

IMPLEMENTASI EKONOMI MANAJERIAL PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR

Amalia Rosyada¹, Muchammad Al Fatih², Nico Eduard Dhani Sutanto³,
Suriyanti⁴, Gebby Ritta Antika⁵

^{1,2,3,4&5}Universitas Pelita Bangsa

amaliarosya24@mhs.pelitabangsa.ac.id, muchammadalfatih123@gmail.com,
nicosutanto.ns@gmail.com, suriyanti308@gmail.com, gebbyrita01@gmail.com.

Diterima : 30 Juni 2024

Disetujui : 01 Juli 2024

Dipublikasikan : 04 Juli 2024

Abstrak

Ekonomi manajerial yaitu ilmu dan seni yang menggabungkan teori ekonomi dan teknik pengambilan keputusan. Ilmu ini bermanfaat agar sebuah organisasi dapat mencapai tujuannya secara efektif dan efisien. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana PT Unilever Indonesia dapat mengelola ekonomi manajerial agar kelak sebuah perusahaan tersebut dapat diatasi dengan baik. Manfaat penelitian ini adalah untuk mendapatkan pengetahuan dan informasi sebagaimana sangat berguna bagi seorang manager untuk tau cara mengelola dan mengurangi resiko terhadap perusahaan yang akan diteliti. Dalam penelitian ini PT Unilever Indonesia dapat mengelola ekonomi manajerial dengan melakukan identifikasi resiko-resiko dari semua bidang, kemudian mengukur tingkat resiko tersebut serta membuat strategi untuk mencegah resiko-resiko yang akan terjadi dimasa mendatang.

Kata kunci: Ekonomi; Manajemen; Manufaktur

Abstract

Managerial economics is a science and art that combines economic theory and decision-making techniques. This knowledge is useful so that an organization can achieve its goals effectively and efficiently. The aim of the research is to find out how PT Unilever Indonesia can manage the managerial economy so that in the future the company can be managed well. The benefit of this research is to gain knowledge and information which is very useful for a manager to know how to manage and reduce risks for the company to be studied. In this research, PT Unilever Indonesia can manage the managerial economy by identifying risks from all areas, then measuring the level of risk and creating strategies to prevent risks that will occur in the future.

Keywords : *Economy; Management; Manufacture*

1. Pendahuluan

Ekonomi manajerial merupakan ilmu dan seni yang menggabungkan teori ekonomi dan teknik pengambilan keputusan. Ilmu ini bermanfaat agar sebuah organisasi dapat mencapai tujuannya secara efektif dan efisien. Wawasan tentang hal ini juga dapat menjadi strategi yang bagus dalam menjalankan bisnis agar perusahaan dapat mengatur dan mengelola sumber daya yang terbatas tetapi mendapatkan tujuan yang ingin dicapai. Sebuah perusahaan sangat penting untuk menerapkan berbagai ilmu-ilmu yang dianggap penting, untuk keberlangsungan dari perusahaan tersebut dengan tidak mengesampingkan hambatan-hambatan, dan masalah-masalah yang akan ditemui dalam proses nanti nya, dalam hal ini juga Perusahaan diharapkan dapat mengambil tindakan-tindakan dalam mengatasi masalah-masalah, ataupun hambatan-hambatan tersebut, sehingga suatu Perusahaan dapat mengambil Keputusan yang tepat untuk perusahaan tersebut, demi keberlangsungan dari perusahaan tersebut, untuk itulah disini dapat

kita lihat bahwa sangat pentingnya menerapkan ilmu ekonomi manajerial dalam sebuah Perusahaan.

Permasalahan manajerial dalam suatu organisasi timbul karena ada keterbatasan atau kendala yang dihadapi organisasi dalam mencapai tujuannya. Masalah manajerial yang demikian dihadapi oleh semua organisasi, baik organisasi berorientasi laba (seperti perusahaan) maupun organisasi nirlaba (seperti rumah sakit, yayasan, universitas, dan lembaga pemerintah).

