



Pengantar

BISNIS



Penulis:

Amalia Mustika, Ellisyah Mindari, Budi Rustandi Kartawinata,
Meida Rachmawati, Elida Mahriani, Krisnawati Setyaningrum Nugraheni,
Khaerana, Walmi Sholihat, Hery Yanto The, Ajeng Septiana Wulansari,
Syahputra, Riris Ambarwati, Agus Suyatno, Galih Wicaksono

Pengantar **BISNIS**

Penulis:

Amalia Mustika, Ellisyah Mindari, Budi Rustandi Kartawinata,
Meida Rachmawati, Elida Mahriani, Krisnawati Setyaningrum Nugraheni,
Khaerana, Walmi Sholihat, Hery Yanto The, Ajeng Septiana Wulansari,
Syahputra, Riris Ambarwati, Agus Suyatno, Galih Wicaksono



PENGANTAR BISNIS

Amalia Mustika, Ellisyah Mindari, Budi Rustandi, Kartawinata, Meida Rachmawati,
Elida Mahriani, Krisnawati Setyaningrum Nugraheni, Khaerana Walmi Sholihat, Hery Yanto The,
Ajeng Septiana Wulansari, Syahputra, Riris Ambarwati, Galih Wicaksono, Agus Suyatno.

Desain Cover:

Ridwan

Tata Letak:

Aji Abdullatif R

Proofreader:

Via Silvira F

ISBN:

978-623-6608-27-2

Cetakan Pertama:

Agustus, 2020

Hak Cipta 2020, Pada Penulis

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

Copyright © 2020

by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung

All Right Reserved

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI Cabang Jawa Barat
No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

Email: admin@penerbitwidina.com

KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain mengucapkan rasa syukur. Karena berkat rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa, buku yang berjudul “Pengantar Bisnis” telah selesai di susun dan berhasil diterbitkan, semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan penambah wawasannya bagi siapa saja yang memiliki minat terhadap pembahasan tentang bisnis

Akan tetapi pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sebagaimana pepatah menyebutkan *“Tiada gading yang tidak retak”* dan sejatinya kesempurnaan hanyalah milik tuhan semata. Maka dari itu, kami dengan senang hati secara terbuka untuk menerima berbagai kritik dan saran dari para pembaca sekalian, hal tersebut tentu sangat diperlukan sebagai bagian dari upaya kami untuk terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan karya selanjutnya di masa yang akan datang.

Terakhir, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan turut andil dalam seluruh rangkaian proses penyusunan dan penerbitan buku ini, sehingga buku ini bisa hadir di hadapan sidang pembaca. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ilmu pengetahuan di Indonesia.

Agustus, 2020

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
BAB 1 SISTEM DAN LINGKUNGAN BISNIS.....	1
A. Pendahuluan.....	1
B. Definisi Bisnis.....	2
C. Sistem Bisnis	4
D. Lingkungan Bisnis	5
E. Rangkuman Materi	11
F. Tugas dan Evaluasi.....	
BAB 2 KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN DAN KEPEMILIKAN BISNIS.....	17
A. Pendahuluan.....	17
B. Konsep Dasar Kewirausahaan	17
C. Kepemilikan Bisnis	22
D. Rangkuman Materi	33
E. Tugas dan Evaluasi.....	
BAB 3 GLOBALISASI.....	35
A. Pendahuluan	35
B. Bisnis dan Globalisasi.....	35
C. Lingkungan Bisnis Internasional	36
D. Perdagangan dan Investasi Global	45
E. Pengelolaan Bisnis Internasional	50
F. Rangkuman Materi	52
G. Tugas dan Evaluasi.....	52
BAB 4 ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DALAM BISNIS	55
A. Etika Bisnis: Batasan dan Prinsip-Prinsipnya.	55
B. Tanggung Jawab Sosial Korporasi.....	66
BAB 5 PENGELOLAAN BISNIS	77
A. Pendahuluan.....	77
B. Mengelola Sumber Daya Manusia (SDM).....	78
C. Mengelola Keuangan	80
D. Rangkuman Materi	89
E. Tugas dan Evaluasi.....	89

BAB 6 PENGORGANISASIAN BISNIS.....	93
A. Pendahuluan	93
B. Tujuan dan Jenis Struktur Organisasi	94
C. Sentralisasi dan Desentralisasi	96
D. Penyusunan Struktur Organisasi	99
E. Identifikasi Struktur Organisasi	101
F. Rangkuman Materi	104
G. Tugas dan Evaluasi.....	104
BAB 7 MANAJEMEN SDM DAN HUBUNGAN KERJA.....	107
A. Pendahuluan.....	107
B. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)	108
C. Fungsi Operasional Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)	109
D. Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia	111
E. Tantangan SDM dalam Menghadapi Perubahan Lingkungan Bisnis di Era Revolusi Industri 4.0	114
F. Peningkatan Daya Saing Sumber Daya Manusia dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0	117
G. Hubungan Kerja	119
H. Rangkuman Materi	123
I. Tugas dan Evaluasi.....	123
BAB 8 MOTIVASI DAN KEPEMIMPINAN	127
A. Pengertian Motivasi.....	127
B. Jenis Motivasi	128
C. Teori Motivasi	129
D. Motivasi dalam Organisasi.....	132
E. Kepemimpinan.....	134
F. Beberapa Teori Kepemimpinan	136
G. Gaya Kepemimpinan	138
H. Rangkuman Materi	140
I. Tugas dan Evaluasi.....	140
BAB 9 PEMASARAN DAN PERILAKU KONSUMEN.....	143
A. Pendahuluan.....	143
B. Kelangkaan, Nilai Komoditas, dan Pemasaran	144
C. Pemasaran dalam Kehidupan Sehari-hari	147
D. Budaya dan Pemasaran	149

