pertukaran barang atau jasa (lingkungan hutan) yang berorientasi pada manajemen hutan yang sustainable (berkelanjutan). Konsep dasar dari Manajemen Bisnis Kehutanan mengacu pada konsep *SUSTAINABLE DEVELOPMENT* yaitu *development that meets the need of the present without compromising the ability of future generation to meet their own need*. (Hansen & Julian, 2019 page 11). Maksudnya adalah pengembangan yang memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengurangi kemampuan generasi kedepan dalam memenuhi kebutuhannya sendiri. Jadi dalam pengelolaan bisnis kehutanan yang dapat mengganggu kebutuhan generasi yang akan datang, maka menyimpang dari konsep *Sustainable Development* ini. Definisi Operasional Manajemen Bisnis Kehutanan adalah pengetahuan tentang pengelolaan bisnis pada sektor kehutanan baik berupa HHBK dan HHK untuk mencapai bisnis yang berkelanjutan (*sustained competitive advantage*) dengan berasaskan pada *Sustainable Development Concept*.

1.2. Pemahaman Tentang *Business Orientation* Business Orientation

Kesuksesan dalam bisnis yaitu menentukan strategi dan menjalankan strategi untuk melakukan pelaksanaan yang efektif. Terdapat banyak strategi yang dapat menjadi pilihan yaitu strategi focus pada CCA, DCA dan customer relationship. Strategi-strategi tersebut yang dipilih oleh perusahaan adalah orientasi bisnis perusahaan. Terdapat 4 perspektif dasar terhadap strategi yang diambil, yaitu:

- 1) *Production orientation*
- 2) *Product orientation*
- 3) *Marketing orientation*
- 4) *Sales orientation*

1.2.1. Production Orientation

Perusahaan yang mempunyai orientasi produksi akan berfokus pada manufacture dan operasi-operasi nya, profit perusahaan dapat meningkat melalui KONTROL TERHADAP BIAYA (*costs control*). Fokus pada *manufacturing efficiency*. Perusahaan ini melakukan persaingan dengan *PRICE*.

New product development (NPD) mempunyai 2 target, dimana perusahaan berusaha keras untuk mencapai *cost leadership*, selain itu perusahaan juga berfokus pada *improving manufacturing processes* dalam rangka mengurangi biaya. *Incremental improvements* merupakan kesatuan dari usaha perusahaan untuk mencapai *lower cost* dari *raw material*.

1.2.2. Product Orientation

Product orientation memfokuskan pada *features* (tampilan) dan fungsi dari produk tersebut. Perusahaan dengan *product orientation value* melakukan hubungan dengan pelanggan dalam rangka “*continuesly learn their needs*”. “*New and improved*” merupakan konsep dari perusahaan yang berorientasi pada produk.

“When a company has a strategic goal aligned with a product orientation, the new product development programs will be guided by customer needs. In many cases, customers are intimately involved in the design and development of products through co-creation, for example. Investment in NPD is important to the company so that it can achieve its corporate goals. The firm will have established teams, procedures, and processes that are highly

integrated with marketing feedback so that new products meet the needs of the market”.

1.2.3. Marketing Orientation

Orientasi pasar merupakan sesuatu yang penting bagi perusahaan sejalan dengan meningkatnya persaingan global dan perubahan dalam kebutuhan pelanggan dimana perusahaan menyadari bahwa mereka harus selalu dekat dengan pasarnya. Orientasi pasar merupakan budaya bisnis dimana organisasi mempunyai komitmen untuk terus berkreasi dalam menciptakan nilai unggul bagi pelanggan.

Narver dan Slater (1990, p.21) mendefinisikan orientasi pasar sebagai budaya organisasi yang paling efektif dalam menciptakan perilaku penting untuk penciptaan nilai unggul bagi pembeli serta kinerja dalam bisnis. Tdd:

- 1) Orientasi pelanggan (CO)
- 2) Orientasi pesaing (CO)
- 3) Kondinasi antar fungsi (IC)

1.2.4. Sales Orientation

Sales Orientation mendorong perusahaan untuk bertindak bertransaksi dalam jangka pendek. Perusahaan fokus pada membuat penjualan atas penjualan produk/barang dalam rangka meningkatkan pendapatan perusahaan.

1.3. Business Model

Difinisi model bisnis dapat dipilah menjadi 3 kelompok,

1. Sebagai suatu cara
2. Dipandang sebagai komponen
3. Dipandang sebagai strategi

Model Bisnis adalah sebuah model yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana suatu organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai.

Model bisnis adalah suatu strategi yang diterapkan melalui struktur organisasi, proses dan system yang dikembangkan melalui 9 blok dasar (MBG, 2016).

1.4. Pengertian Bisnis Dan Jenisnya

Pengertian Bisnis

- Bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen, untuk mendapatkan laba.
- Kata bisnis dari bahasa Inggris business, (*busy*) yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. (<http://id.wikipedia.org/wiki/Bisnis>)

Jenis Bisnis

- Barang
- Jasa
- Toko (Gabungan Barang Dan Jasa)

Pengertian Industri dan Bisnis

- Industri adalah perkumpulan perusahaan yang memproduksi barang yang sama untuk pasar yang sama, sedangkan perusahaan adalah mengolah material atau proses produksi yang sama dengan yang lainnya.
- Bisnis adalah kegiatan yang membantu usaha-usaha pemenuhan kebutuhan masyarakat oleh perusahaan atau usaha yang melayani kebutuhan masyarakat baik yang bermotif keuntungan atau tidak.

Kesempatan Bisnis

Kesempatan bisnis adalah kesempatan dalam berbisnis yang dapat di eksploitasi secara baik dan menguntungkan, yang mana kesempatan bisnis timbul dari adanya kebutuhan baru atau perubahan akan kebutuhan masyarakat oleh karena para businessmen harus jeli dalam melihat kebutuhan masyarakat.

Unsur-Unsur Ekonomi

1. Tanah dan Sumber Daya Alam
2. Tenaga Kerja
3. Modal
4. *Skill* (kewirausahaan)
5. Informasi
6. *Networking*

Hakikat Bisnis

Seorang pebisnis harus melihat kebutuhan masyarakat lingkungannya dengan proses identifikasi potensi bisnis, bahkan antisipasi atas pertumbuhan potensi pasar di masa depan. Intinya: pebisnis harus melakukan manajemen terhadap faktor produksi yang tersedia dengan memperhitungkan korban atau biaya yang di tanggunginya dalam kegiatan produksi dan menyajikan kepada konsumen atau masyarakat.

Mengapa Belajar Bisnis?

1. Karier di masa depan
2. Membuka bisnis sendiri / berwirausaha
3. Pengendalian masalah sosial

4. Bisnis membuka sebuah lapangan kerja baru untuk masyarakat sekitar, kita akan jadi lebih berwibawa dalam mengemban tugas hidup di dunia.
5. Membuat dunia menjadi tempat yang lebih baik bagi semua orang - menciptakan kekayaan dan kesejahteraan, kemakmuran dan pilihan pekerjaan
6. Lebih banyak dikenal orang,
7. mendapatkan wawasan yang luas dan
8. Bisa belajar dengan orang-orang yang telah sukses sebelum kita.

1.5. Perusahaan Dan Lingkungannya Perusahaan

Suatu unit kegiatan produksi yang mengolah sumber-sumber ekonomi untuk menyediakan barang & jasa bagi masyarakat (pembeli), mendistribusikannya, serta melakukan upaya-upaya lain dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan masyarakat (pembeli) dan memperoleh keuntungan.

Perusahaan sebagai suatu Sistem

Sistem adalah kesatuan atau unit yang terdiri dari sub-sub unit yang saling berkerjasama atau saling mempengaruhi secara langsung ataupun tidak langsung dalam mencapai tujuan tertentu. Sifat Sistem Perusahaan:

1. Kompleks
2. Satu Kesatuan
3. Berjenis
4. Saling bergantung
5. Dinamis

Tempat Kedudukan Dan Letak Perusahaan

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

Letak Perusahaan

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

Faktor-faktor yang mempengaruhi biaya adalah:

1. Harga bahan mentah/bahan pembantu
2. Tingkat upah buruh
3. Tanah
4. Pajak
5. Tingkat bunga
6. Biaya alat produksi tahan lama
7. Biaya atas jasa pihak ketiga

Jenis Letak Perusahaan

1. Terikat keadaan alam (PABRIK PLYWOOD)
2. Terikat sejarah (TAHURA-BENTENG, MANDIANGIN)
3. Terikat oleh pemerintah (Surabaya Industrial Estate Rungkut /SIER)
4. Dipengaruhi oleh faktor-faktor ekonomi

Letak Perusahaan Dipengaruhi oleh Faktor-Faktor Ekonomi Kedekatan Bahan Mentah dan Ketersediaan Bahan Mentah

- a. Ketersediaan Tenaga Air,
- b. Ketersediaan Tenaga Kerja,
- c. Ketersediaan Modal,
- d. Kemudahan Transportasi Serta
- e. Kedekatan Pasar, Dan Kesesuaian Iklim.

Perusahaan dan Lembaga Sosial

- Tujuan pendirian perusahaan dapat dibedakan menjadi tujuan ekonomis dan tujuan sosial.
- Tujuan ekonomis adalah **MENCARI KEUNTUNGAN (PROFIT)**

- Tujuan sosial adalah memerhatikan keinginan investor, karyawan, penyedia faktor-faktor produksi, dan masyarakat luas

Lingkungan Perusahaan

1. Lingkungan Umum
 - a. Politik
 - b. Hukum
 - c. Sosial
 - d. Perekonomian
 - e. Kebudayaan
 - f. Pendidikan
 - g. Teknologi
 - h. Demografi
2. Lingkungan Khusus
 - a. Suplier
 - b. Konsumen
 - c. Pesaing

Pengaruh Lingkungan Bagi Perusahaan

- Pengaruh Positif (Negara Aman Perusahaan Dapat Menjalankan Usaha Dengan Tenang)
- Pengaruh Negatif (Negara Tidak Aman, Perusahaan Akan Merasa Tidak Tenang)

Pertanggung Jawaban Perusahaan, kepada:

1. Investor
2. Tenaga Kerja
3. Konsumen
4. Perantara
5. Pemerintah
6. Penyedia
7. Pesaing
8. Lembaga Penelitian
9. Lingkungan

DAFTAR PERTANYAAN

1. Jelaskan definisi manajemen bisnis kehutanan?
2. Jelaskan perspektif dasar yang digunakan dalam menentukan strategi yang dipilih?
3. Jelaskan jenis bisnis dan perbedaan tiap jenisnya?
4. Jelaskan tentang perusahaan dan lingkungan perusahaan?

SISTEM LEGALITAS DALAM BISNIS KEHUTANAN

Tujuan Mata Kuliah

Mata kuliah ini bertujuan mahasiswa mampu menjelaskan tentang sistem legalitas dan manfaatnya dalam bisnis kehutanan. Mahasiswa juga mampu memperagakan tahapan dalam pengurusan sertifikat legalitas kayu.

Hasil hutan disebut legal jika kebenaran asal kayu, ijin penebangan, system dan prosedur penebangan, administrasi dan dokemtasi angkutan, pengolahan, dan perdagangan atau pemindahtangannya dapat dibuktikan memenuhi semua persyaratan sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Industri berbasis kayu dan hasil hutan dalam melaksanakan produksinya, kini tidak lagi bebas menggunakan bahan baku. Sebagai pengolah kayu dan hasil hutan, para pengusaha industri disektor ini perlu pula mencermati dan memahami perubahan yang terjadi terkait dengan regulasi dibidang bahan baku dan hasil hutan. Peraturan tentang persyaratan pengadaan dan perdagangan kayu dan hasil hutan, tentu secara langsung maupun tidak langsung, akan dapat mempengaruhi industri berbasis kayu dan hasil hutan.

Komitmen Pemerintah dalam memerangi pembalakan liar dan perdagangan kayu illegal. Perwujudan good forest governance menuju pengelolaan hutan lestari. Permintaan atas jaminan legalitas kayu dalam bentuk sertifikasi dari pasar

internasional, khususnya dari Uni Eropa, Amerika Serikat, Jepang dan Australia. Sebagai bentuk "National Incentive" untuk mengantisipasi semakin maraknya permintaan skema sertifikasi legalitas kayu dari negara asing, seperti skema FSC, PEFC, dsb

Perkembangan regulasi di bidang kayu dan hasil hutan di Indonesia, kini telah memasuki tahap pemberlakuan SVLK. SVLK yang mulai berlaku sesuai dijelaskan pada Pasal 20 Peraturan Menteri Kehutanan No.38/Menhut-II/2009 bahwa peraturan tersebut mulai berlaku pada tanggal diundangkan 12 Juni 2009 dan mulai dilaksanakan pada tanggal sejak 1 September 2009 dengan Prinsip kerja SVLK, sebagai berikut:

- Tata Kelola Kehutanan yang baik (*Governance*)
- Keterwakilan (*Representatif*)
- Transparansi/keterbukaan (*Credibility*)

2.1 Sistem Verifikasi Legalitas Kayu (SVLK)

SVLK adalah salah satu inisiatif pemerintah yang muncul untuk mengatasi pembalakan liar dan mempromosikan kayu legal di Indonesia. Sistem ini bertujuan untuk memastikan bahwa kayu dan produk kayu yang diproduksi di Indonesia berasal dari sumber-sumber yang legal yang dapat diverifikasi. SVLK diterapkan melalui mekanisme sertifikasi oleh pihak independen (Lembaga Verifikasi Legalitas Kayu/LVLK) yang telah terakreditasi oleh Komite Akreditasi Nasional.

SVLK adalah nama sertifikat yang dikeluarkan oleh Lembaga tertentu, diberikan kepada perusahaan yang menggunakan bahan baku kayu / pengolah kayu. Jika perusahaan telah mendapat sertifikat SVLK berarti perusahaan tersebut dapat dipastikan bahwa sumber bahan baku yang dipakai adalah legal/sah menurut standar SVLK. Kalau produk-produk rumah tangga biasa memakai sertifikat SNI. Sistem Verifikasi dan Legalitas Kayu (SVLK) merupakan sistem pelacakan yang disusun secara *multistake holder*

untuk memastikan legalitas sumber kayu yang beredar dan diperdagangkan di Indonesia. Sistem Verifikasi Legalitas Kayu (SVLK) dikembangkan untuk mendorong implementasi peraturan pemerintah yang berlaku terkait perdagangan dan peredaran.