Ada banyak keterbatasan yang dihadapi oleh sebuah organisasi dalam mencapai tujuannya, mulai dari keterbatasan material maupun non material. Keterbatasan material antara lain mencakup keterbatasan dalam modal yang dimiliki, jumlah faktor produksi penting yang dapat diperoleh, luas lahan pabrik, atau tingkat teknologi produksi yang digunakan. Sedangkan keterbatasan non material antara lain meliputi keterbatasan skill/ketrampilan dan motivasi pekerja, pengalaman dan orientasi pengambil keputusan, budaya organisasi, atau peraturan pemerintah.

Untuk menggambarkan masalah keterbatasan ini dapat dilihat dari contoh sebuah perusahaan yang mencoba memperluas pasar bagi produknya. Perusahaan tersebut mungkin menghadapi keterbatasan modal atau jumlah input yang dapat diperoleh untuk meningkatkan produksi guna memenuhi kebutuhan pasar yang lebih luas. Perusahaan mungkin juga menghadapi kendala terbatasnya jumlah tenaga penjual yang dimiliki saat ini, sehingga upaya perluasan pasar harus diikuti dengan penambahan tenaga penjual yang baru. Sebuah universitas yang mencoba meningkatkan penerimaan jumlah mahasiswa baru mungkin menghadapi kendala keterbatasan jumlah ruang kuliah, jumlah dosen, dan fasilitas belajar mengajar yang lain yang tidak memungkinkan pihak universitas untuk menampung jumlah mahasiswa yang lebih banyak.

Keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki organisasi dengan demikian dapat menjadi kendala dalam mencapai tujuan yang ditetapkan secara maksimal. Guna mengatasi hal ini, pihak berwenang dalam organisasi akan berupaya untuk menggunakan sumber daya yang dimiliki dengan sebaik-baiknya, seefisien dan seefektif mungkin sehingga tujuan dapat tercapai secara maksimal. Dengan kata lain, tiap organisasi menghadapi masalah pengambilan keputusan yang terkait dengan upaya mengalokasikan sumber dayanya yang terbatas untuk mencapai tujuan secara maksimal. Apabila tidak ada kendala keterbatasan sumber daya yang dimiliki, tujuan yang ditetapkan pasti akan dapat dicapai dengan relatif mudah. Yang menjadi masalah adalah bagaimana keputusan mengalokasikan sumber daya yang terbatas untuk mencapai tujuan secara maksimal tersebut dilakukan. Juga, alat atau metode apa yang dapat digunakan untuk membantu membuat keputusan tersebut dengan sebaik-baiknya.

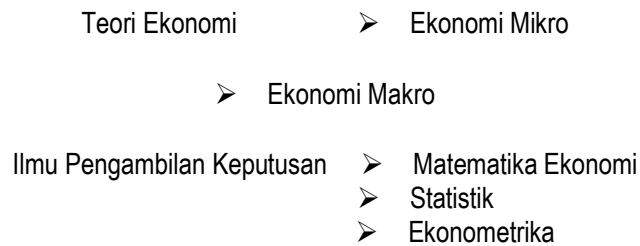
Terdapat berbagai alat, metode, dan pendekatan yang dapat diterapkan dalam pembuatan keputusan manajerial seperti tersebut di atas. Teori ekonomi (ekonomi makro dan ekonomi mikro) dan alat-alat dalam ilmu pengambilan keputusan dapat digunakan untuk membantu para manager pengambil keputusan di dalam organisasi agar dapat mencapai tujuan yang ditetapkan secara maksimum sesuai dengan keterbatasan sumber daya yang dimiliki yang disebut sebagai pengambilan keputusan secara optimal.

Optimisasi menjadi tujuan akhir dari ekonomi manajerial. Artinya, setiap permasalahan dalam organisasi harus diupayakan solusi yang maksimal atau minimal berdasarkan keterbatasan sumber daya yang dimiliki. Solusi maksimal berkaitan dengan keputusan seperti peningkatan pendapatan atau penjualan, yaitu bagaimana pendapatan atau penjualan dapat dimaksimalkan dengan menggunakan tenaga penjual yang ada. Solusi minimal terkait misalnya dengan biaya produksi atau risiko. Pengambil keputusan akan berupaya untuk meminimalkan biaya produksi untuk mencapai tingkat produksi tertentu. Mereka juga akan mencari cara untuk meminimalkan risiko dari investasi yang dilakukan untuk mendapatkan hasil investasi tertentu. Dari sini dapat dikatakan bahwa optimisasi dapat diartikan dalam dua hal, yaitu memaksimalkan sesuatu dengan keterbatasan yang dimiliki atau meminimalkan sesuatu untuk mencapai tingkat hasil tertentu.