E. Kepuasan Konsumen	152
F. Pemasaran Elektronik.....	154
G. Segmentasi, Penargetan dan Penentuan Posisi	155
H. Rangkuman Materi	157
I. Tugas dan Evaluasi.....	157
BAB 10 KEBIJAKAN PRODUK DAN HARGA	161
A. Pendahuluan.....	161
B. Definisi Produk	162
C. Klasifikasi Produk dan Layanan.....	163
D. Atribut Produk	170
E. Mengembangkan Ide Produk di Era Digital 4.0	172
F. Kebijakan Harga	175
G. Rangkuman Materi	178
H. Tugas dan Evaluasi.....	178
BAB 11 KEBIJAKAN PROMOSI DAN DISTRIBUSI	181
A. Pendahuluan.....	181
B. Kebijakan Promosi	182
C. <i>Promotion Mix</i>	186
D. Strategi Manajemen Distribusi	189
E. Strategi Saluran Distribusi	193
F. Tugas dan Evaluasi.....	193
BAB 12 KONSEP DASAR DALAM MANAJEMEN PRODUKSI	203
A. Perkembangan Manajemen Produksi	203
B. Pengertian Manajemen Produksi	204
C. Manajemen Produksi Menurut Para Ahli	206
D. Proses Produksi	206
E. Fungsi Manajemen Produksi	208
F. Ruang Lingkup Manajemen Produksi	209
G. Aspek-aspek Manajemen Produksi	212
H. Pengambilan Keputusan dalam Manajemen Produksi.....	212
I. Lokasi dan <i>Layout</i> Pabrik	215
J. Tugas dan Evaluasi.....	215
BAB 13 SISTEM INFORMASI DAN TEKNOLOGI INFORMASI.....	219
A. Pendahuluan.....	219
B. Pengertian Sistem Informasi	220

C. Manfaat Sistem Informasi	220
D. Manfaat Sistem Informasi Bagi Perusahaan.....	221
E. Bentuk-bentuk Sistem Informasi	222
F. Fungsi Sistem Informasi.....	223
G. Tujuan Sistem Informasi	226
H. Teknologi Komunikasi.....	227
I. Manfaat Teknologi Komunikasi	229
J. Hubungan Teknologi Komunikasi dan Budaya	232
K. Rangkuman Materi	233
L. Tugas dan Evaluasi.....	233
BAB 14 KONSEP DASAR MANAJEMEN KEUANGAN DAN RISIKO	235
A. Pendahuluan.....	235
B. Pengertian Manajemen Keuangan	236
C. Tujuan Manajemen Keuangan.....	238
D. Fungsi Manajemen Keuangan	238
E. Peran Manajer Keuangan	239
F. Bentuk Organisasi Bisnis.....	240
G. Fungsi Keuangan Manajerial	242
H. Masalah Keagenan.....	243
I. Pengertian Risiko	245
J. Pengertian Manajemen Risiko.....	245
K. Tujuan Manajemen Risiko	246
M. Manfaat Manajemen Risiko	247
N. Jenis-jenis Manajemen Risiko.....	247
O. Komponen Manajemen Risiko.....	248
P. Rangkuman Materi	251
Q. Tugas dan Evaluasi.....	251
PROFIL PENULIS	254
GLOSARIUM	266



BAB 1

SISTEM DAN LINGKUNGAN BISNIS

Amalia Mustika, S.E., M.M., MBA
Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

A. Pendahuluan

Sekarang ini, dunia bisnis mengalami perkembangan dengan pesat, karena banyak bisnis yang sejenis dan didirikan semakin kompetitif, oleh karena itu perusahaan harus lebih inovatif dan kreatif dalam melakukan bisnisnya agar kelangsungan hidup perusahaan tersebut dapat bertahan dan malah semakin maju dan mendapatkan laba semaksimal mungkin.

Bisnis dilakukan untuk melayani kebutuhan pelanggan melalui pemiliknya untuk mendapatkan keuntungan. Orang yang menciptakan dan melakukan bisnis pasti melihat adanya kesempatan untuk menghasilkan produk dan mendapatkan keuntungan di masa mendatang. Bisnis akan mendapatkan keuntungan bila dapat menghasilkan dan memasarkan produk kepada pelanggan. (Ariani, Dorothea Wahyu)

(Griffin dan Ebert 2007), semua organisasi itu disebut bisnis atau perusahaan/organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud mendapatkan laba. Tentu saja prospek mendapatkan laba atau selisih antara penerimaan dengan biaya-biaya bisnis merupakan pendorong orang-orang untuk memulai dan mengembangkan bisnis. Laba merupakan imbalan yang didapatkan pemilik bisnis dari risiko yang diambil



BAB 2

KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN DAN KEPEMILIKAN BISNIS

Ellisyah Mindari, S.E., M.Si
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Rahmadiyah

A. Pendahuluan

Setelah mempelajari materi bab ini, mahasiswa diharapkan memiliki kompetensi atau kemampuan memahami konsep dasar kewirausahaan dan kepemilikan bisnis. Konsep dasar kewirausahaan akan menjelaskan secara singkat pengertian kewirausahaan, ciri-ciri umum kewirausahaan, karakteristik kewirausahaan, prinsip-prinsip berwirausaha dan tips jitu memulai wirausaha. Konsep dasar kepemilikan bisnis akan memaparkan bentuk kepemilikan bisnis dan dokumen terkait kepemilikan bisnis.

B. Konsep Dasar Kewirausahaan

1. Pengertian Kewirausahaan

Sinaga (2016: 23) mendefinisikan kewirausahaan sebagai kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan sebagai kiat, dasar, sumber daya, proses



BAB 3

GLOBALISASI

Budi Rustansi Kartawinata, S.E., M.M
Universitas Telkom

A. Pendahuluan

Bisnis internasional ada ketika globalisasi terwujud. Sebaliknya globalisasi tercipta karena adanya kebutuhan bisnis yang memerlukan pasar yang luas, melewati batas negara, regional, maupun antar benua. Menurut Ball, et. al, (2006) bisnis internasional adalah kegiatan bisnis yang kegiatannya melampaui batas-batas negara sehingga dalam bisnis internasional banyak pihak yang berperan dan juga banyak faktor yang dapat membuat bisnis menjadi sukses.