Manfaat yang diperoleh perusahaan yang memperoleh sertifikat legalitas kayu sebagai berikut:

- 1) Memperluas pangsa pasar ke negara-negara yang mensyaratkan adanya jaminan legalitas kayu yang diimpor.
- 2) Dapat melakukan "*self endorsement*" untuk Unit Manajemen yang memperoleh Sertifikat Legalitas Kayu dengan warna hijau, kuning dan biru (menggunakan bahan baku dari sumber yang telah bersertifikat PHPL, VLK, dan pencampuran antara PHPL dan VLK).
- 3) Membangun *image positive* masyarakat internasional.
- 4) Menghemat waktu dan biaya untuk penerbitan dokumen V-LEGAL dengan tidak diwajibkan untuk inspeksi.
- 5) Meningkatkan kepercayaan *buyer* terhadap legalitas produk yang diekspor.
- 6) Wujud kepatuhan terhadap peraturan pemerintah.
- 7) Dapat menggunakan tanda V-LEGAL pada produk.

2.2 Tahapan Untuk Memperoleh Sertifikat Legalitas Kayu.

Tahapan untuk memperoleh sertifikat legalitas kayu sebagai berikut:



2.3 Dokumen-Dokumen Yang Dibutuhkan Untuk Pelaksanaan Audit SVLK

Legalitas Industri :

- 1) Akte Pendirian Perusahaan dan Perubahan Terakhir
- 2) Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP)
- 3) Izin Gangguan (HO)
- 4) Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
- 5) Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
- 6) Surat Pengukuhan Pengusaha Kena Pajak (SPPKP) NPWP
- 7) Dokumen AMDAL/UKL-UPL/SPPL
8. IUIPHHK dan IUI
- 8) Pedagang Kayu Antar Pulau Terdaftar (jika ada)
- 9) RPBB dan pelaporannya (khusus IUIPHHK)

Dokumen Bahan Baku :

- 1) Dokumen Kontrak/Perjanjian jual beli/Bukti jual beli bahan baku
- 2) Berita Acara Serah Terima Kayu
- 3) Pemberitahuan Impor Barang (PIB) *untuk kayu impor dan dokumen pendukungnya (Packing List, Invoice, B/L, dan CoO) (*jika ada impor kayu)
- 4) Dokumen angkutan kayu yang sah (SKSKB/FAKB/Nota Angkutan/SAP/FAKO/Nota Perusahaan)
- 5) Laporan Mutasi Kayu Bulat (LMKB) dan Laporan Mutasi Kayu Olahan (LMKO)

Dokumen Produksi :

- 1) Alur Proses Produksi untuk setiap jenis produk
- 2) *Tally sheet* penggunaan bahan baku dan hasil produksi
- 3) Laporan hasil produksi bulanan dan tahunan

Dokumen Pemasaran Dalam Negeri :

- 1) Laporan pemasaran dalam negeri
- 2) Dokumen angkutan kayu yang sah (FAKB/FAKO/Nota)

Dokumen Untuk Tujuan Ekspor :

- 1) Pemberitahuan Ekspor Barang
- 2) *Packing List*
- 3) *Invoice*
- 4) *Bill of Lading*
- 5) Bea Keluar (jika ada)
- 6) CITES (jika ada)
- 7) Laporan Surveyor (Jika ada)

Dokumen K3 :

- 1) Prosedur K3
- 2) Daftar Peralatan K3
- 3) Catatan Kecelakaan Kerja

Dokumen pemenuhan hak-hak tenaga kerja :

- 1) Daftar Tenaga Kerja
- 2) Daftar serikat pekerja atau peraturan perusahaan tentang serikat pekerja
- 3) Dokumen Peraturan Perusahaan atau Kesepakatan Kerja Bersama (KKB)

2.4 Dampak Regulasi Bagi Industri Berbasis Kayu Dan Hasil Hutan

Pemerintah Australia akan segera menandatangani Memorandum of Understanding Sistem Verifikasi Legalitas Kayu (SVLK) dengan Indonesia. Kerjasama ini menjadi bukti bahwa Australia mengakui dan menerima SVLK dalam ILPA (Illegal Logging Prohibition Act) yang berlaku pada bulan November 2014. ILPA merupakan sebuah peraturan perundangan yang akan mencegah masuknya kayu ilegal ke negeri itu.

Dijelaskan, sebagai satu-satunya negara yang telah memiliki SVLK tentunya senang ketika sistem tersebut mulai mendapat pengakuan lebih luas dari berbagai Negara. “Sejauh ini telah dilakukan pertemuan dan negosiasi awal dengan Korea dan China. Jepang bahkan telah mengundang pihak Indonesia untuk membahas SVLK di sela-sela sidang ITTO, dan Amerika Serikat akan mengamandemen *Lacey Act* untuk menerima SVLK.” Untuk itu, sistem SVLK dapat diterapkan secara tegas. “Oleh karena itu semua kayu dan produk kayu harus legal dan dapat ditelusuri, pihakpihak yang melakukan kecurangan akan ditindak secara tegas.

Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan menjelaskan bahwa SVLK merupakan kebanggaan Indonesia. Sebab, di tengah maraknya permintaan jaminan legalitas kayu, SVLK diterima 13 secara resmi oleh 28 negara anggota Uni Eropa (UE) yang ditandai dengan penandatanganan Perjanjian Kerja sama Sukarela (FLEGT-VPA) pada September 2013. Perjanjian FLEGT-VPA tersebut juga telah diratifikasi oleh

pihak Indonesia melalui Perpres No.21 Tahun 2014 dan oleh pihak UE pada tanggal 1 Mei 2014. Selain UE, SVLK juga telah diakui resmi oleh Australia. Hal itu menjadikan ekspor produk kayu Indonesia bebas uji tuntas (*due diligence*). Pelaksanaan uji tuntas terhadap produk yang diekspor pada akhirnya dapat menurunkan daya saing. “Negosiasi keberterimaan SVLK juga tengah dilakukan dengan pasar utama produk perkayuan seperti Korea, Jepang, Amerika Serikat, Kanada, dan Tiongkok,”

SVLK adalah sistem lacak balak produk kayu yang dikembangkan Indonesia secara transparan dan akuntabel dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan. Kewajiban seluruh produk ekspor untuk mendapat dokumen Sertifikat Legalitas Kayu (S-LK) yang merupakan bagian dari SVLK, diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor.81/M-DAG/PER/12/2013 tentang perubahan atas Permendag Nomor.64/MDAG/PER/10/2012 tentang Ketentuan Ekspor Produk Industri Kehutanan.

DAFTAR PERTANYAAN

1. Jelaskan tentang sistem legalitas dalam bisnis kehutanan?
2. Jelaskan tahapan pembuatan sertifikat legalitas kayu?
3. Jelaskan manfaat perusahaan yang mengikuti sertifikat legalitas kayu?
4. Silahkan peragakan tahapan pengurusan sertifikat legalitas kayu Bersama kelompoknya!

BAB III

BENTUK – BENTUK BADAN USAHA

Tujuan Mata Kuliah

Mata kuliah ini bertujuan untuk mampu menjelaskan tentang bentuk-bentuk usaha dan lembaga keuangan. Mahasiswa juga diharapkan mampu menjelaskan tentang bentuk-bentuk penggabungan perusahaan.

3.1 Bentuk Yuridis Perusahaan Badan Usaha Atau Perusahaan

Bentuk – bentuk Badan usaha *memiliki perbedaan karakteristik* seperti:

1. Pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan usaha
2. Besarnya resiko kepemilikan
3. Batas-batas pertanggungjawaban hutang-hutang perusahaan
4. Cara pembagian keuntungan

3.1.1 Bentuk-Bentuk Badan Usaha Perusahaan

Bentuk-bentuk badan usaha perusahaan terdiri dari 5 bentuk, yaitu:

- Perusahaan Perseorangan
- Perseroan Komanditer
- Perseroan Terbatas
- Badan Usaha Milik Negara
- Koperasi

1) Perusahaan Perseorangan

Perusahaan perseorangan adalah perusahaan yang dikelola dan diawasi oleh satu orang.

Contoh:

- Toko Leo
- Bakso Bakar Trowulan
- Dian Celluler

Kelebihan Dan Kelemahan Perusahaan Perseorangan

- Mudah dibentuk dan dibubarkan
- Bekerja dengan sederhana (relatif)
- Pengelolaannya sederhana (relatif)
- Tidak perlu kebijakan pembagian laba
- Tangung jawab tidak terbatas
- Kemampuan manajemen terbatas (relatif)
- Sumber dana terbatas pada pemilik
- Resiko kegiatan perusahaan ditanggung sendiri

2) **Perseroan Komanditer atau CV**

Adalah persekutuan yang didirikan oleh beberapa orang (sekutu) yang menyerahkan dan mempercayakan uangnya untuk dipakai dalam persekutuan. Sekutu dalam Perseroan Komanditer dibagi menjadi dua:

a. **Sekutu komplementer CV**

Orang yang bersedia memimpin perusahaan dan bertanggung jawab penuh atas kekayaan pribadinya.

b. **Sekutu komanditer CV**

Sekutu yang mempercayakan uangnya dan bertanggung jawab terbatas pada kekayaan yang diikutsertakan dalam perusahaan tersebut.

(CV : Commanditaire Vennootschap)

Kelebihan Dan Kelemahan Perusahaan Komanditer

- Modal yang dikumpulkan relatif lebih banyak
- Kemampuan untuk memperoleh kredit lebih besar
- Manajemen dapat didiversifikasikan
- Kesempatan untuk berkembang relatif lebih besar
- Tanggung jawab tidak terbatas (bagi sekutu komplementer)

- Kelangsungan hidup relatif kurang terjamin
- Relatif sulit untuk menarik kembali investasinya

Contoh Daftar Nama CV Di Malang

Vivace Putra Utama, CV

Jl. D.Toba B-6

Karunia Jaya, CV

Jl. Simpang LA. Sucipto 10

Adi Buana, CV.

Jl. Kawi 34 (MOG)

Sumber:

<http://disnakertrans.malangkota.go.id/database/data-perusahaan>

3) Perseroan Terbatas (PT)

Adalah suatu badan usaha yang mempunyai kekayaan, hak, serta kewajiban sendiri yang terpisah dari kekayaan, hak, serta kewajiban para pendiri maupun para pemilik.

Daftar Nama PT di Malang:

Mulia Aji Sakti, PT. Jl. Basuki Rachmad 47

Radio Mitra Adi Swara, PT. Jl. Dr. Cipto 16

Sumber Urip, PT. Jl. Kebalen Wetan 23A

Sumber:

<http://disnakertrans.malangkota.go.id/database/data-perusahaan>

Kelebihan Dan Kelemahan Perusahaan PT

- Kelangsungan hidup perusahaan relatif terjamin
- Terbatasnya tanggung jawab, sehingga tidak menimbulkan resiko bagi kekayaan pribadi maupun kekayaan keluarga pemilik
- Saham dapat diperjual belikan dengan relatif mudah
- Kebutuhan modal yang lebih besar akan lebih mudah dipenuhi, sehingga memungkinkan perluasan-perluasan usaha

- Pengelolaan perusahaan dapat dilakukan dengan lebih efisien
- Rahasia tidak terjamin
- Kurangnya hubungan yang efektif antara pemegang saham

Sifat PT:

1. **PT Terbuka** (Menjual Saham Di Bursa Efek Indonesia)
2. **Pt Tertutup** (Saham Dijual Dikalangan Sendiri (Keluarga Kerabat, Teman)

4) BUMN (Badan Usaha Milik Negara)

Adalah semua perusahaan dalam bentuk apapun dan bergerak dalam bidang usaha apapun yang sebagian atau seluruh modalnya merupakan kekayaan negara.

Contoh: Pelindo III, Indosat, Telkom, dll

5) Koperasi

Adalah suatu bentuk badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi yang melandaskan kegiatannya pada prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas azas kekeluargaan.

Prinsip Koperasi

1. Keanggotaan bersifat sukarela
2. Pengelolaan dilakukan secara demokratis
3. Pembagian sisa hasil usaha dilakukan berdasarkan jasa masing-masing anggota
4. Kemandirian

Ciri tersendiri koperasi dibanding bentuk usaha yang lain:

1. Lebih mementingkan keanggotaan
2. Anggotanya bebas keluar masuk
3. Merupakan badan hukum yang menjalankan usaha untuk kepentingan anggota
4. Kekuasaan tertinggi di dalam rapat anggota

Pengelompokan Koperasi

1. Koperasi Produksi
2. Koperasi Konsumsi
3. Koperasi Simpan Pinjam
4. Koperasi Serba Usaha

3.2 Lembaga Keuangan

Bank

Bank adalah badan usaha yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit guna meningkatkan taraf hidup masyarakat.

a. Peranan Bank Dalam Negeri

Memenuhi kebutuhan ekonomi dalam bentuk penyediaan dan pengelolaan uang, yang antara lain meliputi administrasi keuangan, perdagangan, perkreditan, kiriman uang dan pengawasannya

b. Peranan Bank Luar Negeri

Jembatan dalam lalu lintas devisa, moneter, dan perdagangan, pariwisata, dan transfer uang

3.3 Lembaga Keuangan Bukan Bank

Lembaga keuangan bukan bank merupakan badan yang melakukan kegiatan dibidang keuangan yang secara langsung atau tidak langsung menghimpun serta memberikan pinjaman jangka menengah (1-5 th) dan jangka panjang.

Jenis-jenis lembaga Keuangan bukan Bank

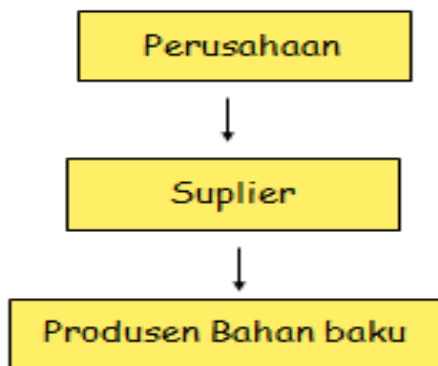
- 1) Sewa Guna Usaha (Leasing)
- 2) Lembaga Pembiayaan Konsumen
- 3) Kartu Kredit
- 4) Pialang Saham

3.4 Penggabungan Perusahaan

Bentuk-bentuk penggabungan perusahaan yaitu Penggabungan Vertikal-Integral dan Penggabungan Horizontal -Pararelisasi

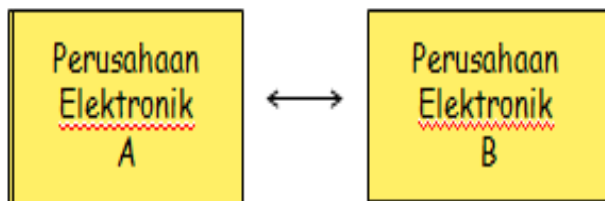
3.4.1 Penggabungan Vertikal-Integral

Penggabungan vertikal integral merupakan bentuk penggabungan antara perusahaan yang dalam kegiatannya memiliki tahapan produksi berbeda.