Pengertian ekonomi manajerial seperti yang telah dijelaskan di atas akan lebih mudah dipahami dengan diagram seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 1.1. Selain menggambarkan hakekat ekonomi manajerial, diagram tersebut juga menunjukkan proses pengambilan keputusan yang umum terjadi di setiap organisasi. Pengambilan sebuah keputusan selalu dimulai dari adanya permasalahan manajerial yang diidentifikasi dan berakhir pada ditetapkannya solusi yang menjawab permasalahan yang diidentifikasi tersebut. Yang membedakan proses ini di antara

organisasi yang satu dengan lainnya adalah perbedaan kendala dan tujuan masing-masing organisasi. Tentang tahap-tahap dalam proses pengambilan akan dibahas pada bagian tersendiri.

Masalah pengambilan keputusan manajerial



Ekonomi Manajerial

Solusi Optimal

Ekonomi Manajerial dan Kaitannya dengan Ilmu Lain

1. Keterkaitan Ekonomi Manajerial dengan Teori Ekonomi

Teori ekonomi terdiri dari ekonomi makro dan ekonomi mikro (microeconomics). Ekonomi makro mempelajari tentang output, konsumsi, investasi, tenaga kerja, dan harga secara keseluruhan (agregat) dalam sebuah perekonomian. Ekonomi makro membantu memberi pemahaman kepada pengambil keputusan atas kondisi ekonomi makro di luar organisasi dan dampaknya pada keputusan organisasi. Indikator kondisi ekonomi makro seperti tingkat inflasi, tingkat pengangguran, tingkat bunga, dan tingkat permintaan agregat dapat membantu pengambilan keputusan manajerial yang tepat.

Ekonomi mikro mempelajari tentang perilaku pelaku ekonomi sebagai pengambil keputusan secara individual. Pelaku ekonomi yang dimaksud adalah konsumen dan produsen. Ekonomi mikro membantu pengambil keputusan dalam memahami perilaku konsumen sehingga dapat diambil langkah yang tepat dalam pembuatan keputusan menciptakan produk baru.

Bagi ekonomi manajerial, teori ekonomi memberikan landasan teori untuk melakukan peramalan (estimasi) dan memberikan penjelasan atas perilaku para pelaku ekonomi dengan menggunakan model. Model merupakan penyederhanaan suatu kondisi nyata yang di dalamnya terdapat variabel-variabel yang menentukan dan yang menunjukkan saling keterkaitan antar variabel tersebut. Misal, sebuah model teori produksi menunjukkan keterkaitan antara variabel input dan output. Saling keterkaitannya terlihat dari banyaknya output yang dihasilkan ditentukan oleh banyaknya input yang digunakan, sehingga dari sejumlah input tertentu yang digunakan dapat diperkirakan banyaknya output yang dapat dihasilkan.

2. Keterkaitan Ekonomi Manajerial Dengan Ilmu Pengambilan Keputusan

Ilmu pengambilan keputusan menyediakan berbagai macam alat yang disediakan oleh matematika ekonomi, statistik, dan ekonometrika yang sangat berguna dalam penyusunan model serta estimasi keputusan dalam upaya mencapai tujuan dengan cara yang paling efisien. Matematika ekonomi membantu pengambil keputusan untuk menterjemahkan permasalahan manajerial dalam bentuk yang lebih sistematis dan sederhana, yaitu dalam bentuk persamaan matematika. Sebagai contoh, sebuah perusahaan menghadapi masalah yang terkait dengan keputusan untuk meningkatkan produksi. Dengan mengacu pada teori ekonomi yang menyatakan bahwa tingkat produksi ditentukan oleh banyaknya input-input yang digunakan, maka permasalahan ini dapat dinyatakan dalam sebuah model matematika.

