

BAB II

PERUSAHAAN MERCHANDISING

2.1 Pengertian Perusahaan

2.1.1 Definisi Perusahaan

Perusahaan adalah sebuah lembaga yang didirikan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan atas penjualan barang atau jasa yang sebanyak-banyaknya guna kesejahteraan semua karyawannya. Perusahaan adalah tempat berlangsungnya kegiatan teknis dan kesatuan organisasi modal dan tenaga kerja yang bertujuan menghasilkan barang-barang atau jasa sehingga dapat melayani kepentingan umum.

Bidang-bidang yang ada dalam lingkup usaha, antara lain bidang produksi, sirkulasi, iklan, keuangan, teknik, personalia, dan layanan pelanggan (*customer care*). Namanya saja bidang usaha (bisnis) maka segala gerak yang dilakukan harus memperhitungkan bisnis, dengan menekan biaya (*cost*) serendah-rendahnya dan menghasilkan (*profit*) yang sebanyak-banyaknya (*Totok Djuroto, 2000*).

2.1.2 Jenis-Jenis Perusahaan

Berdasarkan lapangan usahanya, perusahaan dikelompokkan menjadi lima, yaitu:

- **Perusahaan Dagang (Bisnis)**

Perusahaan yang kegiatan usahanya bergerak di bidang jual beli barang-barang atau komoditi pedagang, meskipun barang-barang dari produsen dan menjualnya kembali kepada konsumen tanpa merubah bentuk maupun mutu barang yang diperjual belikan. Seperti perusahaan pertokoan atau pedagang

barang kelontongan dan perusahaan perdagangan ekspor-impor.

- **Perusahaan Jasa**

Perusahaan yang kegiatan usahanya bergerak di bidang pemberian pelayanan kepada konsumen dengan tujuan memperoleh pendapatn berupa imbalan jasa. Seperti perusahaan jasa transportasi, jasa guru dan jasa keamanan.

- **Perusahaan Pertambangan (Ekstraktif)**

Perusahaan yang kegiatan usahanya bergerak dalam bidang penggalian atau pengambilan barang yang telah disediakan oleh alam. Seperti perusahaan tambang minyak bumi dan gas alam.

- **Perusahaan Pertanian (Agraris)**

Perusahaan yang kegiatan usahanya bergerak di bidang pertanian, peternakan dan perikanan. Seperti perusahaan perkebunan, perikanan dan perusahaan peternakan.

- **Perusahaan Industri (Manufaktur)**

Perusahaan yang kegiatan usahanya bergerak di bidang pengolahan bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau dari barang setengah jadi menjadi barang jadi. Seperti perusahaan industri tekstil dan garmen

2.1.3 Badan Usaha

Badan usaha merupakan kesatuan yuridis dan ekonomis atau kesatuan organisasi yang mengorganisir factor-faktor produksi untuk menghasilkan barang-barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan tujuan memperoleh laba. Factor-faktor

yang digunakan adalah factor produksi alam, produksi tenaga kerja manusia, produksi modal dan factor produksi kewirausahaan. Dengan kata lain, badan usaha adalah rumah tangga ekonomi yang bertujuan mencari laba dengan menggunakan factor produksi.

Untuk mendirikan badan usaha baru ada beberapa hal yang harus diperhatikan, antara lain:

- Jenis badan usaha yang dipilih
- Pembelanjaan
- Barang dan jasa apa yang akan diusahakan
- Pemasaran barang dan jasa
- Pembelian
- Kebutuhan tenaga kerja
- Penentuan harga pokok dan harga jual barang dan jasa
- Organisasi internal
- Kemampuan dan kecakapan pengusaha
- Kemungkinan memperoleh laba dalam jangka waktu yang lama

2.1.4 Macam-macam Badan Usaha

Penggolongan Badan Usaha Menurut Bentuk Hukum Yuridis

Penggolongan ini berhubungan dengan tanggung jawab pemiliknya terhadap kewajiban atau utang-piutang badan usaha, untuk itu badan usaha dapat digolongkan menjadi:

Badan Usaha Perorangan (*single proprietorship*)

Adalah badan usaha yang didirikan, dimiliki dan dimodali oleh satu orang saja. Selain sebagai pemilik yang bertanggung jawab atas semua resiko usaha, orang tersebut juga bertindak sebagai pemimpin jalannya kegiatan usaha sehari-hari dalam menghasilkan barang dan jasa.