3.4.2 Penggabungan Horizontal-Pararelisasi

Penggabungan horizontal-pararelisasi adalah bentuk penggabungan antara dua atau lebih perusahaan yang berkerja pada jalur atau tingkat yang sama. Penggabungan ini bisa jadi untuk aliansi strategi atau untuk menekan persaingan.



3.5 Istilah – Istilah Lain dalam Penggabungan Perusahaan

Istilah-istilah yang digunakan dalam penggabungan perusahaan sebagai berikut:

- *Holding Company*
- Kartel
- Joint Venture
- Trade Association
- Akuisisi

3.5.1 Holding Company

Holding Company yaitu perusahaan yang berbentuk *corporation* yang menguasai sebagian besar saham dari perusahaan lain. Status perusahaan lain akan menjadi anak perusahaan dan kebijakan perusahaan dipengaruhi oleh perusahaan induk (*holding*).

3.5.2 Kartel

Merupakan bentuk kerja sama perusahaan yang didasarkan atas perjanjian bersama untuk mengurangi persaingan. Bentuk kartel yaitu Kartel harga, kartel produksi, kartel daerah.

3.5.3 Joint Venture

Merupakan perusahaan baru yang didirikan atas dasar kerjasama antara beberapa perusahaan yang berdiri sendiri

3.5.4 Trade Association

Trade association merupakan persekutuan beberapa perusahaan dari suatu cabang perusahaan yang sama. Tujuannya persekutuan adalah untuk memajukan para anggota.

3.5.5 Akuisisi (*Aquisition*)

Akuisisi merupakan pengambilalihan sebagian saham perusahaan oleh perusahaan lain dan perusahaan yang mengambil alih menjadi holding sedang perusahaan yang diambil alih menjadi anak perusahaan

DAFTAR PERTANYAAN

1. Jelaskan tentang bentuk-bentuk usaha?
2. Jelaskan tentang lembaga keuangan?
3. Jelaskan tentang bentuk-bentuk penggabungan perusahaan?

BAB IV

MANAJEMEN DAN ORGANISASI

Tujuan Mata Kuliah

Mahasiswa mampu menjelaskan manajemen dan organisasi. Selanjutnya mahasiswa diharapkan mampu mengetahui perbedaan tingkatan manajer dan keahlian yang harus dimiliki setiap tingkatan manajer.

4.1 Manajemen Perusahaan

Definisi Manajemen:

- sebagai suatu proses
- sebagai suatu seni

Fungsi Manajemen

1. *Planning* (Perencanaan)
2. *Organizing* (Pengorganisasian)
3. *Actuating* (Pengeksekusian)
4. *Controlling* (Pengendalian)

1. *Planning* (Perencanaan)

Planning merupakan suatu proses pemilihan kegiatan/ sekumpulan kegiatan dan keputusan selanjutnya, mengenai apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa suatu kegiatan tersebut dilakukan.

Empat tahap perencanaan

1. Menetapkan tujuan atau serangkaian tujuan
2. Merumuskan keadaan saat ini
3. Mengidentifikasi segala kemudahan dan hambatan
4. Mengembangkan rencana atau serangkaian kegiatan untuk pencapaian tujuan

Manfaat Perencanaan

1. Memberikan arah dan tujuan bagi organisasi
2. Sebagai pedoman untuk mengevaluasi pelaksanaan kegiatan
3. Mengurangi resiko karena ketidakpastian atau perubahan dimasa yang akan datang
4. Membantu memperkirakan peluang dimasa yang akan datang
5. Efisiensi biaya

2. Organizing (Pengorganisasian)

Suatu proses menciptakan hubungan antara berbagai fungsi, personalia dan faktor-faktor fisik agar semua pekerjaan yang dilakukan dapat bermanfaat serta terarah pada tujuan

3. Actuating (Pengeksekusian/Pengarahan)

Tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota organisasi melakukan kegiatan yang sudah ditentukan kearah tercapainya tujuan

4. Controlling (Pengendalian)

Aktivitas untuk menemukan, mengoreksi adanya penyimpangan-penyimpangan dari hasil yang telah dicapai dibandingkan dengan rencana kerja yang telah ditetapkan.

4.2 Organisasi

Proses Organisasi

1. Hubungan Antar Peranan :
 - a. Ada saling pengertian ?
 - b. Hubungan timbal balik.
 - c. Aktivitas organisasi terjadi atas dasar adanya
 - d. Hubungan antar peranan.
2. Komunikasi :
 - a. Bagaimana mereka saling berkomunikasi.
 - b. Seberapa akurat Dan tepat waktu.

- c. Seharusnya proses ini efektif.
 - d. Komunikasi adalah awal interaksi.
 - e. Komunikasi yang efektif menghasilkan interaksi yang produktif.
3. Pengendalian (*Control*) :
- a. Bagaimana perilaku anggota dikendalikan.
 - b. Efektivitas hubungan pimpinan anggota.
 - c. Pengendalian meliputi kegiatan pemantauan dan peneraan sanksi.
4. Koordinasi :
- a. Perhatian yang diberikan pada berbagai kegiatan diarahkan pada tujuan.
 - b. Bertujuan mengurangi salah pengertian dan konflik antara orang-orang yang melakukan berbagai kegiatan.
 - c. Pastikan bahwa semua bergerak ke arah tujuan yang sama.
5. Sosialisasi :
- a. Bagaimana cara anggota baru diperkenalkan pada sistem ?
 - b. Cara-cara yang formal maupun informal.
 - c. Apakah proses ini dilakukan dan mencukupi?
 - d. Tanpa sosialisasi yang cukup anggota baru akan lama menyesuaikan diri dengan organisasi.
6. Supervisi :
- a. Kombinasi pengawasan dan pembinaan.
 - b. Orientasinya pada perbaikan, bukan pada pemberian sanksi/penghukuman.
 - c. Kepemimpinan seharusnya bersifat membina / membimbing / memperbaiki / melatih, tidak memerintah, reaktif, memermalukan, menghukum.

4.3 Manajer

Katz dan Starrat (1979) menyatakan terdapat tiga macam keterampilan manajerial yang harus dikuasai oleh seseorang manajer :

1. *Technical Skill/ keterampilan teknis*
2. *Human Relation Skill/ keterampilan hubungan manusia*
3. *Conceptual Skill/ keterampilan konseptual*

Keterampilan teknis yaitu kemampuan untuk mengaplikasikan pengetahuan, metode, atau teknik spesifik dalam bidang spesialisasi tertentu. Keterampilan ini merupakan pemahaman dan kecakapan melakukan aktivitas pekerjaan yang berhubungan dengan bidang khusus atau pekerjaan tertentu. Keterampilan teknis biasanya lebih banyak berhubungan dengan keahlian tangan atau fisik lainnya, namun ada juga beberapa keahlian non-fisik yang bersifat teknis.

Keterampilan hubungan manusia yaitu keterampilan mengelola diri sendiri dan bersosialisasi dengan orang lain yang didasarkan pada nilai-nilai yang dianut dalam kehidupan seseorang, termasuk didalamnya tentang pola pikir (*mindset*), sistem kepercayaan (*belief system*), kematangan emosi (*emotional maturity*) dan kepercayaan diri (*self confidence*) seseorang. Soft-skill bersifat *intangible*, kecakapannya tidak bisa diukur tapi pengaruhnya dapat dirasakan, dan kadar kualitasnya bisa disadari atau tidak disadari oleh seseorang. Dalam keterampilan manajemen, yang termasuk dalam keterampilan soft-skill diantaranya adalah kemampuan untuk memimpin, memotivasi, mengelola konflik, berkomunikasi dengan efektif, bekerjasama, menumbuhkan partisipasi, memberdayakan rekan kerja dan bawahan. Dalam konteks jenis keterampilan ini diri individu pada level

jabatan apapun, harus memiliki kemampuan ini yang terlihat pada kemampuan bekerjasama, komunikasi dalam kelompok, kemampuan-kemampuan seperti itu harus dimiliki oleh semua manajer pada setiap tingkat manajemen.

Keterampilan konseptual yaitu kemampuan untuk memandang dan memahami suatu persoalan, suatu isu atau organisasi secara keseluruhan dan mengkoordinasikan serta memadukan semua bagian-bagiannya yang saling terkait untuk kepentingan atau kegiatan organisasi. Keterampilan ini merupakan pemahaman dan kecakapan dalam menjalankan fungsi-fungsi manajerial, meliputi proses perencanaan, pengorganisasian, pendelegasian, pengontrolan, evaluasi dan pemecahan masalah.

Ketiga keterampilan ini penting bagi seorang manajer, namun arti pentingnya relatif tergantung pada tingkatan manajer dalam organisasi. Keterampilan teknis merupakan keterampilan yang paling penting bagi manajer lini pertama atau supervisor. Keterampilan soft skill penting bagi semua manajer pada setiap jenjang. Sedangkan keterampilan konseptual akan meningkat kebutuhannya seiring dengan bertambah tingginya kedudukan seorang manajer.

DAFTAR PERTANYAAN

1. Jelaskan tentang Fungsi manajemen?
2. Jelaskan tentang proses organisasi?
3. Jelaskan tentang manajer dan keahlian yang diperlukan manajer di tiap tingkatnya?

BAB V

TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN ETIKA BISNIS

Tujuan Mata Kuliah

Mahasiswa mampu menjelaskan tentang tanggung jawab sosial perusahaan dan manfaatnya. Mahasiswa juga diharapkan mampu menjelaskan tentang etika dalam bisnis dan isu-isu yang ada dalam etika bisnis.

5.1 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* adalah bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan eksternal perusahaan melalui berbagai kegiatan yang dilakukan dalam rangka:

1. Penjagaan lingkungan,
2. Norma masyarakat,
3. Partisipasi pembangunan,
4. Serta berbagai bentuk tanggung jawab sosial lainnya.

Strategi Pengelolaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan



Sumber: Management, Robert Kratnac 5th edition, Houghton Mifflin Company, 1992

Pro Kontra mengenai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

No	Pandangan Kelompok yang Pro terhadap tanggung jawab sosial dari Organisasi Bisnis	No	Pandangan Kelompok yang Kontra terhadap tanggung jawab sosial dari Organisasi Bisnis
1	Kegiatan bisnis seringkali menimbulkan masalah, oleh karena itu sudah semestinya alah perusahaan bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya	1	Perusahaan tidak memiliki ahliyang mengkhhususkan dalam bidang sosial dan kemasyarakatan, oleh karena itu sulit bagi perusahaan untuk ikut bertanggung jawab
2	Perusahaan adalah bagian dari lingkungan sosial masyarakat, oleh karena itu sudah semestinya ikut berpartisipasi dan bertanggung jawab atas apa yang terjadi di masyarakat	2	Perusahaan yang ikut berpartisipasi dan bertanggung jawab dalam lingkungan sosial masyarakat justru akan memiliki kekuatan untuk mengontrol masyarakat, dan itu indikasi yang kurang baik secara Sosial
3	Perusahaan biasanya memiliki sumber daya untuk menyelesaikan masalah di lingkungan sosial masyarakat	3	Akan banyak terdapat konflik kepentingan di masyarakat jika perusahaan terlibat dalam aktifitas sosial
4	Perusahaan adalah partner dari lingkungan sosial kemasyarakatan, sebagaimana halnya juga pemerintah dan masyarakat lain pada umumnya	4	Tujuan perusahaan bukan untuk motif sosial, akan tetapi untuk memperoleh profit dan mencapai tujuan yang diharapkan oleh para pemilik perusahaan

Sumber: Fundamentals of Management, Ricky W Griffin, Houghton Mifflin Company, 2000, p.41

Strategi Pengelolaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

- **Strategi Reaktif**

Kegiatan bisnis yang melakukan strategi reaktif dalam tanggung jawab sosial cenderung menolak atau menghindarkan diri dari tanggung jawab sosial

- **Strategi Defensif**

Strategi defensif dalam tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan terkait dengan penggunaan pendekatan legal atau jalur hukum untuk menghindarkan diri atau menolak tanggung jawab sosial

- **Strategi Akomodatif**

Strategi Akomodatif merupakan tanggung jawab sosial yang dijalankan perusahaan dikarenakan adanya tuntutan dari masyarakat dan lingkungan sekitar akan hal tersebut

- **Strategi Proaktif**

Perusahaan memandang bahwa tanggung jawab sosial adalah bagian dari tanggung jawab untuk memuaskan *stakeholders*. Jika *stakeholders* terpuaskan, maka citra positif terhadap perusahaan akan terbangun.

5.1.1. Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Manfaat bagi Perusahaan :

- Citra Positif Perusahaan di mata masyarakat dan pemerintah

Manfaat bagi Masyarakat :

- Selain kepentingan masyarakat terakomodasi, hubungan masyarakat dengan perusahaan akan lebih erat dalam situasi *win-win solution*.
- Manfaat bagi Pemerintah
- Memiliki partner dalam menjalankan misi sosial dari pemerintah dalam hal tanggung jawab sosial.

5.2 Dimensi Etika dalam Bisnis

- Etika adalah pandangan, keyakinan dan nilai akan sesuatu yang baik dan buruk, benar dan salah (Griffin)

- Etika Bisnis adalah standar kelayakan pengelolaan organisasi bisnis yang memenuhi kriteria etika.

5.1.2. Nilai Personal sebagai standar Etika

- Nilai (*Values*) sendiri pada dasarnya merupakan pandangan ideal yang mempengaruhi cara pandang, cara berfikir dan perilaku dari seseorang.
- Nilai Personal atau *Personal Values* pada dasarnya merupakan cara pandang, cara pikir, dan keyakinan yang dipegang oleh seseorang sehubungan dengan segala kegiatan yang dilakukannya
- Nilai Personal terdiri dari nilai terminal dan nilai instrumental. Nilai terminal pada dasarnya merupakan pandangan dan cara berfikir seseorang yang terwujud melalui perilakunya, yang didorong oleh motif dirinya dalam meraih sesuatu. Nilai instrumental adalah pandangan dan cara berfikir seseorang yang berlaku untuk segala keadaan dan diterima oleh semua pihak sebagai sesuatu yang memang harus diperhatikan dan dijalankan.

