

Editor :  
Nanang Qosim



# PENGANTAR BISNIS



Widyatmoko | Megawati S | Purwanto | Kasino Martowinangun | Ichsan Milang | Sri Lestari |  
Zulfikar JakaPutera Djalang | Devy Sofyanti | Sri Suwarni | Metta Kusumaningtyas |  
Diana Widhi Rachmawati | Dessy Evianti

# PENGANTAR BISNIS



**eureka**  
media aksara  
Anggota IKAPI  
No. 225/JTE/2021

0858 5343 1992  
eurekamediaaksara@gmail.com  
Jl. Banjaran RT.20 RW.10  
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-487-850-9



9 786234 878509

# PENGANTAR BISNIS

Widyatmoko  
Megawati S  
Purwanto  
Kasino Martowinangun  
Ichsan Milang  
Sri Lestari  
Zulfikar Jaka Putera Djalang  
Devy Sofyanti  
Sri Suwarni  
Metta Kusumaningtyas  
Diana Widhi Rachmawati  
Dessy Evianti



PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

## PENGANTAR BISNIS

**Penulis** : Widyatmoko  
Megawati S  
Purwanto  
Kasino Martowinangun  
Ichsan Milang  
Sri Lestari  
Zulfikar JakaPutera Djalang  
Devy Sofyanti  
Sri Suwarni  
Metta Kusumaningtyas  
Diana Widhi Rachmawati  
Dessy Evianti

**Editor** : Nanang Qosim

**Desain Sampul** : Ardyan Arya Hayuwaskita

**Tata Letak** : Meuthia Rahmi Ramadani

**ISBN** : 978-623-487-850-9

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, MARET 2023**  
**ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH**  
**NO. 225/JTE/2021**

### **Redaksi:**

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari  
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekaediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2023

### **All right reserved**

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan buku ini. Penulisan buku merupakan buah karya dari pemikiran penulis yang diberi judul “Pengantar Bisnis”. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan karya ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan banyak terima kasih pada semua pihak yang telah membantu penyusunan buku ini. Sehingga buku ini bisa hadir di hadapan pembaca.

Buku ini membahas tentang pengantar bisnis baik dari ruang lingkup bisnis, tujuan bisnis, peluang bisnis masa depan, dan fungsi dasar bisnis. Selain itu, dalam buku ini dibahas tentang etika dan tanggung jawab sosial, bisnis dalam konteks global, kewirausahaan dan kepemilikan bisnis, mengelola bisnis, mengorganisasikan bisnis, manajemen operasi, perilaku dan motivasi karyawan, proses pemasaran dan perilaku konsumen, pengembangan dan penetapan harga produk, grosir, retail, dan distribusi fisik serta pengelolaan keuangan bisnis.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan guna penyempurnaan buku ini. Akhir kata saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga buku ini akan membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>BAB 1 PENGANTAR BISNIS .....</b>	<b>1</b>
A. Pendahuluan.....	1
B. Ruang Lingkup Bisnis.....	3
C. Tujuan Bisnis.....	5
D. Peluang Bisnis Masa Depan .....	7
E. Fungsi Dasar Bisnis.....	9
Daftar Pustaka.....	12
Tentang Penulis.....	13
<b>BAB 2 ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL .....</b>	<b>14</b>
A. Pendahuluan.....	14
B. Pengertian Etika.....	15
C. Tanggung Jawab Sosial.....	18
Daftar Pustaka.....	22
Tentang Penulis.....	23
<b>BAB 3 BISNIS DALAM KONTEKS GLOBAL .....</b>	<b>24</b>
A. Globalisasi.....	24
B. Lingkungan Global.....	25
C. Komponen Lingkungan Global.....	27
D. Globalisasi dan Revolusi Industri Keempat.....	32
E. Perubahan Sifat Bisnis Internasional: Globalisasi Sebagai Kontinum.....	34
F. Tingkat Keterlibatan Suatu Bisnis dalam Bisnis Internasional .....	38
G. Tujuan dan Manfaat Bisnis Internasional.....	44
Daftar Pustaka.....	47
Tentang Penulis.....	49
<b>BAB 4 KEWIRAUSAHAAN DAN KEPEMILIKAN BISNIS .....</b>	<b>50</b>
A. Kewirausahaan.....	50
B. Kepemilikan Bisnis.....	57
Daftar Pustaka.....	69
Tentang Penulis.....	70
<b>BAB 5 MENGELOLA BISNIS.....</b>	<b>71</b>