3. Keterkaitan Ekonomi Manajerial Dengan Ilmu Administrasi Bisnis

Ilmu administrasi bisnis menyediakan analisis lingkungan bisnis dimana perusahaan beroperasi melalui berbagai area fungsional dari ilmu ini, seperti Akuntansi, Keuangan, Operasi, Pemasaran, dan Sumber Daya Manusia. Masing-masing area fungsional tersebut memberikan landasan konsep bagaimana pengambilan keputusan sesuai fungsi dilakukan. Misal, Keuangan memberikan landasan bagaimana arus kas dan modal harus dikelola sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan memaksimalkan keuntungan. Konsep-konsep dalam Sumber Daya Manusia memberikan landasan bagaimana tenaga kerja dikelola sehingga kemampuan, ketrampilan, dan motivasi kerjanya dapat mendukung upaya perusahaan dalam meningkatkan penjualan.

Dari penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa ekonomi manajerial mengintegrasikan banyak ilmu lain (teori ekonomi, ilmu pengambilan keputusan, dan ilmu administrasi bisnis) untuk membantu organisasi dalam upaya mencapai tujuannya dengan cara paling efisien.

2. Metode

Metode penelitian memberikan panduan berpikir dalam penelitian, sehingga penelitian berjalan efektif dan sistematis. Metode penelitian digunakan untuk memandu peneliti tentang urutan-urutan bagaimana penelitian dilakukan, sehingga peneliti dapat memperoleh data yang dikehendaki sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tinjauan literatur kualitatif. Penelitian kualitatif adalah pendekatan interpretatif dan naturalistik yang didasarkan pada pengamatan dan interpretasi persepsi masyarakat terhadap peristiwa yang berbeda dalam. Literature Review adalah metode penelitian yang melibatkan studi menyeluruh terhadap berbagai referensi seperti jurnal, buku, dan publikasi lain yang berkaitan dengan topik penelitian. Tujuan dari metode ini adalah untuk menghasilkan tulisan yang membahas topik atau isu tertentu dengan cara membaca dan menganalisis referensi yang ada. Dalam jurnal ini, peneliti membahas topik mengenai Perencanaan dan Pengembangan Bisnis pada PT. Unilever Indonesia, Tbk sehingga pendekatan penelitian yang digunakan akan membantu memberikan gambaran mengenai informasi informasi yang terdapat pada PT. Unilever Indonesia, Tbk dan membantu menganalisis Perencanaan dan Pengembangan Bisnis PT. Unilever Indonesia, Tbk.

3. Hasil dan Pembahasan

Pembuatan keputusan merupakan salah satu tugas penting seorang manajer perusahaan. Dalam banyak kasus, manajer membuat keputusan dengan berdasar pada intuisi, insting, atau hal umum yang dianggap benar (common sense) dan sedikit menggunakan teknik-teknik baku.

Pada bagian ini, peneliti akan mengungkap mengenai bagaimana penerapan ilmu ekonomi manajerial dalam pengambilan keputusan pada PT Unilever Indonesia. yaitu tentang cara manajer menghadapi tantangan dan memberi solusi atas tantangan yang dihadapi.

Implementasi ilmu ekonomi manajerial pada PT Unilever Indonesia

Unilever merupakan sebuah perusahaan yang memproduksi barang-barang kebutuhan pribadi dan rumah tangga selama puluhan tahun. Berawal dari dua perusahaan kecil di Inggris dan Belanda yang kemudian bergabung menjadi satu, saat ini Unilever dikenal sebagai sebuah perusahaan multinasional yang beroperasi di seluruh dunia. Multinasional Corporation (MNC) atau perusahaan multinasional merupakan hal yang lazim didengar di era globalisasi ini.

1. Sengketa Merek Pasta Gigi “Strong” antara Unilever melawan Orang Tua Group

Sengketa tersebut bermula pada tanggal 29 Mei 2020, Hardwood Private Limited yang merupakan perusahaan yang berasal dari Singapura yang sekaligus merupakan induk dari Perusahaan Orang Tua Group di Indonesia melayangkan gugatan sengketa merek kepada PT. Unilever Indonesia, Tbk atas penggunaan merek “Strong” pada produk pasta gigi miliknya yang

telah terdaftar pada kelas 3 di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM RI sejak tahun 2008 dengan nomor pendaftaran IDM000258478.