Penelitian Empiris mengenai Nilai Terminal dan Nilai Instrumental (Kreitner,1992)

- Responden dari 220 manajer beranggapan bahwa nilai-nilai terminal yang perlu untuk dimiliki adalah (1) kejujuran (2) tanggung jawab (3) kapabilitas (4) ambisi dan (5) independensi.
- Responden dari 220 manajer beranggapan bahwa nilai-nilai instrumental yang perlu dimiliki adalah (1) penghargaan terhadap pribadi (2) keamanan dan kesejahteraan keluarga pekerja (3) kebebasan dan kemerdekaan (4) dorongan untuk meraih sesuatu dan (5) kebahagiaan.

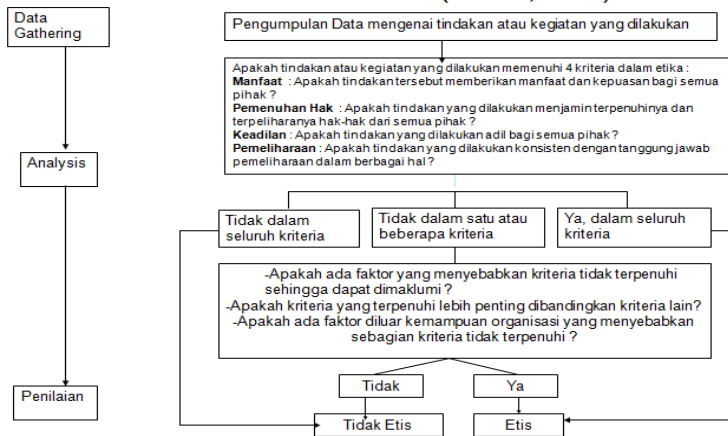
5.1.3. Konflik Nilai

- *Konflik intrapersonal* pada dasarnya terjadi umumnya di dalam individu dan antar individu.
- *Konflik individu-organisasi* pada dasarnya merupakan konflik yang terjadi pada saat nilai yang dianut oleh individu berbenturan dengan nilai yang harus ditanamkan oleh perusahaan
- *Konflik antar Budaya* pada dasarnya merupakan konflik antar individu maupun antara individu dengan organisasi yang disebabkan oleh adanya perbedaan budaya diantara individu yang bersangkutan atau **juga organisasi yang bersangkutan**

Berbagai isu seputar ETIKA BISNIS

- Penggunaan obat-obatan terlarang
- Pencurian oleh Para Pekerja atau Korupsi
- Konflik Kepentingan
- Pengawasan Kualitas atau *Quality Control*
- Penyalahgunaan informasi yang bersifat rahasia
- Penyelewengan dalam pencatatan keuangan
- Penyalahgunaan penggunaan asset perusahaan
- Pemecatan tenaga kerja
- Polusi Lingkungan
- Cara bersaing dari Perusahaan yang dianggap tidak etis
- Penggunaan pekerja atau tenaga kerja di bawah umur
- Pemberian hadiah kepada pihak-pihak tertentu yang terkait dengan pemegang kebijakan.
- Pelanggaran *PRIVACY MEMBER* di Internet
- dan lain sebagainya

Model Penilaian Etika (Griffin, 2002)



Upaya perwujudan dan peningkatan etika manajemen dan etika bisnis

- Pelatihan etika
- Advokasi etika
- Kode Etik
- Keterlibatan Publik dalam Etika Bisnis Perusahaan

DAFTAR PERTANYAAN

1. Jelaskan tentang tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Jelaskan tentang manfaat tanggung jawab sosial bagi perusahaan dan masyarakat?
3. Jelaskan tentang etika dalam bisnis?
4. Jelaskan beberapa isu seputar etika bisnis?

BAB VI

MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

Tujuan Mata Kuliah

Mahasiswa mampu menjelaskan tentang manajemen sumber daya manusia, tujuannya dan fungsinya. Mahasiswa juga diharapkan mampu menghubungkan keterkaitan antar fungsi manajemen bisnis kehutanan.

6.1 Pengertian Manajemen SDM

- Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) adalah pemafaatan para individu untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi. (Mondy 2008)
- Tujuan manajemen sumber daya manusia adalah meningkatkan kontribusi produktif para karyawan bagi organisasi secara strategik, etis, dan bertanggung jawab sosial. (Werther & Davis 1996)
- SDM adalah aset yang harus dikelola secara cermat dan sejalan dengan kebutuhan organisasi. (Schuler & Jackson 2006)

Pebedaan MSDM dengan Manajemen Personalialia (Saydam 1996)

Dalam istilah “manajemen personalialia” terkandung pengertian bahwa karyawan (personalialia) hanya dianggap sebagai salah satu faktor produksi saja, yang tenaganya harus digunakan secara produktif bagi pencapaian tujuan perusahaan. Sedangkan dalam istilah MSDM terkandung pengertian bahwa karyawan (SDM) yang ada dalam perusahaan merupakan aset (kekayaan, milik yang

berharga) perusahaan, sehingga harus dipelihara dan dipenuhi kebutuhannya dengan baik.

Tujuan-Tujuan MSDM

- a. Tujuan Organisasional
- b. Tujuan Fungsional
- c. Tujuan Kemasyarakatan
- d. Tujuan Personal

Fungsi-Fungsi MSDM

Fungsi-fungsi MSDM (Wherter & Davis 1996)

- 1) Persiapan dan Seleksi / *Staffing*
 - Analisis dan Desain Jabatan
 - Perencanaan SDM
 - Rekrutmen
 - Seleksi
- 2) Pengembangan dan Evaluasi
 - Orientasi, Penempatan, dan PHK
 - Pelatihan dan Pengembangan
 - Perencanaan Karir
 - Penilaian Kinerja
- 3) Kompensasi dan Proteksi
 - Upah/Gaji, Insentif, Tunjangan, dan Layanan
 - Keamanan, Keselamatan, dan Kesehatan
- 4) Hubungan Kekaryawananan dan Audit
 - Hubungan Kekaryawananan
 - Hubungan Serikat Pekerja-Manajemen
 - Audit MSDM

Penyediaan Staf

- Penyediaan staf (*staffing*) merupakan proses untuk memastikan bahwa organisasi memiliki jumlah karyawan yang tepat dengan berbagai keahlian yang memadai untuk menjalankan pekerjaan-pekerjaan yang tepat, pada waktu yang tepat, untuk mencapai tujuan organisasi.

- Penyediaan staf meliputi:
 - Analisis jabatan
 - Perencanaan SDM
 - Perekrutan dan seleksi

Pengembangan SDM

Pengembangan SDM (*human resource development/HRD*) adalah fungsi utama MSDM yang tidak hanya terdiri atas pelatihan dan pengembangan namun juga aktivitas-aktivitas perencanaan dan pengembangan karir individu, pengembangan organisasi, serta manajemen dan penilaian kinerja.

Kompensasi

Kompensasi mencakup seluruh imbalan yang diberikan kepada karyawan sebagai penghargaan atas jasa mereka, yang meliputi:

- Kompensasi finansial langsung: Bayaran yang diterima dalam bentuk gaji, upah, komisi, bonus, dsb.
- Kompensasi finansial tidak langsung (tunjangan): Semua imbalan finansial yang tidak termasuk dalam kompensasi langsung seperti cuti dibayar, cuti sakit, liburan, asuransi kesehatan, dsb.
- Kompensasi nonfinansial: Kepuasan yang diterima seseorang dari pekerjaan itu sendiri atau dari lingkungan psikologis dan/atau fisik di mana orang tersebut bekerja.

Keselamatan dan Kesehatan

- Keselamatan adalah terlindunginya para karyawan dari luka-luka yang disebabkan kecelakaan yang berhubungan dengan pekerjaan.
- Kesehatan adalah terbebasnya para karyawan dari penyakit fisik maupun emosional.
- Kedua aspek di atas penting karena para karyawan yang bekerja dalam lingkungan yang aman dan

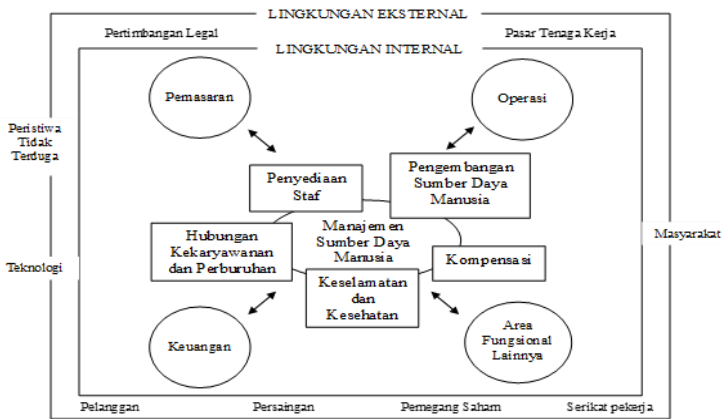
menikmati kesehatan yang baik akan cenderung lebih produktif dan memberikan manfaat jangka panjang bagi organisasi.

Hubungan Kekaryawanan dan Perburuhan

- Suatu perusahaan secara hukum harus mengakui adanya serikat pekerja dan berunding dengannya dengan itikad baik jika para karyawan perusahaan tersebut menginginkan adanya serikat pekerja untuk mewakili mereka.
- Aktivitas SDM yang terkait dengan perundingan kolektif seringkali disebut sebagai hubungan industrial.

6.2 Keterhubungan Fungsi-Fungsi MSDM

- Seluruh bidang fungsional MSDM saling terhubung erat. Keputusan-keputusan di satu bidang akan memengaruhi bidang-bidang lainnya.
- Beberapa contoh:
 - Merekrut calon-calon berkualitas terbaik hanya akan membuang waktu, tenaga, dan uang, jika kompensasi yang diberikan tidak bisa memotivasi karyawan.
 - Sistem kompensasi yang baik tidak akan efektif tanpa ditunjang lingkungan kerja yang aman dan sehat bagi para karyawan.



Lingkungan MSDM (Mondy 2008)

Faktor Lingkungan luar: faktor diluar lingkup organisasi yang mempengaruhi SDM suatu perusahaan

- Pasar Tenaga Kerja: geografis, jumlah, perubahan
- Pertimbangan Hukum: UU, PERDA, hk tiap negara
- Masyarakat: Norma masyarakat harus dipatuhi perusahaan
- Serikat kerja para pekerja yang bergabung untuk meningkatkan posisi dalam berhubungan dengan pihak perusahaan
- Pemegang saham mempunyai pengaruh besar dalam keputusan manajemen karena mempertimbangkan proyek masa depan, biaya, pemasukan, keuntungan, masyarakat sekitar.

Faktor Lingkungan luar: faktor di luar lingkup organisasi yang mempengaruhi SDM suatu perusahaan (lanjutan)

- Pesaingan dalam berbagai bidang: produk, jasa, pasar tenaga kerja.
- Pelanggan: menuntut barang/jasa dengan kualitas baik, serta pelayanan setelah pembelian/penggunaan jasa

- *Technology* Perubahan cepat yang mengharuskan SDM mengejar, posisi tenaga kerja bergeser
- Ekonomi : situasi booming vs buruk
- Peristiwa yang tidak diharapkan/tidak diramalkan terjadi.

DAFTAR PERTANYAAN

1. Jelaskan tentang manajemen sumber daya manusia?
2. Jelaskan tujuan manajemen sumber daya manusia?
3. Jelaskan fungsi manajemen sumber daya manusia?
4. Hubungkan keterkaitan antar fungsi manajemen bisnis kehutanan?

BAB VII

PEMASARAN

Tujuan Mata Kuliah

Mahasiswa mampu membedakan pasar dengan pemasaran. Mahasiswa mampu menjelaskan ciri-ciri dan jenis pasar. Mahasiswa juga diharapkan mampu menjelaskan tentang aktivitas pemasaran dan segmentasi pasar.

7.1 Pengertian Pasar dan Pemasaran

Menurut Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007, pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pasar dapat diartikan juga sebagai tempat permintaan dan penawaran bertemu (condong mengarah pasar *traditional*). Pasar sebagai tempat proses transaksi antara permintaan dan penawaran, dalam hal ini lebih condong ke arah pasar modern. Secara umum pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.

Key word definisi pemasaran tersebut ialah:

- 1) Kebutuhan
- 2) Keinginan
- 3) Permintaan
- 4) Produk
- 5) Nilai
- 6) Hubungan

7.2 Ciri Dan Jenis Pasar

A. Ciri-Ciri Pasar

Ciri – ciri pasar, antara lain :

- Terdapat calon pembeli dan penjual.
- Terdapat jasa ataupun barang yang hendak untuk diperjualbelikan.
- Terdapat proses permintaan serta penawaran oleh kedua pihak.
- Terdapat interaksi diantara pembeli dan penjual baik itu secara langsung ataupun tidak langsung

B. Jenis-Jenis Pasar

Jenis-jenis pasar antara lain:

1) Pasar Persaingan Sempurna. (*Perfect Competition Market*)

Jenis pasar persaingan sempurna dapat disebut juga pasar persaingan murni yaitu merupakan pasar di mana terdapat banyak pembeli dan penjual serta mereka sudah mengetahui keadaan pasar. Pasar persaingan sempurna mempunyai beberapa ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Barang yang diperjual-belikan sifatnya homogen (sejenis).
- b. Pembeli ataupun penjual mempunyai informasi yang lengkap mengenai pasar.
- c. Terdapat banyak pembeli dan penjual.

- d. Harga yang sudah ditentukan oleh pasar.
- e. Semua faktor produksi dapat bebas keluar masuk pasar.
- f. Tidak terdapat campur tangan dari pemerintah.

Kelebihan pasar persaingan sempurna :

- Pembeli dapat dengan bebas memilih produk.
- Tidak terdapat hambatan dalam mobilitas berbagai macam sumber ekonomi dari suatu usaha ke usaha lainnya.
- Dapat memaksimalkan efisiensi.
- Kebebasan memilih dan bertindak.