A. Pendahuluan .....	71
B. Perencanaan Bisnis .....	74
C. Sumber Daya Bisnis .....	76
E. Penerapan Strategi Pemasaran .....	79
F. Pengelolaan Keuangan .....	83
Daftar Pustaka .....	85
Tentang Penulis .....	87
<b>BAB 6 MENGORGANISASIKAN PERUSAHAAN BISNIS ....</b>	<b>88</b>
A. Pendahuluan .....	88
B. Menetapkan Tujuan dan Merumuskan Strategi .....	90
C. Proses Manajemen .....	92
D. Tipe-Tipe Manajer .....	93
E. Dasar Keahlian Manajemen .....	94
Daftar Pustaka .....	95
Tentang Penulis .....	97
<b>BAB 7 MANAJEMEN OPERASI.....</b>	<b>98</b>
A. Pendahuluan .....	98
B. Pengertian Manajemen Operasi.....	99
C. Fungsi dan Sistem Manajemen Operasi.....	103
D. Strategi Operasi dan Pengambilan Keputusan .....	107
Daftar Pustaka .....	112
Tentang Penulis .....	113
<b>BAB 8 PERILAKU DAN MOTIVASI KARYAWAN.....</b>	<b>114</b>
A. Pendahuluan .....	114
B. Jenis-jenis Motivasi Kerja .....	116
C. Tujuan Pemberian Motivasi .....	116
D. Model Motivasi Kerja .....	117
E. Metode Motivasi Kerja .....	117
F. Teori Motivasi .....	118
G. Pengukuran Motivasi .....	124
H. Tantangan Motivasi .....	125
Daftar Pustaka .....	126
Tentang Penulis .....	127
<b>BAB 9 PROSES PEMASARAN DAN PERILAKU</b>	
<b>KONSUMEN.....</b>	<b>128</b>
A. Pendahuluan .....	128

B. Proses Pemasaran.....	131
C. Perilaku Konsumen.....	138
Daftar Pustaka.....	144
Tentang Penulis.....	146
<b>BAB 10 PENGEMBANGAN DAN PENETAPAN HARGA</b>	
<b>PRODUK.....</b>	<b>147</b>
A. Pendahuluan.....	147
B. Lingkungan Produk.....	147
C. Siklus Hidup Produk.....	149
D. Membuat dan Menentukan Harga Produk.....	152
E. Strategi Penetapan Harga.....	153
Daftar Pustaka.....	158
Tentang Penulis.....	159
<b>BAB 11 GROSIR, RETAIL DAN DISTRIBUSI FISIK.....</b>	<b>160</b>
A. Grosir.....	160
B. Retail.....	168
C. Distribusi Fisik.....	173
Daftar Pustaka.....	177
Tentang Penulis.....	178
<b>BAB 12 PENGELOLAAN KEUANGAN BISNIS.....</b>	<b>179</b>
A. Pendahuluan.....	179
B. Perencanaan Keuangan.....	179
C. Pengelolaan Keuangan.....	183
D. Standar Operasional Prosedur dan Job Desk.....	186
Daftar Pustaka.....	192
Tentang Penulis.....	193



# BAB

# 1

# PENGANTAR BISNIS

## A. Pendahuluan

Saat ini semua kegiatan bisnis sudah dalam era revolusi industri 4.0 dimana sudah memasuki masa digitalisasi di berbagai bidang untuk meningkatkan usaha bisnis. Revolusi industri 4.0 mengharuskan para pelaku bisnis untuk melakukan perubahan dan membuat inovasi dengan bisnis yang baru untuk masa depan. Bisnis masa depan didorong dengan perkembangan teknologi informasi sehingga para pelaku bisnis sudah harus mempersiapkan untuk memanfaatkan dunia internet untuk berbisnis. Dengan demikian dalam menjalankan bisnis baru mempunyai daya kreatif dan inovatif dalam memahami apa itu bisnis.

Pengertian dan pemahaman akan suatu konsep bisnis secara menyeluruh merupakan dasar pengetahuan dan ketrampilan utama bagi para pelaku usaha dan bisnis yang bisa mengatur dalam hal manajemen bisnis sebagai bekal pengetahuan bisnis dan praktek pelaksanaannya. Sudah banyak orang yang mengerti dan memahami istilah bisnis, namun banyak yang memiliki beragam pengertian yang hampir sama secara substansial. Pengertian mengenai kegiatan usaha bisnis yang di sampaikan banyak ahli merupakan definisi yang mempunyai beragam pendapat.