B. Bisnis Dan Globalisasi

1. Bisnis

Bisnis adalah sebuah kata yang sering kali kita dengar di setiap percakapan orang-orang yang sedang melakukan berbagai macam kegiatan. Secara harfiah, bisnis menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), bisnis dapat diartikan sebagai usaha komersial dalam dunia perdagangan atau bidangusaha tertentu. Sedangkan orang yang melakukan kegiatan tersebut adalah pebisnis.



BAB 4

ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DALAM BISNIS

Meida Rachmawati, S.E, M.M
Universitas Duta Bangsa Surakarta

Diskursus mengenai etika di dalam bisnis menjadi isu yang strategis dan abadi, sebab bisnis itu adalah eksistensi yang tidak terputus. Maka itu, etika sebagai panduan moral pada tataran ideal adalah elemen yang seiring dan sejalan. Etika secara filosofis sebenarnya adalah panglima di dalam bisnis, bukan sekadar profit semata. Dalam bab ini akan dibahas tiga buah sub bab, yakni pengertian dan ruang lingkup etika bisnis, tanggung jawab sosial dalam bisnis dan relasi dua entitas itu.

A. Etika Bisnis: Batasan Dan Prinsip-Prinsipnya

1. Pengertian Etika Bisnis

Wacana etis dalam bisnis dimulai dengan mendefinisikan apa itu sebenarnya etika bisnis. Dalam literatur yang ditulis oleh para ahli, pengertian etika sering kali dipadu-padankan dengan mudahnya sebagai ajaran moral. Pemikir etika kenamaan Indonesia, Franz Magnis-Suseno mengatakan bahwa guna memahami dan meresapi apa itu etika sesungguhnya, pengertian etika perlu dibandingkan dengan pengertian



BAB 5

PENGELOLAAN BISNIS

Elida Mahriani, SE.I., M.M
UIN Antasari Banjarmasin

A. Pendahuluan

Pada masa modernisasi yang didukung dengan teknologi digitalisasi seperti sekarang ini, sudah barang tentu perlu adanya peningkatan pada berbagai sektor dalam pengelolaan bisnis agar dapat terus berkembang dan peningkatan kualitas juga perlu mendapat perhatian yang besar. Dalam pengelolaan bisnis ini antara lain peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), tata cara pengelolaan keuangan yang baik dan teratur sehingga beban-beban operasional dapat dikelola secara baik dan juga pengelolaan pasar, di mana produk berupa barang dan jasa yang dihasilkan dapat dipasarkan dan didistribusikan kepada konsumen/pelanggan dapat dikonsumsi atau dibeli oleh konsumennya. Penggunaan teknologi informasi penjualan dalam bisnis ini telah menjadi elemen yang sangat penting bagi para pengusaha yang ingin mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya. Karena jangkauan yang dapat diakses oleh teknologi informasi ini sangatlah luas dalam waktu yang sangat cepat. Hampir semua perusahaan pada masa sekarang ini menggunakan teknologi informasi dan juga menggunakan internet untuk meningkatkan penjualan mereka dan ini juga salah satu upaya-upaya yang dilakukan oleh



BAB 6

PENGGORGANISASIAN

BISNIS

Krisnawati Setyaningrum Nugraheni, S.TP., M.M
STIE Pariwisata Indonesia Semarang

A. Pendahuluan

Dalam pengorganisasian bisnis kita akan membahas mengenai fungsi dari pengorganisasian, atau merupakan suatu proses mengatur tugas, wewenang dan tanggung jawab setiap individu dalam manajemen yang mempunyai tujuan yang telah direncanakan. Fungsi pengorganisasian tidak hanya mengatur orang. Namun semua sumber daya alam termasuk uang, mesin, waktu, dan semuanya. Mengenal struktur organisasi dan bentuk struktur organisasi.

Setiap manusia dalam perjalanan hidupnya selalu akan menjadi anggota dari berbagai organisasi, seperti organisasi bidang sosial atau kemasyarakatan, organisasi bidang politik, organisasi bidang pendidikan dan sebagainya. Organisasi akan meresap ke dalam masyarakat atau kehidupan sehari-hari, dan manusia akan berada dalam lingkungan organisasi. Organisasi-organisasi ini mempunyai kesamaan dalam pengelolaannya. Kesamaan tersebut antara lain ada tujuan, keanggotaan, struktur dan sistem serta prosedurnya. Adanya suatu tujuan, tanpa tujuan



BAB 7

MANAJEMEN SDM DAN HUBUNGAN KERJA

Khaerana, S.E., M.M
Universitas Andi Djemma Palopo

A. Pendahuluan

Saat ini kita telah berada pada era industri 4.0 atau lebih identik dengan era *disrupsi*, di mana segala sesuatunya berubah dengan sangat cepat dan sulit untuk diprediksi, sehingga organisasi/ perusahaan harus mempunyai inisiatif dalam menyiapkan dan mengerahkan berbagai sumber dayanya, salah satunya adalah sumber daya manusia (SDM), karena yang dibutuhkan pada era saat ini adalah individu-individu yang memiliki kemauan untuk terus belajar dan meningkatkan kualitas diri agar memiliki keunggulan kompetitif (*competitive advantage*), serta mampu menguasai teknologi yang setiap saat juga terus mengalami perubahan yang sangat cepat. Terlebih lagi dengan adanya *Artificial Intelligence* (AI) yang secara perlahan akan menggeser penggunaan tenaga manusia sehingga menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan khususnya departemen/divisi manajemen sumber daya manusia. Tapi apa pun itu dan secanggih apa pun teknologinya, manusia tetap sebagai pengendali atas berbagai kecanggihan teknologi tersebut. Sehingga tidaklah



BAB 8

MOTIVASI DAN KEPEMIMPINAN

Walmi Sholihat, S.E., M.Ak
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indragiri