Unilever Indonesia, Tbk diduga telah melakukan pelanggaran Merek terhadap Hardwood Private Limited karena menggunakan merek "Strong" pada produknya sejak tahun 2019 dengan cara mempromosikan, memproduksi maupun memasarkan produk pasta gigi sejenis dengan memakai merek "Strong" dalam produknya "Pepsodent Strong 12 Jam" yang pada saat itu masih dalam proses permohonan atau pemeriksaan di Direktorat Merek pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual namun fokus dari gugatan ini adalah gugatan ganti rugi atas pelanggaran merek yang dilakukan secara spesifik oleh PT. Unilever Indonesia, Tbk. yang dalam hal ini mempromosikan, memproduksi, memperjualbelikan produk pasta gigi sejenis dengan menggunakan merek "Strong" pada produknya yaitu "Pepsodent Strong 12 Jam" dalam wilayah Negara Indonesia (Salsabila dan Rahaditya, 2021:3034).

Unilever Indonesia, Tbk pada tanggal 15 Juli 2020 telah mengajukan jawaban dari gugatan tersebut bahwa Tergugat telah mengajukan permohonan pendaftaran merek "PEPSODENT" di Direktorat Merek dan Indikasi Geografis yang diproduksi oleh Tergugat yang menggunakan Merek "PEPSODENT STRONG 12 JAM", yang merupakan salah satu varian dari Produk "PEPSODENT" milik Tergugat dalam kelas 3 dengan nomor agenda DID2019056670 pada 25 September 2019.

Selain itu, Tergugat sangat berkeberatan terhadap dalil Penggugat yang mengemukakan bahwa merek yang digunakan pada Produk "PEPSODENT" Tergugat adalah sama dengan merek "STRONG" mengingat tidak terdapat kesan kemiripan dari segi bentuk dan kombinasi unsur, konsep, cara penempatan dan susunan unsur pembentuk merek,

Tidak berhenti begitu saja, PT. Unilever Indonesia, Tbk mengajukan permohonan kasasi kepada Mahkamah Agung pada tanggal 30 November 2020. Dalam perkara tersebut telah diputus dengan amar putusan yaitu mengabulkan permohonan kasasi PT. Unilever Indonesia Tbk berdasarkan Putusan Nomor 332 K/Pdt.Sus-HKI/2021 dan membatalkan Putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 30/Pdt.SusMerek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst.

Selanjutnya, Tergugat menempuh upaya hukum luar biasa yakni dengan mengajukan permohonan Peninjauan Kembali, dan dalam perkara tersebut telah diputus dan diadili dengan amar putusan yaitu menolak permohonan Peninjauan Kembali dari Pemohon Peninjauan Kembali milik Hardwood Private Limited yang merupakan induk dari Perusahaan Orang Tua Group di Indonesia berdasarkan Putusan Nomor 22 PK/Pdt.Sus-HKI/2022. Sehingga dengan adanya putusan Peninjauan Kembali tersebut PT. Unilever Indonesia, Tbk berhak menggunakan merek "Strong" dalam setiap produknya.

2. Keputusan Manajer dalam Rekrutmen Karyawan

Dalam rangka mencapai keberhasilan dan pertumbuhan perusahaan, perencanaan SDM yang efektif sangat penting bagi PT Unilever Indonesia untuk memastikan bahwa mereka memiliki tenaga kerja yang berkualitas, terampil, dan siap menghadapi tantangan masa depan. Proses perencanaan SDM (Sumber Daya Manusia) pada PT Unilever Indonesia melibatkan perencanaan strategi yang berfokus pada pengelolaan tenaga kerja dengan mempertimbangkan perkembangan teknologi, digitalisasi, dan transformasi sosial yang terjadi dan pengembangan sumber daya manusia perusahaan. Proses perencanaan SDM (Sumber Daya Manusia) pada PT Unilever Indonesia di era Society 5.0 melibatkan :

1. Analisis Kebutuhan : PT Unilever Indonesia akan melakukan analisis mendalam terhadap kebutuhan SDM yang dibutuhkan dalam konteks Society 5.0. Hal ini melibatkan identifikasi perubahan teknologi dan tren sosial yang akan mempengaruhi kebutuhan tenaga kerja di masa depan.