Kelemahan pasar persaingan sempurna :

- Tidak mendorong inovasi.
- Membatasi pilihan konsumen atau pembeli dalam satu barang tertentu.
- Persaingan sempurna yang memberikan ongkos sosial.
- Distribusi pendapatan yang tidak merata. Contoh dari pasar persaingan sempurna adalah pasar berbagai jenis hasil pertanian.

2) Pasar Persaingan Tidak Sempurna (*Imperfect Competition Market*)

Pasar jenis ini merupakan kebalikan dari pasar persaingan sempurna. Untuk pasar persaingan tidak sempurna merupakan pasar yang terdiri dari sedikit penjual serta banyak pembeli. Pada pasar ini para penjual dapat untuk menentukan harga barang. Barang-barang yang diperjualbelikan tersebut memiliki jenis yang berbeda beda atau terdapat berbagai jenis barang. Jenis-jenis pasar persaingan tidak sempurna mempunyai bentuk-bentuk pasar, antara lain:

a. Pasar Monopoli

Pasar monopoli merupakan suatu pasar yang terjadi ketika seluruh penawaran terhadap sebuah barang pada pasar yang telah dikuasai oleh salah seorang penjual atau sejumlah penjual tertentu. Berikut ciri-ciri pasar monopoli :

- Hanya terdapat 1 penjual sebagai pengambil keputusan harga (guna melakukan monopoli pasar).
- Penjual lain tidak dapat menyaingi dagangannya.
- Pedagang lain tidak dapat masuk, hal ini karena adanya hambatan dengan undang-undang atau karena terdapat teknik yang canggih.
- Jenis barang yang diperjualbelikan tersebut hanya semacam.
- Tidak ada campur tangan dari pemerintah dalam masalah penentuan harga.
- Kelebihan pasar monopoli :
 - Keuntungan penjual yang relatif tinggi.
- Bagi produk yang menguasai hajat hidup orang pada umumnya diatur oleh pemerintah.

Kelemahan pasar monopoli :

- Pembeli atau konsumen tidak terdapat pilihan lain untuk membeli tersebut.
- Keuntungan hanya terpusat ke 1 perusahaan.
- Terjadinya eksploitasi pembeli. Contoh pasar monopoli : PT Pertamina (persero), dan lain sebagainya.

b. Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar jenis ini merupakan suatu dengan banyak penjual yang menjual barang yang berbeda corak. Pasar jenis ini banyak dijumpai di sektor perdagangan eceran dan jasa. Misalnya jasa salon, toko kelontong, angkutan, dan toko obat. Pada pasar persaingan monopolistik memiliki ciri-ciri, antara lain :

- Terdapat banyak penjual dan banyak pembeli.
- Barang yang dihasilkan yaitu sejenis, namun coraknya berbeda. Seperti : sabun, minyak goreng, pasta gigi, dan lain sebagainya.
- Terdapat banyak penjual yang memiliki besarnya sama, sehingga tidak terdapat satu penjual yang dapat menguasai pasar.
- Penjual dapat dengan mudah menawarkan barangnya di pasar.
- Penjual memiliki sedikit kekuasaan dalam memengaruhi dan menentukan harga pasar
- Adanya peluang guna bersaing dalam keanekaragaman jenis barang yang dijual di pasar.

Kelebihan pasar persaingan monopolistik :

- Penjual tidak sebanyak seperti pasar persaingan sempurna.
- Produsen akan terpacu untuk berkreaitivitas.
- Pembeli atau konsumen tidak mudah untuk berpindah dari produk satu ke produk yang lainnya.

Kelemahan pasar persaingan monopolistik :

- Biaya yang mahal untuk ke pasar monopolistik, hal ini karena untuk masuk ke pangsa pasar tertentu dibutuhkan adanya riset dan pengembangan produk.
- Persaingan yang sangat berat, hal ini karena pasar tersebut pada umumnya didominasi oleh berbagai jenis produk ternama.

c. Pasar Oligopoli

Pasar jenis ini merupakan pasar yang terdiri dari beberapa penjual yang menjual suatu barang tertentu, sehingga penjual yang satu dengan yang lainnya dapat memengaruhi harga. Seperti : perusahaan rokok, perusahaan menjual mobil dan sepeda motor, perusahaan semen, dan industri telekomunikasi. Pasar oligopoli memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- Hanya terdapat sedikit penjual saja, sehingga keputusan dari salah satu penjual di pasar tersebut dapat memengaruhi penjual lainnya
- Produk-produknya yang berstandar.
- Kemungkinan terdapat penjual lain untuk masuk ke pasar masih terbuka.
- Adanya peran iklan yang sangat besar dalam penjualan produk tersebut.

Kelebihan pasar oligopoli :

- Barang yang dihasilkan memiliki beragam corak.
- Efisiensi di dalam menggunakan sumber daya.
- Pengembangan teknologi serta inovasi.

Kelemahan pasar oligopoli :

- Adanya persaingan harga yang ketat.
- Banyaknya rintangan yang kuat guna masuk ke pasar oligopoli.

d. Monopsoni

Pengertian pasar monopsoni adalah suatu kondisi yang mana suatu perusahaan atau bisnis atau individu menguasai penerimaan pasokan atau menjadi satu-satunya pembeli atas suatu produk barang atau jasa yang ada di suatu pasar komoditas

7.3 Aktivitas Pemasaran

Konsep Inti Pemasaran

Analisis, perencanaan, dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dengan maksud untuk mencapai sasaran organisasi.

Falsafah Manajemen Pemasaran

1. Konsep Produksi
2. Konsep Produk
3. Konsep Penjualan
4. Konsep Pemasaran

Proses Pemasaran

1. Pengukuran dan Peramalan Permintaan
2. Segmentasi Pasar
3. Penetapan Pasar Sasaran
4. Penentuan Posisi Pasar

Pengukuran dan peramalan Permintaan

Mengestimasi besarnya pasar sekarang dan waktu yang akan datang, meliputi:

1. Identifikasi produk pesaing

2. Identifikasi volumen penjualan sekarang
3. Menentukan apakah pasar sudah cukup besar
4. Potensi pertumbuhan pasar

Segmentasi Pasar

Pemasar harus menentukan segmen mana yang menawarkan kesempatan terbaik untuk perusahaan mencapai sasarannya

Segmentasi Pasar:

1. Faktor Geografik
2. Faktor Demografik
3. Faktor Psikografik
4. Faktor Perilaku

Segmen Pasar

Segmen pasar adalah kelompok konsumen yang memberikan tanggapan dengan cara yang sama terhadap seperangkat rangsangan pemasaran

Targeting (Penetapan Pasar Sasaran)

- Mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen pasar dan memilih salah satu atau lebih segmen untuk dilayani
- Perusahaan harus menetapkan segmen sasaran yang dapat menghasilkan nilai pelanggan terbesar dan dapat dipertahankan dari waktu-ke waktu

Positioning (Penentuan Posisi Pasar)

Posisi suatu produk adalah tempat produk dalam pikiran konsumen relatif terhadap pesaing. Dalam menentukan posisi produk mula-mula perusahaan harus mengidentifikasi keunggulan-keunggulan kompetitif yang mungkin akan digunakan untuk membangun posisi tersebut.

Jadi penentuan posisi pasar yang efektif berawal dengan pembedaan (pendiferensiasian) atas tawaran pemasaran perusahaan sehingga memberikan kepada

konsumen nilai lebih besar daripada tawaran pesaing kepada mereka.

Marketing Mix (8 P)

1. *Product*
2. *Price*
3. *Place*
4. *Promotion*
5. *Process*
6. *People*
7. *Physical Evidence*
8. *Purple Cow**

Perusahaan Manufaktur

1. Product
2. Price
3. Place
4. Promotion

Perusahaan Jasa

1. Process
2. People
3. Physical Evidence

Era digital menggunakan purple cow

Marketing Mix

Product

- Keputusan mengenai produk
Merk, Tanda merk, Merk dagang, Hak Cipta
- Keputusan mengenai kemasan
Kemasan primer, kemasan sekunder, kemasan pengiriman

Harga

Beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat harga:

- Perekonomian
- Penawaran dan permintaan
- Persaingan
- Daya beli masyarakat

- Pengawasan pemerintah

Beberapa metode penetapan harga

- Cost plus pricing
- Mark Up Pricing
- Penetapan Harga Break Even
- Penetapan Harga dalam hubungannya dengan pasar

Beberapa strategi penetapan harga

- Penetapan harga psikologis
- Potongan pembelian
- Penetapan harga geografis
- Skimming price

Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen

Manfaat Perantara

- Penghubung antara produsen dan konsumen
- Penyediaan alat dan jasa reparasi
- Penyimpanan produk dalam gudang
- Kegiatan promosi dan penyediaan informasi
- Penyortiran, pembungkusan, dan pengepakan produk

Tingkat saluran

- Produsen-konsumen
- Produsen-pengecer-konsumen
- Produsen-pedagang besar-penecer-konsumen
- Produsen-agen-pedagang besar-pengecer-konsumen

Promosi

- Periklanan
- *Personal Selling*
- Promosi penjualan
- Publisitas

Peran Promosi

- Memberi informasi
- Membujuk
- Mengingatkan masyarakat akan produk, jasa, atau *image* perusahaan

Periklanan

Komunikasi non individu, dengan sejumlah biaya, melalui media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga, atau individu.

Media Periklanan

- Surat kabar
- Majalah
- Radio
- Televisi
- Pos
- Internet
- Media Sosial

Keputusan Tentang Media

- Jangkauan
- Frekuensi
- Pengaruh

Personal Selling

- Persiapan sebelum penjualan (*prospecting*)
- Penentuan lokasi pembeli potensial
- Pendekatan pendahuluan
- Melakukan penjualan (*presentation, handling objection, closing*)
- Pelayanan sesudah penjualan

Promosi Penjualan

- Peragaan
- Pameran
- Hadiah
- Contoh barang, dsb

Publisitas

Merupakan sarana promosi melalui media (bersifat berita).

Sifat Publisitas :

1. Positif
2. Negatif

DAFTAR PERTANYAAN

1. Apakah perbedaan pasar dengan pemasaran?
2. Jelaskan ciri-ciri pasar?
3. Jelaskan jenis-jenis pasar.
4. Jelaskan tentang aktivitas pemasaran?
5. Jelaskan tentang segmentasi pasar?

BAB VIII

MANAJEMEN PRODUKSI

Tujuan Mata Kuliah

Mahasiswa mampu menjelaskan tentang manajemen produksi, manufaktur, siklus manufaktur, proses manufaktur dan proses produksi.

8.1. Manajemen Produksi

Manajemen Produksi bertanggung jawab untuk menghasilkan barang atau jasa dalam organisasi. Manajer Produksi juga disebut manajemen operasi berfungsi mengambil keputusan yang berkenaan dengan suatu fungsi operasi dan sistem transformasi yang digunakan. Manajemen operasi adalah kajian pengambilan keputusan dari suatu fungsi operasi.

Manajemen Produksi/Operasi.

- Suatu pengambilan keputusan dalam fungsi dan sistem operasi yang menghasilkan barang atau jasa.
- Didefinisikan dalam 5 keputusan tanggung jawab: Proses, kapasitas, sediaan, tenaga kerja, dan mutu.

Strategi Operasi

- Strategi operasi adalah suatu visi fungsi operasi yang menetapkan keseluruhan arah atau daya dorong untuk pengambilan keputusan. Visi ini harus diintegrasikan dengan strategi bisnis, dan seringkali direfleksikan pada perencanaan formal. Strategi operasi seharusnya menghasilkan suatu pola pengambilan

- keputusan operasi yang konsisten dan suatu keunggulan bersaing bagi perusahaan.
- Suatu pandangan bagi fungsi operasi yang dapat mengarahkan pengambilan keputusan.
 - Tujuannya adalah menghubungkan strategi bisnis dengan pengambilan keputusan dalam operasi.
 - Hasilnya harus merupakan suatu pola pengambilan keputusan yang konsisten.
 - Terdiri dari misi, keunggulan khusus, sasaran, dan kebijakan.
 - Misi merupakan tujuan operasi.
 - Sasaran menyangkut biaya, kualitas, pengiriman, dan fleksibilitas.
 - Keunggulan khusus adalah hal-hal yang dapat dilakukan lebih baik dari pesaing.
 - Kebijakan adalah keputusan strategi yang mengarah pada pengambilan keputusan yang lebih rinci (taktis) dalam hal proses, kapasitas, sediaan, tenaga kerja, dan kualitas.

Keputusan Desain dan Pemanfaatan dalam Operasi Proses

- Menyeleksi tipe proses
- Analisis arus proses
- Memilih Peralatan
- Memelihara peralatan
- Kapasitas
- Menetapkan ukuran fasilitas
- Memutuskan lembur
- Menetapkan lokasi fasilitas
- Mengatur sub kontrak
- Menetapkan tingkat tenaga
- Menetapkan jadwal
- kerja

Sediaan

- Menetapkan ukuran sediaan
- Memutuskan kapan dan
- Mendesain sistem pengendalian sediaan
- Berapa besar pesanan
- Memutuskan tempat sediaan

Tenaga

- Mendesain pekerjaan
- Melakukan pengawasan
- Menyeleksi sistem kompensasi
- Menetapkan standar kerja
- Mendesain aturan kerja

Mutu

- Menetapkan standar mutu
- Menetapkan banyaknya pemeriksaan
- Memutuskan mutu perusahaan
- Mengendalikan mutu agar sesuai standar

8.2. Manufaktur dan Produksi

Istilah manufaktur (*manufacture*)

- Pertama kali digunakan tahun 1622.
- Berasal dari kata latin *manufactum* yang berarti *made by hand*.

Istilah produksi (*production*)

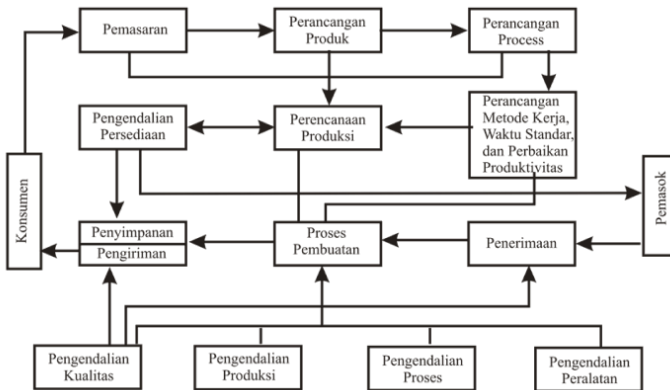
- Pertama kali digunakan pada tahun 1483.
- Berasal dari kata latin *producere* yang berarti *lead forward*, yaitu membuat sesuatu yang baru (*tangible/intangible*).