A. Pengertian Motivasi

Perlu dipahami bahwa suksesnya suatu organisasi untuk mencapai suatu tujuan tidak terlepas dari peranan karyawan. Semakin tekun, gigih dan produktif seorang karyawan melakukan pekerjaan semakin mudah untuk mencapai suatu tujuan organisasi. Karyawan yang produktif merupakan anugerah yang luar biasa yang dimiliki sebuah organisasi. Untuk menciptakan karyawan dengan produktivitas tinggi ini perlu peranan pimpinan yang selalu memberikan dorongan dan menjaga hubungan baik dengan para karyawan. Dengan saling sinerginya para karyawan dengan pimpinannya menjadikan lingkungan kerja yang kondusif sehingga rasa nyaman karyawan untuk melakukan suatu pekerjaan akan meningkat. Dan perlu digaris bawahi untuk menjadikan karyawan selalu pada titik puncak bekerja (produktivitas tinggi) tidaklah mudah, perlu adanya dorongan baik itu dari dalam diri karyawan itu sendiri maupun dari lingkungan tempat bekerja (pimpinan).



BAB 9

PEMASARAN DAN PERILAKU KONSUMEN

Hery Yanto The, S.Sos., M.M., Ph.D
Zhejiang Yuexiu University of Foreign Languages

A. Pendahuluan

Anda mungkin pernah membaca tagline seperti ini, “Bahagiakanlah konsumen Anda dan buatlah mereka mengingat bisnis Anda.” Pemasar (*marketer*) membuat tagline seperti ini untuk menegaskan perbedaan kegiatan yang mereka lakukan dengan kegiatan para penjual (*sales person*). Dalam menjalankan kegiatannya, pemasar berusaha memuaskan konsumen. Pemasar tidak hanya mengejar laba yang tinggi. Pemasar berusaha membuat konsumen terkesan dengan bisnis yang dijalankan. Melalui kegiatan pemasaran, konsumen dibuat setia untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh bisnis yang dijalankan para pemasar. Kunci utama dari kegiatan pemasaran adalah komunikasi dengan konsumen. Produk dan jasa yang ditawarkan dikembangkan berdasarkan permintaan pasar. Permintaan pasar tentu saja dipengaruhi oleh minat dari para konsumen setia tersebut. Keberhasilan dalam menjalankan pemasaran inilah yang membuat bisnis-bisnis seperti KFC, Pizza Hut, Apple Inc., dan Microsoft Corp. berkembang pesat. Perkembangan pesat ini



BAB 10

KEBIJAKAN PRODUK DAN

HARGA

Ajeng Septiana Wulansari, S.E., M.B.A
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

A. Pendahuluan

Di dalam bisnis, bagian pemasaran tidak dapat terlepas dari bagian inti yang ditawarkan dalam sebuah lingkaran keberlanjutan usaha, yaitu produk dan harga. Saling melekat satu sama lain, produk dan harga mengalami pergeseran makna terus menerus sesuai dengan perkembangan jaman. Strategi produk menentukan jenis produk yang dibuat perusahaan untuk memuaskan konsumen, sedangkan strategi penetapan harga menentukan harga yang akan ditetapkan untuk sebuah produk. Atribut produk yang diinginkan oleh konsumen, makin bergeser menjadi semakin kompleks seiring dengan berkembangnya teknologi dan kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh produsen. Begitu juga dengan harga, makin banyak komponen yang mempengaruhi terbentuknya harga sebuah produk atau jasa saat ini, tidak hanya harga pokok produksi saja. Strategi dan kebijakan pemilihan produk serta penetapan harga produk merupakan satu bagian yang tak terpisahkan dan selanjutnya akan menentukan harga produksi dan pendapatan perusahaan



BAB 11

KEBIJAKAN PROMOSI DAN DISTRIBUSI

Syahputra, S.Sos., M.Sc., Ph.D
Universitas Telkom

A. Pendahuluan

Promosi merupakan upaya pemasar untuk menginformasikan, membujuk, atau mengingatkan konsumen dan pengguna B2B untuk mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh tanggapan. Kebanyakan perusahaan menggunakan beberapa bentuk promosi. Karena tujuan perusahaan sangat bervariasi sehingga diperlukan strategi promosi yang berbeda. Tujuannya adalah untuk merangsang tindakan orang atau organisasi dari target pasar. Dalam perusahaan berorientasi profit, tindakan yang diinginkan adalah agar konsumen untuk membeli barang atau jasa yang dipromosikan. Tujuan promosi termasuk menciptakan kesadaran, membuat orang untuk mencoba produk, memberikan informasi, mempertahankan pelanggan setia, meningkatkan penggunaan produk, dan mengidentifikasi calon pelanggan, serta mengajarkan calon konsumen potensial apa yang diperlukan supaya tercipta layanan yang dapat disediakan oleh perusahaan atau organisasi (Kotler dkk, 2012)



BAB 12

KONSEP DASAR DALAM MANAJEMEN PRODUKSI

Riris Ambarwati, S.E., M.M
Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)
Muhammad Arsyad Al-Banjary Banjarmasin

A. Perkembangan Manajemen Produksi

Manajemen produksi dapat berkembang pesat karena adanya faktor-faktor yang mendukung antara lain :

1. Pembagian kerja (*division of labour*) dan spesialisasi
Agar produksi efektif dan efisien, produsen hendaknya menggunakan asas- asas manajemen. Pembagian kerja memungkinkan tercapainya tingkat dan kualitas produksi yang lebih baik bila disertai dengan pengolahan yang baik dan tepat, serta akan mengurangi biaya produksi sehingga dapat tercapainya tingkat produksi yang lebih tinggi.
2. Revolusi Industri
Revolusi industri merupakan suatu peristiwa penggantian tenaga manusia dengan tenaga mesin. Revolusi itu merupakan perubahan dan pembaharuan radikal dan cepat di bidang perdagangan, industri, dan teknik di Eropa. Dampaknya perusahaan besar dapat



BAB 13

SISTEM INFORMASI DAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI

Agus Suyatno, S.Pd., M.M
Universitas Duta Bangsa Surakarta

A. Pendahuluan

Manajer keuangan merupakan posisi yang strategis dalam struktur organisasi perusahaan. Hal ini dikarenakan manajer keuangan harus mampu mengelola sumber dana dan menanamkan ke dalam investasi perusahaan, baik berwujud investasi aset maupun untuk operasional perusahaan. Manajer keuangan harus mampu mengetahui tujuan, fungsi, dan peran manajemen keuangan bagi perusahaan, di mana salah satu perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan, sehingga akan menciptakan kemakmuran bagi pemilik usaha atau pemegang saham. Selain itu juga manajer keuangan harus mampu memahami berbagai jenis usaha, serta mengetahui keunggulan dan kelemahan dari tiap bentuk usaha tersebut, sehingga mampu mengambil kebijakan keuangan yang tepat sesuai dengan tugas pokok dan fungsi dari seorang manajer keuangan.