Pengertian bisnis menurut (Steinhoff dalam Budiarta, 2010) bahwa bisnis adalah semua kegiatan atau aktivitas yang mencakup dalam kegiatan pengadaan barang dan jasa yang diperlukan atau dibutuhkan para konsumen (Hughes dan

## DAFTAR PUSTAKA

- Budiarta Kustoro (2010) *Pengantar Bisnis*. 2nd edition. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Ebert, R.J. dan Griffin, R.. (2009) *Business Essentials*. 7th edition. Singapore: Prentice Hall – Pearson Education International.
- Ferrell, O.C.; Hirt, G.A.; dan Ferrell, L. (2011) *Business: A Changing World*. 8 th. United States: McGraw-Hill & Irwin.
- Madura, J. (2007) *Introduction to Business*. 4th edition. Australia: Thomson SouthWestern.
- Pride, William M., Hughes, Robert J., dan Kapoor, J.R. (2014) *Pengantar Bisnis*. Jakarta 12610: Salemba Empat.

## TENTANG PENULIS

**Widyatmoko, S. Kom., M.M.**



Penulis merupakan Dosen pada Program Studi Manajemen Universitas Dian Nuswantoro Semarang PSDKU Kampus Kota Kediri. Sebagai seorang yang mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Penulis juga merupakan praktisi di perusahaan perbankan. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian sesuai bidang keahliannya.  
Email: [atmoko.widy06@gmail.com](mailto:atmoko.widy06@gmail.com)

# BAB 2

## ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL

### A. Pendahuluan

Di Indonesia, banyak memiliki ragam budaya, suku, dan agama, namun wala memiliki keberagaman masyarakatnya sangat menjunjung tinggi etika agar selalu saling menghargai dan menjaga toleransi antar sesama. Saat ini menjadi tantangan dalam menjaga etika terus dijunjung tinggi, kita tidak dapat pungkiri bahwasanya perkembangan dunia digital telah merambah ke segala sisi kehidupan, segala penjuru sisi kehidupan manusia dipengaruhi oleh proses digitalisasi. Kaitanya etika dengan dunia digital adalah bagaimana menjadikan etika menjadi sebuah tanggung jawab moral oleh manusia meskioun dengan perubahan dengan adanya dunia digital.

Kita menyadari bahwa saat ini masih banyak masyarakat kita yang menggunakan internet yang hanya mampu menerima informasi namun tidak diikuti dengan kemampuan pemahaman ataupun mengelola sebuah informasi dengan baik, akibatnya masih banyak masyarakat yang akan menelan mentah-mentah informasi yang tidak benar. Maka saat ini dibutuhkan etika oleh masyarakat agar mampu menahan diri untuk tidak menyebarkan informasi yang tidak benar. Didalam dunia bisnis juga informasi harus dipahami dengan benar agar tidak terjerumus kedalam informasi bisnis yang tidak jelas. Etika dalam bisnis juga sangat penting di lakukan oleh para pengusaha dalam menjalankan bisnisnya baik itu yang bergerak dalam produk maupun jasa.

## DAFTAR PUSTAKA

<https://sdmindonesia.com/etika-tanggung-jawab-sosial/>

<https://www.gramedia.com/best-seller/pengertian-etika/>

## TENTANG PENULIS

Megawaty S, S.E., M.M.



Penulis lahir di Palu, 16 Maret 1983. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen, Universitas Alkhairaat. Pendidikan S2 di Universitas Tadulako, Kota Palu di bidang Manajemen. Penulis menekuni bidang Manajemen, Manajemen SDM.

# BAB 3

## BISNIS DALAM KONTEKS GLOBAL

### A. Globalisasi

Era globalisasi terjadi akibat perubahan global yang dialami oleh seluruh negara di dunia. Globalisasi adalah konsep tiga dimensi yang terdiri dari fenomena, filosofi dan proses. Aktivitas perekonomian dunia yang menjadi sistem tunggal sehingga terjadi ketergantungan antara satu dengan yang lain. Di dalamnya juga terdapat konsep kebudayaan yang sering menjadi wacana sentral sebagai bahan diskusi pada saat ini. Menurut Nugroho (2001), proses global telah menciptakan egalitarianisme dalam kehidupan sosial sehingga memunculkan kondisi *“internationalization of culture”* di ranah budaya, di bidang ekonomi menimbulkan saling ketergantungan dalam proses produksi dan pemasaran, serta di wilayah politik berdampak ke arah *“liberalisasi.”*

Kekuatan-kekuatan yang dapat memengaruhi dan mendukung globalisasi di antaranya adalah:

1. Pemerintah dan pelaku bisnis lebih menyadari manfaat adanya globalisasi
2. Masuknya teknologi baru menjadikan perjalanan internasional, komunikasi, perdagangan lebih cepat dan murah
3. Persaingan yang ketat memberikan dorongan bagi perusahaan untuk memperluas pasar ke wilayah negara lain
4. Kesepakatan dagang juga memiliki peranan penting

## DAFTAR PUSTAKA

- Adebayo, Famakinwa dan Bello Theodora Olufunke. "Generative and Predict Observe Explain Instructional Strategies: Towards Enhancing Basic Science Practical Skills of Lower Primary School Pupils". Dalam Jurnal International Journal of Elementary Education, vol. 4, no. 4, September 2015, halaman: 94.
- Arasti, Z. dkk. (2012). *A Study of Teaching Methods in Entrepreneurship Education for Graduate Students. Higher Education Studies*. 2 (1), hlm. 2- 10.
- Berger, L. Peter dan Luckmann, Thomas. 1966. *The Social Construction of Reality*. Unites States: Anchor Book
- Boggs Jr, (2006). *Principles Of Sedimentology and Stratigraphy* Fourth Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Ebert, Ronald J. , Griffin Ricky W., (2015). Pengantar Bisnis, edisi kesepuluh, Jakarta, Penerbit Erlangga
- Inglehart (2000). "Culture and Democracy" dalam Horrison Lawrence E, Huntington Samuel P (Eds). 2000. Culture Matter, How values Shape Human Progress. New York: Basic Book
- Mühlbacher, Hans, Helmuth Leih, and Lee Dahringer. (2006). "International Marketing: A Global Perspective". Third edition. London: Thomson Learning.
- Nugroho, Heru. 2001. Negara, Pasar, dan Keadilan Sosial. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Oginni. B.O (2010). *Business Organic Management*, 2<sup>nd</sup> ed, Somolu Lagos, Shecom Press Ltd
- Oginni, B.O & Faseyiku, L.O. (2012). *Fundamental of Human Capital Management: A Process Approach*, Mankore Print Ltd, Somolu-Lagos
- Oluremi, H. A. and Gbenga, M. A. (2011). *Environmental Factors and Entrepreneurship, Development in Nigeria. Journal of Sustainable Development in Africa*, 13 (4), 127- 139



Rusdin (2002). *Business International*, Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy., 2012, *Pemasaran Jasa*. Jogjakarta: Penerbit Andi

Walabyeki J (2008). *Corporate Governance: Auditor Independence in Uganda*, *SSRN Electronic Journal*, Online ISSN: 1556-5068

## TENTANG PENULIS

Dr. Purwanto, ST., MM



Penulis lahir di Sleman, 18 Juli 1971. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Magister Manajemen Teknologi, Universitas Presiden. Menyelesaikan pendidikan S2 di Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta di bidang Manajemen Stratejik dan S3 di Universitas Padjadjaran, Bandung di bidang Manajemen Keuangan (*Islamic Microfinance*). Penulis menekuni bidang Bisnis, Manajemen, Ekonomi dan Keuangan (*Islamic Micro Finance*).

# BAB 4

## KEWIRAUSAHAAN DAN KEPEMILIKAN BISNIS

### A. Kewirausahaan

#### 1. Pengertian Wirausaha

Pengertian wirausaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), yaitu orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, yaitu menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya, sama dengan arti wiraswasta.

Kewirausahaan pertama kali muncul pada abad 18 diawali dengan penemuan-penemuan baru seperti mesin uap, mesin pemintal, dll. Tujuan utama mereka adalah pertumbuhan dan perluasan organisasi melalui inovasi dan kreativitas. Keuntungan dan kekayaan bukan tujuan utama.

Menurut Kasmir, 2007:18, secara sederhana arti wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti.