Definisi *Manufacturing*

A series of interrelated activities and operations involving the design, materials selection, planning, manufacturing production, quality assurance, management and marketing of products of the manufacturing industries (International Conference on Production Engineering, 1983).

Definisi Manufaktur dan Produksi

- Kata *manufacturing* diartikan lebih luas.
- *Manufacturing* adalah proses konversi suatu desain menjadi produk akhir.
- *Production* adalah aktivitas fisik untuk mengubah suatu bentuk material menjadi bentuk lain yang lebih bernilai.



8.2 Sistem Manufaktur

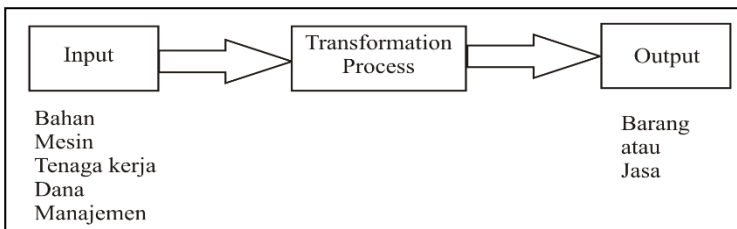
- Sistem manufaktur adalah sistem yang melakukan proses transformasi/konversi keinginan (*needs*) konsumen menjadi produk jadi yang berkualitas tinggi.
- Keinginan konsumen diketahui dari studi pasar, yang kemudian keinginan ini diterjemahkan menjadi desain produk, dan kemudian menjadi desain proses.

- Komitmen terhadap kualitas produk harus dimiliki oleh setiap level dalam perusahaan pada setiap tahap proses produksi.
- Dalam proses transformasi ini terjadi penambahan nilai.

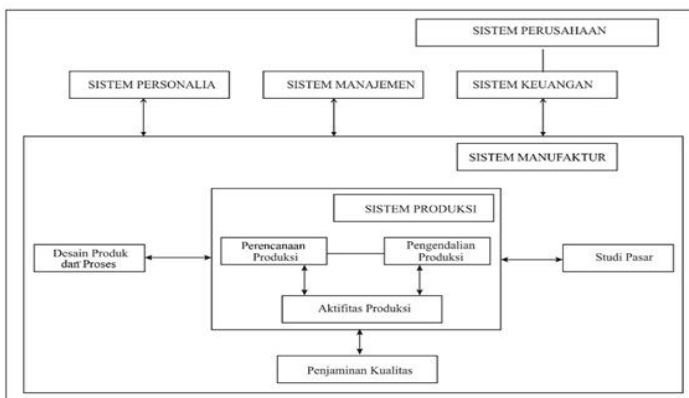
Sistem Produksi (1)

- Sistem produksi adalah sistem yang melakukan proses transformasi atau konversi bahan mentah menjadi produk jadi dengan kualitas tinggi dan sesuai dengan desain produk yang telah ditetapkan.
- Dalam proses transformasi ini terjadi penambahan nilai sehingga produk jadi mempunyai nilai yang lebih tinggi daripada nilai bahan mentah.

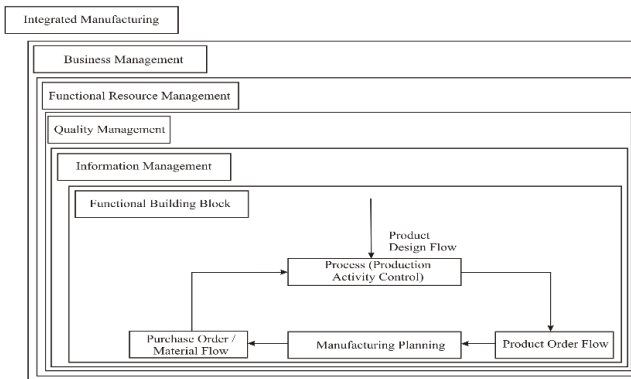
Sistem Produksi (2)



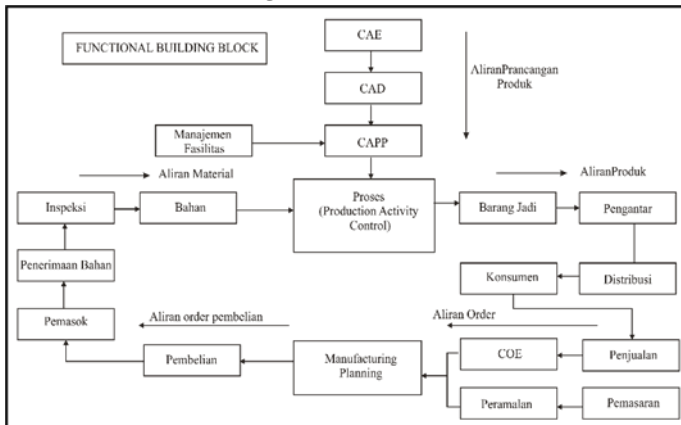
Sistem produksi, sistem manufaktur, sistem perusahaan



Integrated Manufacturing



Functional Building Block



Definisi Perencanaan dan Pengendalian Produksi

- Perencanaan dan pengendalian produksi yaitu merencanakan kegiatan-kegiatan produksi, agar apa yang telah direncanakan dapat terlaksana dengan baik.
- Perencanaan produksi : aktivitas untuk menetapkan produk yang diproduksi, jumlah yang dibutuhkan, kapan produk tersebut harus selesai dan sumber-sumber yang dibutuhkan.

- Pengendalian produksi : aktivitas yang menetapkan kemampuan sumber-sumber yang digunakan dalam memenuhi rencana, kemampuan produksi berjalan sesuai rencana, melakukan perbaikan rencana.

Tujuan utama

- Memaksimumkan pelayanan bagi konsumen
- Meminimumkan investasi pada persediaan
- Perencanaan kapasitas
- Pengesahan produksi dan pengendalian produksi
- Persediaan dan kapasitas
- Penyimpanan dan pergerakan material
- Peralatan, *routing* dan proses *planning*
- dll.

Tujuan Perencanaan & Pengendalian Produksi

Tujuan perencanaan dan pengendalian produksi:

- Mengusahakan agar perusahaan dapat berproduksi secara efisien dan efektif.
- Mengusahakan agar perusahaan dapat menggunakan modal seoptimal mungkin.
- Mengusahakan agar pabrik dapat menguasai pasar yang luas.
- Untuk dapat memperoleh keuntungan yang cukup bagi perusahaan.

Fungsi Perencanaan & Pengendalian Produksi

Fungsi perencanaan dan pengendalian produksi:

- Meramalkan permintaan produk yang dinyatakan dalam jumlah produk sebagai fungsi dari waktu.
- Memonitor permintaan yang aktual, membandingkannya dengan ramalan permintaan sebelumnya dan melakukan revisi atas ramalan tersebut jika terjadi penyimpangan.
- Menetapkan ukuran pemesanan barang yang ekonomis atas bahan baku yang akan dibeli.

- Menetapkan sistem persediaan yang ekonomis.
- Menetapkan kebutuhan produksi dan tingkat persediaan pada saat tertentu.
- Memonitor tingkat persediaan, membandingkannya dengan rencana persediaan, dan melakukan revisi rencana produksi pada saat yang ditentukan.
- Membuat jadwal produksi, penugasan, serta pembebanan mesin dan tenaga kerja yang terperinci.

Tingkatan Perencanaan dan Pengendalian Produksi

- **Perencanaan jangka panjang**

Kegiatan peramalan usaha, perencanaan jumlah produk dan penjualan, perencanaan produksi, perencanaan kebutuhan bahan, dan perencanaan finansial.

- **Perencanaan jangka menengah**

Perencanaan kebutuhan kapasitas, perencanaan kebutuhan material, jadwal induk produksi, dan perencanaan kebutuhan distribusi.

- **Perencanaan jangka pendek**

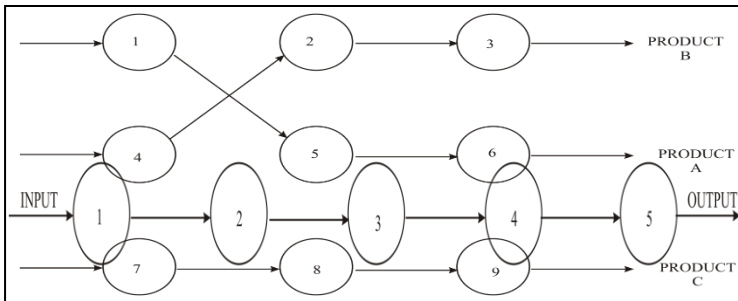
Kegiatan penjadwalan perakitan produk akhir, perencanaan dan pengendalian input-output, pengendalian kegiatan produksi, perencanaan dan pengendalian *purchase*, dan manajemen proyek.

Kegiatan perencanaan dan pengendalian produksi

1. Peramalan kuantitas permintaan
2. Perencanaan pembelian/pengadaan: jenis, jumlah, dan waktu
3. Perencanaan persediaan: jenis, jumlah, dan waktu
4. Perencanaan kapasitas: tenaga kerja, mesin, fasilitas
5. Penjadwalan produksi dan tenaga kerja
6. Penjaminan kualitas
7. Monitoring aktivitas produksi
8. Pengendalian produksi
9. Pelaporan dan pendataan

Klasifikasi Sistem Manufaktur (1)

1. Tipe produksi
 - a. *Make to Stock* (MTS)
 - b. *Assemble to Order* (ATO)
 - c. *Make to Order* (MTO)
 - d. *Engineering to Order* (ETO)
2. Volume produksi
 - a. Produksi massa
 - Laju serta tingkat produksi pada produksi massa umumnya tinggi,
 - Permintaan terhadap produk yang dihasilkan tinggi,
 - Peralatan umumnya mempunyai fungsi khusus,
 - Keahlian tenaga kerja tidak terlalu tinggi sebagai akibat dari fungsi peralatan yang khusus.
 - b. Produksi *batch*
 - Ukuran lot produksi adalah medium,
 - Tujuan: untuk memenuhi kebutuhan konsumen terhadap produk-produk yang diperlukan secara kontinu,
 - Peralatan umumnya mempunyai fungsi umum tetapi dirancang untuk tingkat produksi yang tinggi.
 - c. Produksi *job shop*
 - Tingkat produksi rendah,
 - Peralatan mempunyai fungsi umum,
 - Keahlian yang diperlukan tenaga kerja cukup tinggi,
 - Biasanya membuat berdasarkan pesanan.
3. Aliran produksi
 - a. *Fixed Site (Project)*
 - b. *Job Shop (Jumbled Flow)*
 - c. *Flow Shop*

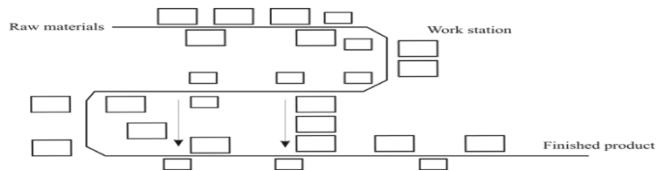
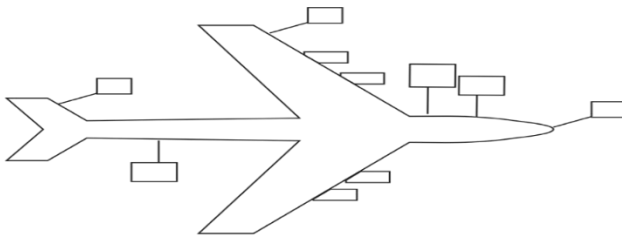


Proses Job Shop (Oden, HW, 1993)

Proses Flow Shop (Oden, HW, 1993)

Flow Shop

- *Small-Batch Line Flow*, mempunyai semua karakter flow shop, tetapi tidak semua memproses produk yang sama secara terus menerus. Memproses beberapa produk dengan ukuran batch kecil, dengan kebutuhan setup per batch. Digunakan ketika biaya proses bisa dipertimbangkan, permintaan part rendah, dan non-diskrit. Contohnya adalah farmasi.
 - *Large-Batch (Repetitive) Line Flow*, memproduksi produk diskrit dalam volume besar tetapi tidak kontinu.
 - *Continuous Line Flow* merefer pada proses kontinu dari fluida, bedak, logam, dan lain-lain. Biasa digunakan pada industri gula, minyak, dan logam lainnya.
4. Tata letak (lay out)
- *Fixed position layout*
 - *Process layout*
 - *Product flow layout*



8.3 Tipe-tipe tata letak pabrik (Groover, 1987)

Sistem produksi vs Respon Kepada Konsumen

- Jenis sistem:

MTS = make to stock; ATO = assemble to order

MTO = make to order; ETO = engineer to order

- Jenis respon

FS = flow shop; BP = batch production; JS = job shop

Kesimpulan

1. Manajemen produksi & operasi merupakan pengelolaan aktivitas di rantai produksi.
2. Pengertian sistem manufaktur lebih luas dari sistem produksi.
3. Ada berbagai jenis sistem produksi dan jenis respon terhadap konsumen, sehingga diperlukan perencanaan dan pengendalian yang berbeda.
4. Sistem produksi, sistem manufaktur, dan sistem perusahaan merupakan sistem yang terintegrasi,

yang terdiri dari berbagai bagian yang saling berhubungan dan tidak terpisahkan.

DAFTAR PERTANYAAN

1. Jelaskan tentang manajemen produksi?
2. Jelaskan tentang manufaktur dan kegunaannya mempelajarinya?
3. Jelaskan tentang siklus manufaktur dan proses manufaktur?
4. Jelaskan dan gambarkan proses produksi?

BAB IX

MANAJEMEN KEUANGAN PERUSAHAAN

Tujuan Mata Kuliah

Mahasiswa mampu menjelaskan tujuan dan fungsi manajemen keuangan. Mahasiswa juga diharapkan mampu membuat perencanaan keuangan dan menghitung konsep nilai waktu suatu kegiatan bisnis

9.1 Tujuan Dan Fungsi Manajemen Keuangan

Pengertian Manajemen Keuangan

- Pengertian manajemen keuangan dapat dirumuskan oleh fungsi dan tanggung jawab para Manajer Keuangan.
- Meskipun fungsi dan tanggung jawab manajer keuangan berbeda-beda disetiap organisasi.
- Menurut Bambang Riyanto (2001:4), Manajemen Keuangan (*Financial Management*) adalah *Keseluruhan aktivitas yang bersangkutan dengan usaha untuk mendapatkan dana dan menggunakan dana atau mengalokasikan dana (Pembelanjaan dalam arti luas)*
- Menurut Suad Husnan (2002:4), Manajemen Keuangan adalah pengaturan kegiatan keuangan. Jadi Manajemen Keuangan adalah suatu kegiatan perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian dan penyimpanan dana yang dimiliki oleh organisasi atau perusahaan.