BAB 14

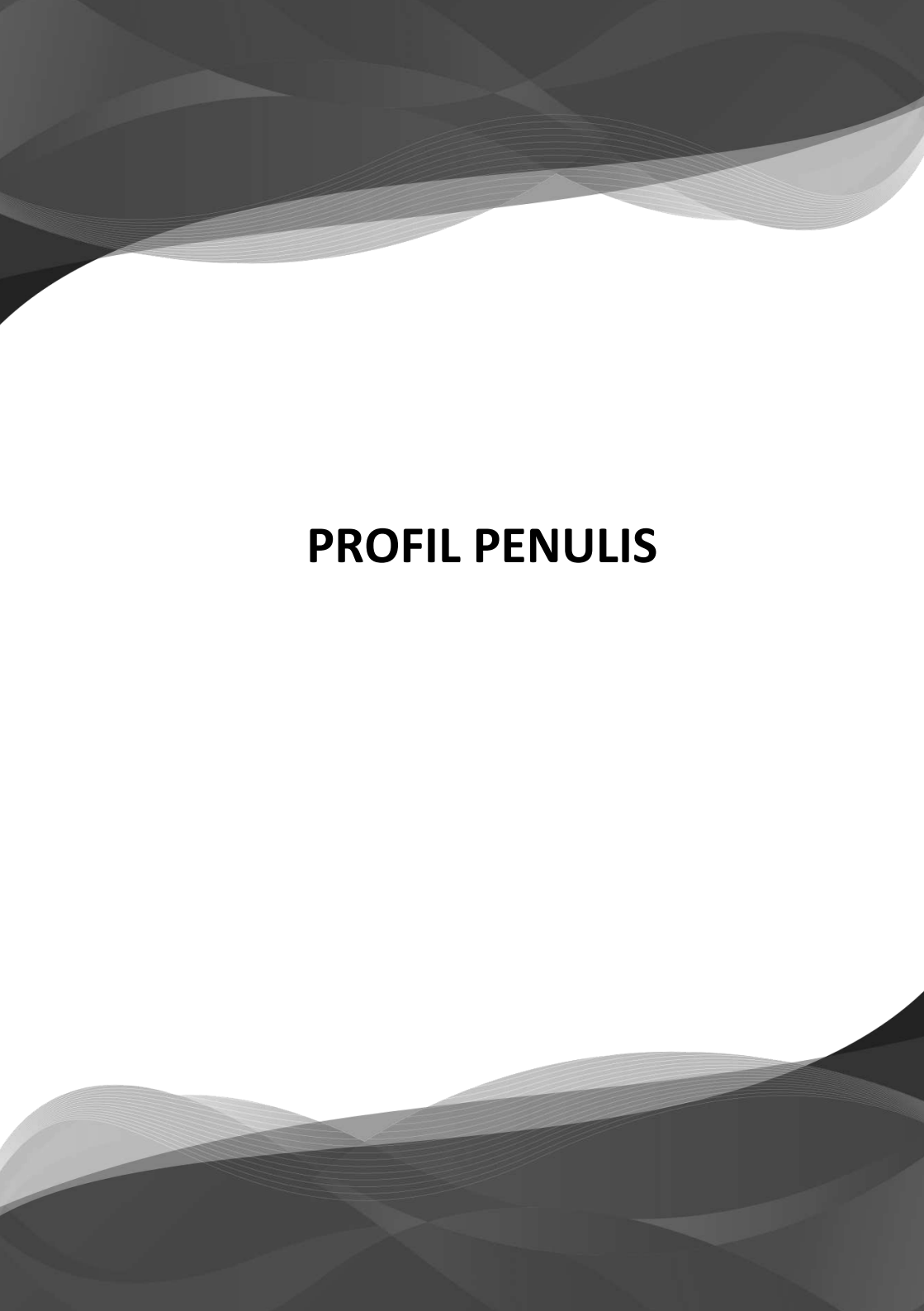
KONSEP DASAR MANAJEMEN KEUANGAN DAN RISIKO

Galih Wicaksono, S.E., M.Si., Akt.
Universitas Jember

A. PENDAHULUAN

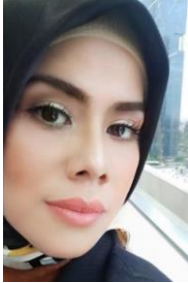
Manajer keuangan merupakan posisi yang strategis dalam struktur organisasi perusahaan. Hal ini dikarenakan manajer keuangan harus mampu mengelola sumber dana dan menanamkan ke dalam investasi perusahaan, baik berwujud investasi aset maupun untuk operasional perusahaan. Manajer keuangan harus mampu mengetahui tujuan, fungsi, dan peran manajemen keuangan bagi perusahaan, di mana salah satu perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan, sehingga akan menciptakan kemakmuran bagi pemilik usaha atau pemegang saham. Selain itu juga manajer keuangan harus mampu memahami berbagai jenis usaha, serta mengetahui keunggulan dan kelemahan dari tiap bentuk usaha tersebut, sehingga mampu mengambil kebijakan keuangan yang tepat sesuai dengan tugas pokok dan fungsi dari seorang manajer keuangan.