Perseroan Terbatas (PT) / (*Naamloze Vennotschap /NV*)

Perusahaan yang modalnya terdiri atas saham atau sero, yang diperoleh dengan mengeluarkan surat-surat sero atau saham dan dijual kepada masyarakat. Setiap pemegang saham dapat memiliki satu sero atau lebih, dan memiliki tanggung jawab yang terbatas pada sejumlah modal yang ditanamkan pada PT.

PT didirikan oleh dua orang atau lebih dengan akta notaris, sebelumnya harus meminta izin dan persetujuan dari Menteri Kehakiman untuk kemudian mendaftarkannya pada Pengadilan Negeri dan mengumumkannya dalam Berita Negara (Lembaran Negara).

Persekutuan Firma (Fa)

Badan usaha yang didirikan dan dimiliki oleh beberapa orang dengan nama bersama. Mereka juga bertindak sebagai pemimpin perusahaan dan bertanggung jawab atas segala kewajiban atau piutang Firma dengan segala harta bendanya, baik harta yang ditanamkan pada perusahaan maupun harta pribadinya. Dalam hal ini tidak terdapat pemisahan antara harta pribadinya yang lain dengan harta yang ditanamkan pada perusahaan.

Perseroan Komanditer (*Commanditarie Vennotschap/ CV*)

CV didirikan oleh beberapa orang sebagaimana mendirikan Firma. Didirikan dihadapan notaris untuk dibuatkan akte pendiriannya. Apabila pendirinya yang sekaligus sebagai pemilik ingin memperbesar modal perusahaan dan tidak mengkehendaki kepemimpinannya dicampuri orang lain, maka akan diterbitkan surat-surat sero atau saham yang kemudian dijual kepada masyarakat yang membutuhkan. Para pendiri CV selanjutnya disebut sebagai persero aktif.

Terdapat dua jenis persero atau pemegang saham, yaitu:

- Persero aktif atau Persero Pengurus (*managing Partner*) adalah persero yang bertugas mengurus, mengelola dan bertanggung jawab atas maju mundurnya perusahaan. Persero ini disebut persero pengusaha yang memegang pimpinan perusahaan dan tanggung jawab penuh atas jalannya perusahaan.
- Persero Pasif atau Komanditer (*Sleeping Partner*) adalah persero yang hanya berperan memasukkan modalnya pada perusahaan dengan mengharapkan bunga atau bagian keuntungan CV yang disebut deviden. Persero ini tidak diperkenankan mencampuri atau ikut campur dalam usaha yang dilakukan perusahaan (CV) oleh persero aktif

Koperasi

Istilah koperasi berasal dari bahasa Inggris, *cooperation* atau bahasa Belanda *cooperatie*, yang artinya usaha bersama. Definisi Koperasi secara resmi diberikan di dalam undang-undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian. Menurut undang-undang tersebut, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomis rakyat yang berdasarkan atas azas kekeluargaan.

Unsur-unsur badan hukum koperasi diatur dalam UU No.25 Tahun 1992 tentang perkoperasian. Antara lain, koperasi mempunyai organisasi yang teratur, memiliki harta kekayaan sendiri, melakukan hubungan hukum sendiri yang diwakili oleh pengurus koperasi dan mempunyai tujuan sendiri.

Perusahaan Patungan (*Joint Venture*)

Bentuk usaha kerjasama antara dua orang atau lebih, baik kerja sama dalam pengumpulan modal usaha, maupun dalam kegiatan organisasi. Pertanggung jawaban terhadap kewajiban atau utang-utang perusahaan diatur secara khusus sesuai kesepakatan bersama.