Fungsi Manajemen Keuangan

- **Perencanaan Keuangan**

Membuat rencana pemasukan dan pengeluaran serta kegiatan-kegiatan lainnya untuk periode tertentu.

- **Penganggaran Keuangan**

Tindak lanjut dari perencanaan keuangan dengan membuat detail pengeluaran dan pemasukan.

- **Pengelolaan Keuangan**

Menggunakan dana perusahaan untuk memaksimalkan dana yang ada dengan berbagai cara.

- **Pencarian Keuangan**

Mencari dan mengeksploitasi sumber dana yang ada untuk operasional kegiatan perusahaan.

- **Penyimpanan Keuangan**

Mengumpulkan dana perusahaan serta menyimpan dana tersebut dengan aman.

- **Pengendalian Keuangan**

Melakukan evaluasi serta perbaikan atas keuangan dan sistem keuangan pada perusahaan.

- **Pemeriksaan Keuangan**

Melakukan audit internal atas keuangan perusahaan yang ada agar tidak terjadi penyimpangan.

Proses Cetak Uang

Tugas Pokok Manajemen Keuangan

1. Mendapatkan Dana Perusahaan/Kebijakan Pendanaan
2. Menggunakan Dana Perusahaan / Kebijakan Investasi
3. Membagi Keuntungan (laba) Perusahaan / Kebijakan Deviden

Contoh Laporan Keuangan

Menghitung dan menginterpretasi rasio keuangan

<http://www.kembar.pro/2015/04/analisis-laporan-dan-rasio-keuangan.html>

9.2 Tujuan Perusahaan

1) Maksimalisasi Keuntungan

Tujuan Perusahaan → Maksimisasi Keuntungan

- ... dapat memperoleh hasil sebanyak mungkin dan menekan ongkos yang serendah mungkin.
- ... maksimisasi laba lebih sempit sifatnya dari pada maksimisasi nilai.

Kelemahan :

- pandangannya jangka pendek
- mengabaikan unsur waktu
- meninggalkan aspek sosial.

2) Maksimisasi Kemakmuran

- Memaksimumkan nilai dari perusahaan
- maksimisasi dari kesejahteraan dan kesejahteraan adalah merupakan nilai sekarang dari perusahaan terhadap prospek masa depan.
- *Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual.*
- Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal harga saham yang diperjual belikan di bursa merupakan indikator nilai perusahaan.

9.3 Fungsi Manajemen

Fungsi pengendalian likuiditas, yang meliputi :

- perencanaan aliran kas;
- pencarian dana
- menjaga hubungan baik dengan lembaga keuangan.

Fungsi pengendalian laba

- pengendalian biaya;
- penentuan harga;
- perencanaan laba
- pengukuran biaya.

Fungsi manajemen, dalam hal ini harus melakukan manajemen terhadap aktiva dan manajemen terhadap dana.

LABA EKONOMI ... LABA AKUNTANSI

- Laba ekonomi tidak selalu sama dengan laba akuntansi
- Pos antisipasi aktif
- Penilaian aktiva tetap
- Laba ekonomi sebagai jumlah kekayaan yang bisa dikonsumsi tanpa membuat pemilik kekayaan tersebut menjadi lebih miskin (khusus peorangan).
- Maksimisasi nilai berarti mempertimbangkan nilai waktu dari uang. Dana yang diterima pada tahun ini lebih tinggi dari pada dana yang diterima sepuluh tahun yang akan datang.
- Maksimisasi nilai berarti mempertimbangkan berbagai resiko terhadap arus laba perusahaan.
- Sebagai contoh tingkat hasil pengembalian (*rate of return*) yang diperlukan terhadap surat berharga pemerintah yang bebas resiko akan lebih rendah dari pada tingkat hasil pengembalian yang diperlukan untuk investasi baru.

PENGARUH INFLASI

- **Suku Bunga**

biaya untuk memperoleh dana bagi pemerintah, perusahaan maupun perorangan akan semakin meningkat.

- **Kesulitan-kesulitan Perencanaan**

Pada kondisi inflasi yang membumbung cepat dimana biaya-biaya bahan baku, tenaga kerja tidak menentu dan perencanaan sulit.

- **Kebutuhan Permodalan**

Inflasi menyebabkan naiknya jumlah modal yang dibutuhkan untuk menyelenggarakan kegiatan perusahaan dalam kapasitas volume tertentu.

- **Penurunan Harga Obligasi**

Jika suku bunga meningkat, maka harga obligasi jangka panjang akan menurun. Pemilik modal lebih senang meminjamkan lebih banyak dalam jangka pendek ketimbang dalam bentuk hutang jangka panjang

- **Masalah Akuntansi**

Jika laju inflasi cukup tinggi maka laba yang dilaporkan pada perhitungan laba rugi akan terlalu tinggi. Penjualan persediaan yang biaya pengadaannya rendah, menghasilkan laba yang dilaporkan lebih tinggi.

9.4 Perencanaan Keuangan

Dalam buku "*The Truth About Money*", Ric Edelman menjelaskan Sebelas (11) alasan mengapa perencanaan keuangan perlu dilakukan , yaitu karena melalui proses perencanaan keuangan kita lebih bisa untuk :

- Melindungi diri Anda dan keluarga Anda dari dampak keuangan risiko kecelakaan, penyakit, kematian , dan tuntutan hukum

Perencanaan Keuangan

1. Mengurangi utang pribadi / keluarga;
2. Membiayai Keuangan bila hidup ini tidak lagi dalam rentang usia produktif – terkait dengan tingkat yang lebih tinggi harapan hidup rata rata di suatu di negara
3. Membayar biaya biaya untuk membesarkan anak
4. Memberikan alokasi pendidikan bagi anak-anak ke keperguruan tinggi;
5. Membiayai pernikahan anak perempuan kita
6. Untuk membeli kendaraan ;
7. Untuk membeli rumah ;
8. Mampu menentukan gaya hidup yang kita inginkan saat pensiun;
9. Membayar biaya biaya perawatan jangka panjang, dan ...
10. Mewariskan kesejahteraan ke generasi selanjutnya (anak , cucu , dll)

Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Perencana_keuangan

Di Indonesia masih jarang melakukan perencanaan keuangan, penyebabnya:

1. Tidak memiliki tujuan keuangan yang jelas dan cenderung menghabiskan uang untuk memenuhi keinginan jangka pendek .
2. Kendala waktu .
3. Keterbatasan ilmu dan pengetahuan tentang bagaimana mengelola keuangan keluarga dengan baik.
4. Tidak dapat memilih produk investasi yang lebih beragam

5. Kurangnya kesadaran masyarakat.

Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Perencanaan_keuangan

A. Konsep Nilai Waktu Uang (*Time Value Of Money*)

Konsep nilai waktu uang berhubungan dengan tingkat bunga yang digunakan dalam perhitungan aliran kas. Nilai uang saat ini (*present value*) akan berbeda dengan nilai uang tersebut di waktu yang akan datang (*future value*) karena adanya faktor bunga.

Contoh : nilai uang Rp. 1000, yang dimiliki saat ini berbeda dengan nilai uang Rp.1000 yang dimiliki 5 tahun lagi. Nilai uang Rp. 1000 saat sekarang (*present value*) dinilai lebih tinggi daripada nilai uang tersebut di waktu yang akan datang (*future value*).

Hal ini dikarenakan uang Rp.1000 yang diterima sekarang tersebut mempunyai kesempatan menghasilkan pendapatan, misalnya untuk berdagang dan membelanjakan usaha atau ditabung dibank yang menghasilkan bunga.

B. Nilai Waktu Yang Akan Datang (*Future Value*) Bunga Sederhana

Bunga adalah sejumlah uang yg dibayarkan sebagai kompensasi terhadap apa yg dapat diperoleh dgn penggunaan uang tersebut. Bunga sederhana adalah bunga yang dibayarkan (dikenakan) hanya pada pinjaman atau tabungan atau investasi pokoknya saja.

Dimana :

SI = $P_0(i)(n)$

Si = jumlah bunga sederhana

P0 = Pinjaman atau tabungan pokok

I = Tingkat bunga per periode waktu dalam persen

N = Jangka waktu

Contoh :

Pak Ali memiliki uang Rp. 80.000 yang ditabung dibank dengan bunga 10% pertahun selama 10 tahun, berapakah akumulasi bunga yang diterima pak ali?

$$S1 = 80.000 (0.10) (10) = \text{Rp. } 80.000,-$$

Future Value

Nilai yang akan datang (*Future value*) (terminal value) adalah nilai uang yang akan datang dari satu jumlah uang atau suatu seri pembayaran pada waktu sekarang, yg dievaluasi dengan suatu tingkat bunga tertentu.

$$FVn = P_0 + SI = P_0 + P_0(i)(n)$$

$$FVn = P_0 (1 + (i) (n))$$

Fv = Future Value (Nilai yang akan datang)

Untuk contoh diatas berapakah nilai akhir periodenya atau *Future Value nya*?

$$\begin{aligned} FV10 &= 80.000 (1 + (0,1)(10)) \\ &= 80.000 (1 + 1) = \text{Rp. } 160.000 \end{aligned}$$

Kadang-kadang diketahui nilai akhir dari suatu deposito dengan bunga $i\%$ pertahun selama n tahun, tetapi pinjaman pokoknya tidak diketahui. Untuk mencari pinjaman pokok yang diinvestasikan tersebut yaitu nilai sekarang (present value) dari pinjaman tersebut ($Pvo = Po$)

$$Pvo = Po = FVn / (1 + (i)(n))$$

Contoh : nilai akhir dari sejumlah uang yang didepositokan selama 10 tahun dengan bunga 10% pertahun adalah Rp.160.000, berapa uang yang di depositokan tersebut (Po)?

$$P_0 = 160.000 / (1 + (0,1)(10)) = \text{Rp. } 80.000$$

Bunga Majemuk

Bunga majemuk menunjukkan bahwa bunga yang dibayarkan (dihasilkan) dari pinjaman atau investasi ditambahkan terhadap pinjaman pokok secara berkala. Hasilnya bunga yang dihasilkan dari pokok pinjaman dibungakan lagi bersama-sama dengan pokok pinjaman tersebut, demikian seterusnya.

Contoh :

Misalkan seseorang ingin mendepositokan uangnya di Bank PT "Mandiri Jaya" sebesar Rp.800.000, jika tingkat bunga deposito adalah 8% pertahun dan dimajemukan setiap tahun, maka berapakah investasi orang tersebut pada akhir tahun pertama, kedua dan ketiga.

Jawab :

$$FV_1 = P_0 (1 + i)$$

$$= 800.000 (1 + 0,08) = \text{Rp. } 864.000$$

$$FV_2 = FV_1 (1+i) = P_0 (1+i) (1+i) = P_0 (1+i)^2$$

$$= 800.000 (1 + 0,08)^2 = 800.000 (1,08)^2$$

$$= \text{Rp. } 933.120$$

$$FV_3 = FV_2(1+i) = FV_1 (1+i) (1+i) = P_0 (1+i) (1+i)(1+i)$$

$$= P_0 (1+i)^3$$

$$= 800.000 (1 + 0,08)^3 = 800.000 (1,08)^3$$

$$= \text{Rp. } 1.007.770$$

Secara umum nilai masa depan (*future value*) dari deposito pada akhir periode n adalah :

$$FV_n = P_0(1+i)^n \text{ atau } FV_n = P_0(FVIF_{i,n})$$

FV_n = Future Value (Nilai masa depan atau nilai yang akan datang) tahun ke n

$FVIF_{i,n}$ = Future Value Interest Factor (Yaitu nilai majemuk dengan tingkat bunga i% untuk n periode). Faktor bunga tersebut sama dengan $(1+i)^n$

Tabel Ilustrasi Bunga Majemuk dari tabungan awal Rp.800.000 dengan bunga 8%

Tahun	Jumlah awal (1)	Jumlah Akhir (2)	Bungan Majemuk (3) = (2) - (1)
1	800.000	864.000	64.000
2	864.000	933.120	69.120
3	933.120	1.007.770	74.650
4	1.007.770	1.088.390	80.620
5	1.088.390	1.175.462	87.072

Future Value

Tabel 1. Contoh nilai akhir faktor bunga dari Rp.1 pada i% pada akhir periode ke-n (FVIF i,n) = (1+i)ⁿ

Periode (n)	Tingkat bunga				
	1%	3%	5%	8%	10%
1	1,010	1,030	1,050	1,080	1,100
2	1,020	1,061	1,102	1,166	1,210
3	1,030	1,093	1,158	1,260	1,311
4	1,041	1,126	1,216	1,360	1,464
5	1,051	1,159	1,276	1,469	1,611

Contoh :

- Nilai akhir tabungan pada faktor bunga 8% untuk 4 tahun (VIF, 8%, 4) sama dengan Rp.800.000 x 1,360 = Rp.1.088.000

C. Nilai Sekarang (Present Value)

Present Value atau nilai sekarang merupakan besarnya jumlah uang pada awal periode yang diperhitungkan atas dasar tingkat bunga tertentu dari suatu jumlah uang yang baru akan diterima atau dibayarkan beberapa periode kemudian.

$$FVn = Po (1+i)^n$$

$$Pvo = FVn / (1+i)^n \text{ atau}$$

$$Po = FVn (1 / (1+i)^n)$$

Misalkan :

berapakah jumlah sekarang yang dapat berkembang menjadi 16.000.000 pada akhir tahun ke 5 dengan bunga 11% ?

$$Po = 16.000.000 \cdot (1 / (1+0,11)^5)$$

$$Po = 16.000.000 (1 / 1,11)^5$$

$$= 16.000.000 (1/1,685)$$

$$= 16.000.000 (0,593)$$

$$= \text{Rp. } 9.488.000$$

- Nb. Bisa juga langsung menggunakan tabel nilai sekarang faktor bunga
- Nb. Bisa juga langsung menggunakan tabel nilai sekarang faktor bunga (di lampiran buku)

Tabel : Contoh Nilai sekarang faktor bunga Rp.1

Periode (n)	Tingkat bunga (i)		
	11%	12%	13%
1	0,901	0,893	0,885
2	0,812	0,797	0,783
3	0,731	0,712	0,693
4	0,659	0,536	0,613
5	0,593	0,567	0,543

$$Po = 16.000.000 (0,593) = \text{Rp. } 9.488.000$$

Contoh :

Apabila aliran kas Rp . 8000 pertahun selama 3 tahun dengan tingkat bunga 8%, hitunglah nilai anuitas yang akan diperoleh :

$$FVA_n = R ((1 + i)^n - 1)/i$$

$$FVA_3 = 8000 ((1 + 0,08)^3 - 1)/0,08$$

$$FVA_3 = 8000 (3,246) = \text{Rp. } 25.968$$

Jika menggunakan tabel nilai akhir anuitas faktor bunga annuity.