Peran manajer keuangan dalam manajemen keuangan antara lain memastikan bahwa perusahaan memperoleh pendanaan yang tepat, serta



PROFIL PENULIS

Amalia Mustika, S.E., M.M. MBA



Penulis lahir di Jakarta pada bulan Februari, merupakan dosen di STP Trisakti yang memiliki jenjang Jabatan Akademik Lektor Kepala. Penulis telah mendapatkan beberapa kali hibah penelitian: Dosen Pemula, Fundamental, dan Penelitian Dasar. Mengikuti beberapa *Proceeding Internasional* dan mendapatkan The Best Poster. Penulis juga sebagai Narasumber *Homestay* dan *Service Excellent*, untuk Desa Wisata seperti di Jawa Barat: Cibuntu, Kampung Tajur, Lingga mekar, Sakerta

Timur, Cipasung. Kalimantan: Berau. Desa di Jawa Timur: Petak- Pacet, Pujon Kidul. Narasumber *Grooming* dan Etos Kerja, untuk Front liner di hotel Bogor, Yogyakarta, Solo, Menado, Batam, bekerja sama dengan Kemenpar. Penulis Kedua dalam buku Pembentukan dan Pembinaan Desa Menuju Desa Wisata, *Call for book* mengenai Manajemen Pariwisata Teori & Praktek, Sosiologi Komunikasi dan Pengantar Bisnis.

Ellisyah Mindari, S.E., M.Si



Penulis dilahirkan di Ulak Paceh pada tanggal 15 Januari 1989. Ia menjadi mahasiswa di tahun 2006 dan telah menyelesaikan studi di bidang manajemen serta meraih gelar akademik Magister Sains dari Universitas Muhammadiyah Palembang. Ia merupakan dosen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Rahmadiyah dengan jabatan Asisten Ahli. Berbagai artikel rumpun manajemen telah ia publikasikan pada jurnal nasional. Ia pun telah melaksanakan pengabdian kepada masyarakat

pada beberapa sekolah dan desa/kelurahan. Ellisyah pun sudah mengikuti berbagai pelatihan dan seminar guna meningkatkan kompetensi diri. Ia tergabung dalam Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) dan Perkumpulan Ahli dan Dosen Republik Indonesia (ADRI). Pernikahan Ellisyah Mindari dengan Hardiansyah telah dikaruniai tiga orang putri, yaitu Azizah Putri Fabiola (7 tahun) dan si kembar Latifah Nayla Azzahra dan Latifah Nadia Azzahra (4 tahun).

Elida Mahriani, SE.I., M.M.



Penulis merupakan anak kedua dari H. Sukardi dan Hj. Rahimah Darias. Penulis menempuh pendidikan Program Sarjana pada Jurusan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin (2010) dan melanjutkan pendidikan ke Program Pascasarjana dengan mengambil Magister Manajemen STIE Indonesia Banjarmasin (2014). Memulai kariernya sebagai *Banker* dengan bekerja di Bank Perkreditan Rakyat dan di salah satu Bank Umum di kota Banjarmasin.

Penulis sekarang tercatat sebagai dosen tetap pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Antasari dan mendapat tugas tambahan pada posisi Divisi Kewirausahaan pada UPT Pengembangan Kewirausahaan dan Karier UIN Antasari Banjarmasin, Sekretaris Jurnal At-Taradhi dan Pengelola Laboratorium Bank Mini Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin. Penulis juga aktif dalam kegiatan seminar baik nasional dan internasional, Penelitian mandiri dan kelompok, serta telah menghasilkan beberapa karya dalam bentuk Buku ber-ISBN seperti Operasional Bank Syariah (2019), Manajemen Sumber Daya Manusia dan Personalia (2020), Metodologi Penelitian Kuantitatif (sebagai editor, tahun 2015) dan Hukum Keuangan Syariah; Pada Lembaga Keuangan Bank dan Non Bank (sebagai editor, tahun 2016). Penulis dapat dihubungi melalui elidamahriani@uin-antasari.ac.id

Krisnawati Setyaningrum Nugraheni, S.TP., M.M



Lahir di Kudus pada 18 Juli 1990. Mendapatkan gelar Sarjana dari Universitas Sebelas Maret Surakarta. Menempuh pendidikan Magister di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia Semarang. Saat ini menjadi dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia Semarang dan menjabat sebagai Sekretaris Program Studi S1 Manajemen (2017-sekarang).

Khaerana, S.E., M.M.



Penulis lahir di Wotu-Luwu Timur, 22 Oktober 1977, sebagai dosen tetap di Fakultas Ekonomi Universitas Andi Djemma Palopo sejak tahun 2015 hingga sekarang. Selain itu, penulis juga aktif di berbagai Organisasi Sosial, antara lain: Jaringan Demokrasi Indonesia (JaDI) Sulsel, Yayasan Bumi Sawerigading Palopo, POSPERA Kota Palopo. Pendidikan S-1 di Fakultas Ekonomi Universitas Andi Djemma Palopo, Pendidikan S-2 pada Program Studi Magister Manajemen di Universitas Muslim Indonesia (UMI). Mengampu Mata Kuliah: Pengantar Bisnis, Etika Bisnis, Manajemen Sumber Daya Manusia, Perilaku Organisasi, Teori dan Desain Organisasi. Publikasi Jurnal Ilmiah yang telah diterbitkan: “Pengaruh Motivasi, Disiplin dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Sekretariat Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Luwu Timur”: Jurnal Masagena, Vol. 12 No. 2, Mei 2017, ISSN: 1907 – 4867. “Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Kualitas Kerja Pegawai Pada Kantor Urusan Agama Kecamatan Lamasi Timur”: JEMMA (*Journal of Economic, Management and Accounting*) Vol 2. No. 1, Maret 2019, ISSN: 2615 - 1871. “Pengaruh Kompetensi dan Kompensasi terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Palopo”: JEMMA (*Journal of Economic, Management and Accounting*): Vol. 2 No. 2, September 2019, ISSN: 2615 - 1871. “Pengaruh *Self Efficacy* Terhadap Kinerja Pegawai Pada Sekretariat Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPU) Kabupaten Luwu Timur”: JURNAL ECOMENT GLOBAL Kajian Bisnis dan Manajemen Vol. 5, No 1, Februari 2020, ISSN (cetak): 2540-816X. “Mengungkap Nilai-Nilai Siri’ Na Pesse Kepemimpinan pada BM. Residence Hotel: *Studi Etnometodologi* di Kota Palopo”: JEMMA (*Journal of Economic, Management and Accounting*): Vol. 2 No. 3, Maret 2020, ISSN: 2615 - 1871