Yayasan (*foundation*)

Yayasan merupakan organisasi perkumpulan dan bukan merupakan badan usaha yang bertujuan mencari keuntungan, tetapi merupakan kegiatan social untuk membantu kesejahteraan masyarakat yang lemah adan melaksanakan kegiatan bagi kepentingan orang banyak. Sumber dana yang diperoleh yayasan berasal dari hasil sumbangan, hibah, pemberian, sedekah atau bantuan yang tidak mengikat baik berasal dari masyarakat, organisasi, instansi swasta maupun instansi pemerintah

(Zaki Baridwan, Intermediate Accounting edisi 7, Yogyakarta Agustus 1992)

2.2 Pengertian Merchandising

Dalam kamus Cambridge Advanced Learner's Dictionary merchandise adalah: *(verb) US. SPECIALIZED to encourage the sale of goods by advertising them or by making certain that they are noticed;* yaitu barang dagangan untuk mendorong penjualan barang-barang dengan iklan atau dengan memastikan bahwa mereka dicatat sebagai salah satu media promosi.

Cinderamata dalam kamus Bahasa Indonesia diartikan sebagai: 1. Pemberian (sebagai kenang-kenangan, sebagai pertanda ingat, dsb.) 2. Kekasih, jantung hati. *(Kamus Besar Bahasa Indonesia,*

edisi kedua, Dept. Pendidikan & Kebudayaan, Balai Pustaka, Cetakan ke empat -1995)

Dapat diartikan bahwa merchandise adalah barang dagangan yang dipasarkan kepada konsumen dengan cuma-cuma dalam rangka mempromosikan produk utama yang dipasarkan dengan maksud agar angka penjualan meningkat. Selain dengan iklan merchandise atau cinderamata, merupakan media promosi yang cukup memberi kesan pada konsumen tentang keunggulan produk yang dipasarkan.

Dalam dunia Desain Komunikasi Visual, ada tiga klasifikasi produk reproduksi hasil akhir media, dimana merchandise termasuk pada klasifikasi bagian pertama. Produk-produk Desain Komunikasi Visual menurut teknik reproduksi akhir antara lain:

- **Media Cetakan (printed material/ media)**
Direncanakan dengan berdasarkan prinsip-prinsip cetakan; cetak saring, offset, stempel, di atas berbagai jenis material; kertas, kain logam, keramik, dsb. Contoh produk: Majalah, Koran, buku, kalender, brosur, fliers, mug, gantungan kunci, pin, packaging, shopping bag, CD cover, T-shirt dsb.
- **Media Berbasis Waktu (Time Based Media)**
Proses perancangan sangat mempertimbangkan masalah waktu. Citraan suatu saat dibuat berbeda dengan citraan sebelum atau sesudahnya. Contoh produk: film realis, animasi (hand draw/ digital), CD-ROM interactive, internet, bioskop dsb.

- Media Lingkungan (Environmental Graphics)

Disini masalah keterkaitan produk dengan lingkungan fisik menjadi penting. Produk-produk environmental graphic meskipun banyak yang direproduksi dengan memakai teknik cetak, tapi sangat jarang memakai material kertas. Contoh produk: mural, (Tyoe) Sculpture, Sign System, Exhibition, dsb.

(Pengantar ke Tinjauan Kekayaan Desain Komunikasi Visual)

2.3 Perusahaan Merchandising

Jadi perusahaan merchandising adalah sebuah lembaga yang bergerak dibidang pembuatan merchandise atau cinderamata sebagai salah satu media promosi bagi perusahaan atau lembaga lain yang akan mempromosikan produknya. Adapun perusahaan merchandising pada prinsipnya merupakan perpaduan dari tiga bidang kegiatan, yaitu bidang redaksional, Keuangan dan bidang pemasaran. Ketiga bidang itu dalam melaksanakan kegiatannya, harus saling terkait dan terikat pada penyelesaian pekerjaan masing-masing sesuai dengan aturan yang sudah ditentukan. Seorang pengusaha atau investor jika ingin menanamkan modalnya untuk usaha merchandising, harus bisa memilih atau paling tidak membaca kemampuan orang-orang yang akan menangani perusahaannya tersebut.

Sampai sekarang belum ada satu bentuk organisasi perusahaan merchandising yang sudah baku. Masing-masing perusahaan menyusun organisasi tata kerjanya, berdasarkan keadaan serta misi yang mereka miliki.