Periode (n)	Tingkat bunga (i)		
	1%	3%	8%
1	1.000	1,000	1,000
2	2,010	2,030	2,080
3	3.030	3.090	3,246

$$FVA_3 = 8000 (3,246) = \text{Rp. } 25.968$$

Perhitungan nilai majemuk diatas diasumsikan bahwa pembayaran bunga dalam 1 tahun sekali, tetapi pada kenyataannya pembayaran bunga bisa saja 2 kali setahun atau 4 kali, 12 kali dalam 1 tahun. Jika bunga dibayarkan dalam m kali setahun, maka nilai yang akan datang dari anuity dapat dicari dengan rumus :

$$FVn = PVo (1 + (i/m))^{m \cdot n}$$

Dimana :

FVn = Nilai waktu yang akan datang pada tahun ke n

Pvo = nilai sekarang

m = Frekuensi pembayaran bunga dalam 1 tahun

n = Jumlah tahun

Contoh :

Tuan B menabung di BCA sebesar Rp.2000 dengan tingkat bunga 12% pertahun dan bunga dibayar 2 kali setahun, berapa jumlah tabungan pada akhir tahun pertama, dan berapa pada akhir tahun ke2?

- a. Jumlah tabungan pada tahun pertama

$$FV_1 = PV_0 (1 + (i/m))^{m \cdot n}$$

$$\begin{aligned} FV_1 &= 2000 (1 + (0,12/2))^{2 \cdot 1} = 2000 (1 + 0,06)^2 \\ &= \text{Rp.2.247, 20} \end{aligned}$$

- b. Jumlah tabungan pada tahun ke 2

$$\begin{aligned} FV_n &= 2000 (1 + (0,12/2))^{2 \cdot 2} = 2000 (1 + 0,06)^4 \\ &= \text{Rp.2.524, 95} \end{aligned}$$

D. Anuitas Nilai Sekarang

Nilai sekarang dari anuitas (*present Value of Annuity* (PVAn)) didefinisikan sebagai nilai anuitas majemuk saat sekarang) dengan pembayaran atau penerimaan periodik (R) dan n sebagai jangka waktu anuitas. Secara matematis, nilai sekarang anuitas dinyatakan dalam :

$$PVA_n = R (\sum 1/ (1+i)^n) = R (1 - (1/(1+i)^n)/i)$$

$$FVA_n = R (PVIFA_{i,n})$$

Dimana :

PVA_n = Nilai sekarang anuitas sampai periode n

R = Pembayaran atau penerimaan setiap periode

n = Jumlah waktu anuitas

i = Tingkat bunga

$PVIFA_{i,n}$ = Nilai sekarang faktor bunga anuitas pada 1% untuk n periode

Contoh :

Apabila aliran kas Rp.8000 pertahun diterimakan selama 3 tahun yang dinilai sekarang. Berapa nilai aliran kas tersebut bila dinilai sekarang dengan tingkat bunga majemuk 10% pertahun?

$$\begin{aligned}PVA_3 &= R (1 - (1/(1+i))^i) \\ &= 8000 (1 - 1/(1 + 0,10)^3)/0,10 \\ &= 8000 (1 - 1/(1,10)^3)/0,10 \\ &= 8000 (1 - 1/1,331) / 0,10 \\ &= 8000 (1 - 0,7513) / 0,10 \\ &= 8000 (2,487) \\ &= \text{Rp. 19.896}\end{aligned}$$

Jika menggunakan tabel nilai sekarang faktor bunga anuitas:

Periode (n)	Tingkat bunga (i)		
	1%	5%	10%
1	0,990	0,952	0,909
2	1,970	1,859	1,736
3	2,941	2,723	2,487
4	3,902	3,546	3,170

$$PVA_3 = 8000 (2,487) = \text{Rp. 19.896}$$

DAFTAR PERTANYAAN

1. Jelaskan tujuan dan fungsi manajemen keuangan?
2. Mengapa penting mempelajari manajemen keuangan untuk memulai bisnis?
3. Buatlah perencanaan keuangan untuk sebuah bisnis kehutanan, seperti pembibitan?
4. Jelaskan konsep nilai waktu uang dan macam-macamnya?
5. Hitunglah contoh kasus menggunakan salah satu konsep nilai waktu uang dalam kegiatan bisnis kehutanan bidang persemaian?

BAB X

BISNIS INTERNASIONAL DALAM SEKTOR BISNIS KEHUTANAN

Tujuan Mata Kuliah

Mahasiswa mampu menjelaskan tentang ekspor dan import serta *system* pembayaran yang digunakan dalam ekspor dan import. Mahasiswa juga diharapkan mampu menjelaskan tentang Multinational Enterprise dan dapat menjelaskan syarat agar dapat dikatakan Multinational

10.1 Pengertian Ekspor dan Impor dan Sistem Pembayaran Ekspor Impor

Definisi Ekspor Dan Impor

1. *The exchange of goods and services among individuals and businesses in multiple countries. (Kegiatan tukar-menukar (ekspor – impor) barang atau Jasa antara perorangan dan perusahaan di berbagai Negara)*
2. *A specific entity, such as a multinational corporation or multinational enterprise or international business company that engages in business among multiple countries.*

(Suatu perusahaan khusus seperti Perusahaan Multinasional atau Perusahaan Internasional yang terlibat dalam bisnis antar Negara.)

<http://www.businessdictionary.com/definition/international-business.html#ixzz2C5CvKOBn>

10.1. Hal-hal dalam Bisnis Internasional

Multinational Enterprise (MNE) Dan Manajemen Keuangan Perusahaan Multinasional.

- Arti MNE adalah sebuah perusahaan yang beropersai dengan anak-anak perusahaannya, cabang nya dan afiliasi nya yang berada di luar negeri.

Tiga Syarat sebuah perusahaan dikategorikan MNE :

- 1) Perusahaan memiliki 6 (enam) anak perusahaan (bukan cabang atau afiliasi) di 6 (enam) Negara (di Luar negeri) (Kantor pusatnya berada di Home Country, sedang anak perusahaan berada di Host Country). Contohnya Kantor Pusat IBM Inc di Amerika Serikat anak perusahaan nya di Singapura, India, Malaysia, Korea, Mexico Philipine dll.
- 2) Kegiatan luar negeri (ekspor-impor) perusahaan lebih dari 25% dari seluruh kegiatan bisnisnya baik bisnis *local* maupun bisnis internasional.
- 3) Gaya manajemen perusahaan multinasional menganut gaya manajemen GEOCENTRIC yaitu sebuah gaya manajemen yang memiliki system terpadu dan terdesentralisasi serta melibatkan para manajer antar Negara.

Macam Bisnis yang dilakukan MNE

- Trading (Perdagangan) (*Export-Import*) *Sell and Buy Securities, Eurodollars, American Depository Receipt (ADR)*.
- Partnership (Kerjasama) (*Licensing, Franchise, Joint Venture*)
- *Foreign Direct Investment* (Penanaman Modal di Luar Negeri)/FDI (*Built factory in foreign country, or Acquisition*) (Membangun pabrik di luar negeri atau melakukan pengambilalihan perusahaan di luar negeri).

Multinational Financial Management

- Manajemen keuangan Multinasional adalah sama juga dengan teori keuangan *local* namun pada MNE harus dimodifikasi dengan teori manajemen internasional. Contohnya Strategi opsi valuta asing, valas berjangka, SWAP dan *Letter of Credit* dan lain-lain.

Financial Flows (Arus Keuangan)

- Dividends (dividen)
- *Fee, Royalties* (fee dan royalty)
- Interest and repayment of credit or loans (bunga pinjaman dan pembayaran pinjaman credit dan fasilitas pinjaman)
- *Equity investment* (Penyertaan investasi)
- Loans (Pinjaman)
- Credit on goods and service (Penjualan barang dan jasa secara kredit)

Real flows (Arus Kas Riil)

- Capital goods (Barang Modal misalnya tanah, mesin)
- Technology (Teknologi)
- Management (Manajemen)
- Intermediate goods (Barang pembantu, atau barang setengah jadi)
- Finish goods (Barang jadi)
- Market intelligence. (Intelegensi pasar)

Decision variables: (Variabel

Keputusan/Kebijaksanaan perusahaan)

- *Dividends Policy* (Kebijakan dividen)
- *Transfer prices* (Kebijakan harga transfer)
- *Leads and lags* (Kebijakan dalam pembayaran tagihan Leads (bayar lebih awal biasanya memperoleh potongan) Lags (bayar terlambat, biasanya dana digunakan dalam bisnis lain tetapi perusahaan harus

menanggung biaya pinalti karena terlambat pembayarannya)

- *Fee and Royalties* (Fee dan royalty)
- *Debt vs Equity* (Utang atau member pinjaman atau penyertaan modal)
- *Intracompany Loans* (Pinjaman antar Perusahaan)
- *Intercompany Loans* (Pinjaman antar anak perusahaan atau antara induk perusahaan dengan anak perusahaan)
- *Invoicing currency* (Penentuan valuta asing dalam faktur penagihan).

DAFTAR PERTANYAAN

1. Jelaskan tentang ekspor dan import dalam perdagangan international?
2. Jelaskan tentang sistem pembayaran yang digunakan dalam ekspor dan impor?
3. Jelaskan tentang *Multinational Enterprise (MNE)*?
4. Jelaskan syarat agar dapat dikategorikan *Multinational Enterprise (MNE)*?

DAFTAR PUSTAKA

- Business Model Generation Canvas, Osterwalder, O., Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation. A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons
- Business Foundation, A Changing World, Twelfth Edition. James Ferrel, Linda Hirt and George Ferrel, (2020). McGraw-Hill Education. Printed USA.
- Essentials of Financial Management, Eugene Graham, Joel Houston, Jun Ming Hsu, Yoon Kee Kong and Bany Arifin, Fourth Edition, 2019. Cengage Learning Asia Pte Ltd, Singapore.
- Etika Bisnis, Suatu Pendekatan dan Aplikasinya Terhadap Stakeholders. Budi Prihatminingtyas, (2019). CV. IRDH, Malang, Indonesia.
- Fentie J. Salaka, Bramasto Nugroho, Dodik R. Nurrochmat. 2012. Strategi Kebijakan Pemasaran Hasil Hutan Bukan Kayu Di Kabupaten Seram Bagian Barat, Provinsi Maluku. *Jurnal Analisis Kebijakan Kehutanan* Vol. 9 No. 1, April 2012 : 50 – 65.
- Kementerian Perdagangan keluar/izin ekspor produk kayu Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 64/M-DAG/PER/2012 tentang
- Muizu W.O.Z dan Sule E.T. 2017. Manajer Dan Perangkat Manajemen Baru. *Pekbis Jurnal*, Vol.9, No.2, Hal: 151-160.

Managemen Sumberdaya Manusia (2019), Mahmudah
Eny. Ubhara Managemenpress. Universitas
Bhayangkara. Surabaya

Marketing Management, 15th Edition (2016). Philip Kotler,
Northwestern University and Kevin Lane Keller,
Dartmouth College. Pearson

Mondy, R.W., 2008, Manajemen Sumber Daya Manusia,
Edisi Kesepuluh (terjemahan), Jakarta: Penerbit
Erlangga.

Peraturan Pemerintah No. 6 Tahun 2007 jo. No.3 tahun
2008 tentang Tata Hutan dan Penyusunan
Rencana Pengelolaan Hutan, serta Pemanfaatan
Hutan

Permenhut P.45/ Menhut-II/2012 tentang Standard dan
Pedoman Penilaian Kinerja Pengelolaan Hutan
Produksi Lestari dan Verifikasi Legalitas Kayu
pada Pemegang Izin atau pada Hutan Hak.

Peraturan Menteri Kehutanan No. 38/menhut-II/2009
juncto Permenhut P.68/MenhutII/2011 juncto
Permenhut P.45/Menhut-II/2012, juncto Permenhut
P.42 /Menhut-II/2013 tentang Standard an
Pedoman Penilaian Kinerja Pengelolaan Hutan
Produksi Lestari dan Verifikasi Legalitas Kayu
pada Pemegang izin atau pada Hutan Hak

Peraturan Menteri Perdagangan No 82 Tahun 2019
tentang Ketentuan Impor Produk Kehutanan.

Peraturan Direktur Jenderal Bina Produksi Kehutanan
No.P.6/VI-BPPHH/2012 tentang Pedoman
Pelaksanaan Penilain Kinerja Pengelolaan Hutan
Produksi dan Verifikasi Legalitas Kayu

Pedoman Pelaksanaan Dan Standar SVLK Diatur Dalam Perdirjen Bina Usaha Kehutanan No: P.8/VI-BPPHH/2012 tentang Standard dan Pedoman Penilaian Kinerja Pengelolaan Hutan Produksi Lestari (PHPL) dan Verifikasi Legalitas Kayu (VLK).

Undang Undang No.41 Tahun 1999 tentang Kehutanan.

Saydam, G.,1996, Manajemen Sumber Daya Manusia, Suatu Pendekatan Mikro (Dalam Tanya Jawab), Jakarta: Penerbit Djambatan.

Schuler, R.S. & Jackson, S.E., 2006, Human Resource Management, International Perspective, Mason: Thomson South-Western.

Triyono. 2010. Manajer dan Pengelolaan di Era Milenium. VALUE ADDED, Vol.6, No.2, Maret 2010 – Agustus 2010 <http://jurnal.unimus.ac.id>

Werther, W.B. & Davis, K., 1996, Human Resources and Personnel Management, 5th Ed., Boston: McGraw-Hill.