Walmi Sholihat, S.E., M.Ak



Walmi Sholihat, S.E.,M.Ak lahir di Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Riau Mei 1992. Menyelesaikan studinya di Fakultas Ekonomi Universitas Riau pada 01 Juli 2014. Kemudian melanjutkan pendidikan pasca sarjana di Magister Akuntansi dengan konsentrasi Akuntansi Pemerintahan dan selesai pada 8 Agustus 2017. Sejak tahun 2018 sampai sekarang bekerja sebagai dosen tetap di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indragiri (STIE-I) Rengat dan mengajar mata kuliah Pengantar Akuntansi II, Akuntansi Biaya dan Manajemen Akuntansi.

Ajeng Septiana Wulansari, S.E., M.B.A



Penulis adalah dosen tetap di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang lahir dan besar di Yogyakarta. Penulis yang sangat tertarik mendalami bidang pemasaran, khususnya manajemen merek (*branding*) dan *Digital Marketing* adalah lulusan sarjana dari Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta pada tahun 2005 dengan predikat *cumlaude* yang kemudian melanjutkan ke jenjang magister di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta dan lulus pada tahun 2008. Setelah lulus, penulis berkarir sebagai praktisi sebagai marketing di *Asia Pulp and Paper* (Sinarmas Group) melalui program *Management Trainee* pada tahun 2008, kemudian pada tahun 2010 diterima di Bank Mandiri melalui jalur *Officer Development Program* (ODP) dan di tempatkan sebagai *Assistant Manager* di kantor pusat hingga tahun 2016 dengan jabatan terakhir senior manager, kemudian setelah itu penulis memilih berkarir menjadi akademisi. Penulis memfokuskan penelitiannya pada dua bidang yaitu *Branding* dan *Digital Marketing*, dan juga tertarik dengan *Sustainability Management* dan *Marketing*

Syahputra, S.Sos., M.Sc., Ph.D



Penulis adalah dosen senior di bidang Marketing dan Strategi Bisnis pada program S1 Administrasi Bisnis Universitas Telkom. Setelah mendapatkan gelar Diploma III Marketing Management dari Universitas Padjadjaran, ia melanjutkan studi ke program S1 Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran dan meraih gelar Sarjana pada tahun 2004. Dari tahun 2001 sampai dengan 2010 ia bekerja di beberapa perusahaan swasta nasional dan multinasional yang bergerak dalam bidang media massa, *outsourcing*, asuransi dan perbankan. Pada tahun 2011 ia melanjutkan pendidikan S2 Manajemen di Universiti Utara Malaysia serta melanjutkan program S3 Marketing di universitas yang sama pada tahun 2013 dan mendapatkan beasiswa disertasi dari pemerintah Indonesia melalui program beasiswa LPDP. Pendidikan Doktorat diselesaikannya pada tahun 2018 dengan hasil sangat memuaskan. Pada tahun 2014 ia bergabung sebagai dosen dengan prodi S1 Administrasi Bisnis, Universitas Telkom dan saat ini ia adalah Ketua Program Studi S1 Administrasi Bisnis. Hasil karya ilmiahnya telah dipublikasikan ke dalam bentuk jurnal penelitian di bidang bisnis dan marketing serta juga telah menghasilkan beberapa karya buku seperti Metode Riset Bisnis, Bisnis Internasional dan Bisnis Ekspor Impor. Ia juga telah memberikan beberapa pelatihan terkait dengan bisnis dan marketing di berbagai lembaga pemerintah dan Non-pemerintah

Galih Wicaksono, S.E., M.Si., Akt.



Penulis adalah dosen di Program Studi Perpajakan, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember. Lulusan Magister Akuntansi Universitas Diponegoro (2013), Pendidikan Profesi Akuntansi Universitas Diponegoro (2010), Sarjana Ekonomi Akuntansi Universitas Islam Sultan Agung (2009), serta Sarjana Ekonomi Manajemen Universitas Diponegoro (2009). Bidang ilmu beliau adalah Perpajakan, Akuntansi, dan Manajemen. Selain

sebagai dosen, penulis adalah peneliti dan aktif menjadi narasumber/instruktur di berbagai pelatihan di bidang perpajakan, akuntansi, dan manajemen. Sehari-hari penulis dapat dihubungi pada nomor Hp/Wa 081217435665. Berkaitan dengan aktivitas akademik, penulis memiliki ID Scopus 57190376006 , serta ID Sinta 6116309

Budi Rustandi Kartawinata, S.E., M.M.



Penulis dilahirkan di Rangkasbitung pada tanggal 3 Juni 1980. Masa kecilnya dihabiskan di 3 kota berbeda yaitu Cirebon, Serang, dan Bandung dengan mengikuti tempat tugas ayahanda sebagai Pegawai Negeri Sipil. Penulis menempuh masa sekolah dasar di SD Negeri 2 Kota Serang, kemudian menjalani sekolah menengah pertama di SMPN 16 Kota Bandung, lalu menempuh sekolah menengah atas di SMAN 20 Bandung.

Pendidikan Tinggi S1 penulis ditempuh di Universitas Komputer Indonesia di Kota Bandung pada Fakultas Ekonomi. Pendidikan S2 dilanjutkan di Program Pasca Sarjana Universitas Padjadjaran Bandung Program Magister Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Keuangan. Dan sekarang penulis sedang menempuh pendidikan S3 di Program Doktor Ilmu Manajemen Pasca Sarjana Universitas Pasundan Bandung. Sekarang menulis mengabdikan sebagai dosen tetap di Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.