2. Penentuan Kompetensi : Berdasarkan analisis kebutuhan, PT Unilever Indonesia akan menentukan kompetensi yang diperlukan dari para karyawan untuk menghadapi tantangan di era Society 5.0. Ini melibatkan penilaian terhadap keterampilan teknis dan non-teknis yang relevan.

3. Pemilihan dan Pengembangan Karyawan : PT Unilever Indonesia akan menggunakan proses seleksi yang cermat untuk memilih calon karyawan yang memiliki potensi untuk

mengembangkan kompetensi yang dibutuhkan. Perusahaan Unilever memiliki program internal yang disebut Program Latihan Kerja atau LATKER. Tujuan dari program ini adalah untuk mencapai keseimbangan dalam distribusi sumber daya manusia. Program latihan kerja ini terdiri dari dua tahap pelaksanaan. Tahap pertama, PT. Unilever Indonesia akan menggunakan proses seleksi yang cermat untuk memilih calon karyawan yang memiliki potensi untuk mengembangkan kompetensi yang dibutuhkan dan menempatkan calon karyawan di tempat kerja sebenarnya, di mana mereka akan dilatih mengenai tugas-tugas yang benar dan didampingi oleh pembimbing yang berpengalaman. Tahap kedua melibatkan ceramah atau sesi yang mirip dengan kuliah, yang membahas berbagai aspek berkaitan dengan berkarir di Unilever. Secara keseluruhan, pendekatan MSDM (Manajemen Sumber Daya Manusia) perusahaan Unilever dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu pengadaan (termasuk rekrutmen dan orientasi tenaga kerja), penggunaan (sinkronisasi antara kemampuan sumber daya manusia dengan tugas yang mereka tangani), dan pemeliharaan (menciptakan lingkungan kerja yang nyaman di Unilever). Selain itu, perusahaan juga akan memberikan pelatihan dan pengembangan kontinu kepada karyawan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menghadapi perubahan era Society 5.0. Perusahaan Unilever memberikan pelatihan kerja kepada karyawan mereka di era society ini dengan tujuan mengembangkan kecerdasan dan keterampilan mereka, serta memperhatikan aspek emosional dalam bekerja. Perusahaan sangat memperhatikan kualitas tenaga kerja mereka. Pelatihan ini juga memiliki tingkatan yang berbeda. Tingkatan pertama adalah manajer muda, di mana pelatihan tersebut bertujuan untuk meningkatkan kinerja karyawan dan mendorong mereka keluar dari zona nyaman. Tingkatan kedua adalah manajer senior, di mana tujuan pelatihan ini adalah memotivasi, mengenali diri sendiri, memahami kepribadian, dan memberikan pembelajaran dan pembinaan sesuai dengan kebutuhan karyawan. PT. Unilever memberikan kompensasi kepada eksekutif berupa mobil dengan sopir, pembayaran pensiun, asuransi jiwa, dan manfaat lainnya.

4. Perencanaan Karir : PT Unilever Indonesia akan merancang jalur karir yang jelas dan fleksibel bagi karyawan untuk memotivasi dan mempertahankan mereka. Perusahaan ini memiliki bukti nyata dalam mendorong kinerja karyawan melalui program pengembangan yang membantu memahami kebutuhan karyawan dan mendorong retensi karyawan. Perusahaan juga akan mempertimbangkan pengembangan karir non- tradisional, seperti pengembangan keterampilan lintas disiplin dan mobilitas lintas departemen.

5. Manajemen Kinerja : PT Unilever Indonesia akan menggunakan sistem manajemen kinerja yang memadai untuk mengukur dan mengelola kinerja karyawan. Yang dikenal sebagai "Man of the Month" dan dilakukan setiap bulan. Dalam pelatihan ini, terdapat beberapa kriteria penilaian, termasuk kualitas kerja, keterampilan, dan kehadiran. Di PT. Unilever Indonesia juga terdapat perencanaan dan pengembangan karir karyawan dengan tujuan mengembangkan SDM yang handal dan berkualitas, menciptakan lingkungan kerja yang nyaman, menargetkan pertumbuhan bisnis di Indonesia, serta memberikan kesempatan bagi karyawan untuk memperoleh posisi yang lebih baik. Hal tersebut melibatkan penetapan sasaran yang relevan dengan tujuan perusahaan dan memberikan umpan balik yang konstruktif untuk meningkatkan kinerja individu secara bersama-sama.

