

ASPEK LINGKUNGAN

## Lingkungan Bisnis?



Semua unsur yang berada di luar perusahaan dan tidak dapat dikendalikan oleh pelaku bisnis yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan

# Tujuan analisis lingkungan



- Menganalisis kondisi lingkungan operasional
- Menganalisis kondisi lingkungan industri
- Menganalisis kondisi lingkungan jauh
- Menganalisis dampak positif dan negatif
- Menganalisis usaha meminimalisir dampak negatif

Jenis-jenis  
aspek  
lingkungan

Lingkungan  
Operasional

Lingkungan  
industri

Lingkungan jauh

# Lingkungan Operasional



Lingkungan pesaing

Lingkungan pelanggan

Lingkungan pemasok

Lingkungan kreditor

Lingkungan pegawai

# Lingkungan industri

Ancaman Produk Pengganti

Persaingan antarperusahaan

Ancaman pendatang baru

Kekuatan tawar menawar pembeli

Kekuatan tawar menawar pemasok

Pengaruh kekuatan stakeholder lainnya



# Lingkungan jauh



ekonomi

sosial dan budaya

Politik

Teknologi

Ekologi

Global

# Analisis Lingkungan Luar



Analisis trend



Analisis issue



Analisis  
stakeholder

# Fase Analisis Lingkungan

Identifikasi



```
graph TD; A[Identifikasi] --> B[Monitoring]; B --> C[Forecasting]; C --> D[Asessment];
```

The diagram illustrates a four-stage process for environmental analysis. It consists of four horizontal bars, each representing a phase, arranged in a descending staircase pattern from top-left to bottom-right. The first bar is orange and labeled 'Identifikasi'. A light orange arrow points down from its right side to the second bar, which is green and labeled 'Monitoring'. A light green arrow points down from the right side of the second bar to the third bar, which is teal and labeled 'Forecasting'. A light blue arrow points down from the right side of the third bar to the fourth bar, which is blue and labeled 'Asessment'.

Monitoring

Forecasting

Asessment

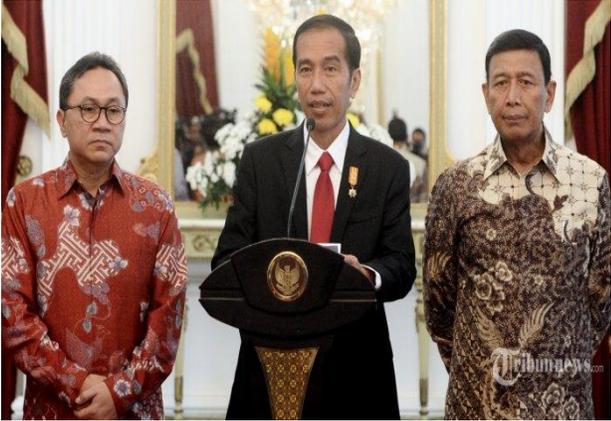
# KEKUATAN TAWAR MENAWAR PEMBELI

- Pembeli yang membeli dalam jumlah besar
- Pembeli dapat memproduksi sendiri
- Sifat produk tidak terdiferensiasi dan banyak pemasok
- *Switching cost* (biaya pengalihan) kecil
- Pembeli mempunyai tingkat profitabilitas yang rendah sehingga sensitif terhadap harga dan diferensiasi servis
- Produk perusahaan tidak terlalu bagi pembeli, sehingga mudah mencari [subtitusinya](#).

# KEKUATAN TAWAR MENAWAR PENJUAL

- Jumlah pemasok sedikit.
- Produk/ jasa yang unik dan mampu menciptakan *Switching cost* yang tinggi.
- Tidak tersedia produk substitusi.
- Pemasok mampu melakukan integrasi ke depan dan mengolah produk yang dihasilkan menjadi produk yang sama dengan yang diharapkan perusahaan.
- Perusahaan hanya membeli jumlah yang kecil dari [pemasok](#).

# Pengaruh kekuatan stakeholder lainnya



**Asia-Pacific  
Economic Cooperation**