Hery Yanto The, S.Sos., M.M., Ph.D.

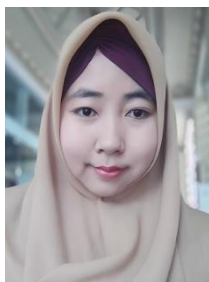


Meluangkan waktu untuk membaca dan menulis merupakan bagian dari aktivitas sehari-hari Hery yang mengawali karirnya sebagai guru Sosiologi dan Sejarah. Saat sekarang, Hery Yanto The adalah dosen Manajemen Keuangan dan Bisnis Internasional di Zhejiang Yuexiu University of Foreign Languages, China. Pada akhir tahun 2019, Hery menerbitkan dua buku. Buku pertama berjudul *Tapak Tilas di Negeri*

Bambu dan Negeri Bambu diterbitkan oleh CV. Mudilan Group. Buku kedua adalah kumpulan edisi puisi berbahasa Inggris berjudul *Color of*

the Bamboo Land yang diterbitkan oleh Ellunar Publisher. Selain memiliki keahlian di bidang kajian multimodal dan desain instruksional yang diperoleh melalui program doktor di Universitas Hawaii at Manoa, Hery juga memiliki minat pada kajian manajemen keuangan internasional, bisnis internasional, manajemen strategis, serta masyarakat dan kebudayaan China.

Riris Ambarwati, S.E., M.M.



Penulis lahir di Karawang, 31 Oktober 1992. Telah menyelesaikan pendidikan S1 Ekonomi Manajemen dan mendapat Piagam Penghargaan atas prestasinya sebagai wisudawan terbaik Tahun Akademik (2014/2015) di (UNISKA) Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary Banjarmasin. Lulus study S2 Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) Tahun (2018) di Universitas Islam Klaimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al-Banjary Banjarmasin. Memiliki pengalaman bekerja di Lembaga Pendidikan Husna School Banjarbaru sebagai tentor pengajar Bimbingan Belajar tingkat (TK-SD-SMP-SMA) dan tenaga pengajar Kursus Komputer Administrasi Perkantoran Tahun 2012-2014. Sebagai tenaga pengajar di Bimbingan Belajar Smart Growing Banjarbaru (TK-SD-SMP-SMA) Tahun 2013-2014. Bekerja sebagai karyawan swasta bagian keuangan di PT. Borneo Agkasa Putra Tahun (2013). Bekerja sebagai Kepala Toko Alfamart Perusahaan Retail Tahun (2015). Bekerja sebagai administrasi General Affair di PT. CARSURIN Banjarbaru (2015). Pendiri dan Owner Bimbingan Belajar Anak Cerdas tingkat (PAUD-TK/TPA-SD-SMP-SMA) di buka Tahun 2016 sampai sekarang. Saat ini penulis berkarir sebagai Dosen sejak 05 Januari Tahun 2019 , di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsad Al-Banjary Banjarmasin. Penulis dapat dihubungi melalui Email: riris.ambarwati31@gmail.com

Agus Suyatno, S.Pd., M.M.



Penulis lahir di Karanganyar pada tanggal 25 Januari 1977. Merupakan dosen tetap di Universitas Duta Bangsa Surakarta pada Program Studi Manajemen. Sekarang ini penulis menjabat sebagai Kepala Bagian Humas dan Kerjasama. Penulis hingga saat ini masih aktif mengajar Kewirausahaan, Teori Organisasi Umum, Pengantar Manajemen dan Bisnis, Etika Profesi Bidang Informatika, dan Kecakapan Personal. Aktif melakukan kegiatan Penelitian dan Pengabdian pada masyarakat. Menjadi Ketua Karang Taruna Desa Bhakti Karya mendapat prestasi menjadi Juara IV Karang Taruna Teladan Tingkat Nasional Tahun 2019. Penulis menyelesaikan S1 Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Malang lulus tahun 2000. Sedangkan gelas S2 diperoleh penulis dari Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 2014.

Pengantar **BISNIS**

Bisnis merupakan kegiatan terpadu yang meliputi perdagangan dan pertukaran barang, jasa, atau uang yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dengan maksud memperoleh manfaat serta keuntungan. Istilah bisnis berhubungan erat dengan aktivitas komersial yang terjadi di dalam kehidupan sosial. Dengan demikian, bisnis merupakan proses sosial. Proses sosial ini dapat dilakukan oleh perorangan ataupun kelompok dengan melakukan penciptaan dan pertukaran komoditas atau jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan untuk memperoleh manfaat atau profit.

Dalam menjalankan bisnis, perorangan dan kelompok akan dipengaruhi oleh proses sosial yang terjadi di lingkungan sekitarnya. Kegiatan bisnis, dengan demikian harus mampu fleksibel dan adaptif terhadap perubahan-perubahan lingkungan lokal dan internasional. Mempelajari bisnis merupakan cara mengetahui dan belajar dari pengalaman bertindak fleksibel dan adaptif yang dilakukan pebisnis dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya di dalam lingkungan dengan sumberdaya yang terbatas.

Buku ini memberikan pengantar cara dan strategi menjalankan bisnis di dalam masyarakat yang semakin terbuka terhadap berbagai perubahan. Cara dan strategi tersebut dijabarkan dalam isi buku yang mencakup: sistem dan lingkungan bisnis, konsep dasar kewirausahaan dan kepemilikan bisnis, bisnis dan globalisasi, etika dan tanggung jawab sosial dalam bisnis, pengelolaan bisnis, pengorganisasian bisnis, manajemen sumberdaya manusia dan hubungan kerja, motivasi dan kepemimpinan, pemasaran dan perilaku konsumen, kebijakan produk dan harga, kebijakan promosi dan distribusi, konsep dasar dalam manajemen produksi, sistem informasi dan teknologi informasi, serta konsep dasar manajemen keuangan dan risiko.