6. Pengelolaan Perubahan : PT Unilever Indonesia akan memastikan karyawan siap menghadapi perubahan dengan mengkomunikasikan dan mengedukasi mereka tentang Society 5.0 serta mengikutsertakan mereka dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan terkait perubahan organisasi.

4. Penutup

Secara keseluruhan, perencanaan dan pengembangan bisnis yang dilakukan PT Unilever Indonesia Tbk menunjukkan komitmen yang kuat untuk mencapai tujuan strategis perusahaan. Dengan memperhatikan aspek-aspek seperti analisis lingkungan bisnis, perencanaan pemasaran, perencanaan sumber daya manusia, pengembangan teknologi dan etika bisnis. Perusahaan mampu menjaga daya saingnya di pasar yang kompetitif. Selain itu kepatuhan terhadap etika bisnis yang tinggi juga menjadi landasan penting dalam seluruh kegiatan

operasional, menegaskan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan keberlanjutan.

Untuk menjaga pertumbuhan yang berkelanjutan, PT Unilever Indonesia Tbk perlu terus memperkuat strategi perencanaan dan pengembangan bisnisnya dengan fokus pada inovasi produk/pemasaran yang efektif pengembangan sumber daya manusia dan pemanfaatan teknologi. Selain itu, perusahaan juga dapat lebih mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan ke dalam seluruh operasionalnya sebagai langkah proaktif dalam menjawab tantangan lingkungan dan sosial yang semakin kompleks. Dengan pendekatan yang komprehensif dan signifikan PT Unilever Indonesia Tbk dapat terus memperkuat posisinya sebagai pemimpin industri FMCG di Indonesia dan mencapai tujuan bisnisnya yang sukses.

Daftar Pustaka

- Dr. Adnyana I Made, S.E., M.M. (2021). *Ekonomi Manajemen*. ISBN : 978-6237-376-86-6
- Buku Ajar *Ekonomi Manajerial*. (2018). oleh Usep Sudrajat dan Suwaji,
- Buku *Ekonomi Manajerial*. (2022). oleh Fachrurazi dan teman-teman,
- Agustini, Maria Y.D. Hayu. (2018). *EKONOMI MANAJERIAL PEMBUATAN KEPUTUSAN BERDASAR TEORI EKONOMI*. ISBN : 978-602-6865-60-1
- Padilah, Siti. (2023). *PT Unilever Indonesia : Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia di Era Society 5.0 Studi Kasus pengembangan SDM*.
- Agustini, Maria Y.D Hayu. (2018). *Ekonomi Manajerial: Pembuatan Keputusan Berdasar Teori Ekonomi*. Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata.
- Adnyana, I Made. (2020). *Bahan Kuliah Pasca Sarjana Magister Manajemen "Managerial Economics"*. Jakarta: Universitas Nasional.
- Gaspersz, Vincent. (2008). *Ekonomi Manajerial Pembuatan Keputusan Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Boediono, 1982. *Ekonomi Mikro, Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No 1, Edisi Kedua*, Yogyakarta: BPFE.
- Lipsey, Richard G., 1988. *Pengantar Mikro Ekonomi*, terjemahan Jaka Wasana dkk, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Irawan, N. C. (2023). *Kewirausahaan Era Society 5.0. Kewirausahaan Era Societ5.0*, 185-201.
- Salvatore, Dominick. (2016). *Ekonomi Manajerial dalam Perekonomian Global. Buku 1 Edisi Kelima*. Jakarta: Salemba Empat.
- Noor, Henri Faizal. (2008). *Ekonomi Manjerial*. Jakarta : Raja Grafindo Perasada.
- Hirschey, M., & Bentzen, E. (2016). *Managerial Economics (14 ed.)*. Cengage Learning EMEA.
- Samuelson, Paul A., 1993. *Mikro Ekonomi, Edisi Keempat belas*, terjemahan Haris Munandar dkk., Jakarta: penerbit Erlangga.
- Tutorials Point, 2015. *Managerial Economics*, Tutorials Point, Simply Easy Learning. www.tutorialspoint.com