Sementara Peter F. Drucker mengartikan kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Maksud dari pengertian kewirausahaan adalah orang yang memiliki kreativitas tinggi dalam menciptakan inovasi baru yang bisa masuk dalam

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta.
- Griffin, RW. dan Ebert, RJ., 1997. Binis (Jilid 1), Jakarta: Prehallindo.
- Instruksi Presiden RI. 1995. No. 4.
- John Naisbitt, 1994. dalam event Global Entrepreneur '95 di Singapore
- Kasmir. 2007. Kewirausahaan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Marzali, A.. 2005. Antropologi dan Pembangunan Indonesia. Jakarta: Prenada Media.
- McClelland. 1987. The Achieving Society. Canada: D. Van Nostrand Company, Inc.
- Meredith, Geoffrey G.et al. . 1996. Kewirausahaan; Teori dan Praktek. Jakarta: PPM, (terjemahan).
- Mutis, Thoby. 1995. Kewirausahaan yang Berproses. Jakarta: Cresindo.
- Salim siagian dan Asfahani, 1995. Kewirausahaan Indonesia dengan Semangat 17.8.45. Kloang Klede Jaya PT Putra Timur bekerjasama dengan Puslatkop dan PK Deplop dan PPK. Jakarta.
- Suruji, A, 2008. Membangun Spirit Kewirausahaan Kaum Muda. Kompas.com, Minggu, 13 Oktober.
- Wahjoetomo. 1995. Perguruan Tinggi Pendidikan Alternatif Masa Depan, Jakarta: Gema Insani Press.
- Wiratmo, Masykur. 1996. Pengantar Kewiraswastaan. Yogyakarta: BPF. [www.bhpinfosolution.com](http://www.bhpinfosolution.com).

## TENTANG PENULIS



Nama : H.Kasino Martowinangun,  
S.Sos.,MM.  
NIDN: 0411106807  
Tempat/Tanggal Lahir :Kebumen, 11  
Oktober 1968  
Alamat :Jl.Riung Saluyu IKA No.2  
Komp.Riung Bandung Permai  
Gedebage BandungTelepon :  
HP. 082121574098

Jabatan Fungsional : Asisten Ahli (AA)  
Bidang Keahlian : Manajemen SDM dan Marketing,  
Kewirausahaan, Ahli K3 Umum, ISO 9001 series.

Penulis lahir di Kebumen, 11 ktober 1968. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Akademi Keuangan (AKE), Politeknik Piksi Ganesha Bandung. Menyelesaikan pendidikan S1 di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) LAN RI Bandung pada Jurusan Administrasi Niaga, melanjutkan jenjang S2 pada Jurusan Manajemen Sumber Daya Manusia, Universitas Winaya Mukti Bandung. Penulis menekuni bidang kewirausahaan dan bisnis. Selain sebagai praktisi bisnis, dan sebagai Direktur PT MITRA GRAHA INTI UTAMA, perusahaan afiliasi PT INTI Persero, juga aktif sebagai pengajar di perguruan tinggi.

# BAB

# 5

# MENGELOLA BISNIS

## A. Pendahuluan

Dalam memulai bisnis, peluang yang ada di sekitar lingkungan kita sebenarnya sangatlah banyak, baik itu nampak dari apa yang kita selalu lihat, yang kita baca sehari-hari, yang kita dengar ataupun dari pembicaraan bersama teman. Kesemuanya dapat mendatangkan ide-ide bisnis. Akan tetapi ide-ide tersebut, harus dilaksanakan dengan keberanian, kreativitas, dan kesungguhan. Untuk memulai bisnis, kita bisa menyontek dari bisnis orang lain yang ada di sekitar kita, yang kebutuhan masyarakatnya lebih tinggi dibanding persediaan (Suhardi, 2011).

Pebisnis yang sukses tahu apa yang mereka lakukan. Mereka memiliki pengetahuan tentang industri tempat mereka beroperasi (baik saat ini dan ke mana arahnya), dan mereka tahu siapa pesaing mereka. Mereka tahu bagaimana menarik pelanggan dan siapa pemasok dan distributor terbaik, dan mereka memahami dampak teknologi pada bisnis mereka.

Mengelola bisnis membutuhkan penerapan yang tepat dari banyaknya keterampilan-keterampilan yang berbeda. Menjadi sukses sebagai pemilik bisnis membutuhkan lebih dari sekadar menghasilkan ide cemerlang dan bekerja keras. Kita perlu belajar bagaimana cara mengelola dan mengembangkan bisnis. Bagaimana prosesnya, serta perlu pengetahuan untuk memahami tantangan dan hambatan yang akan dihadapi. Pada saat akan memulai suatu bisnis, yang harus anda lakukan adalah memutuskan bentuk bisnis apa yang akan anda didirikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, I. (2017) *Etika Bisnis, Teori, Kasus, dan Solusi*. Keempat. Bandung: Alfabeta.
- Firdaus, N. (2014) "Pengentasan Kemiskinan Melalui Pendekatan Kewirausahaan SosialOSIAL," *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 22 (1), hal. 55-67. doi:10.14203/JEP.22.1.2014.69-81.
- Hery (2018) *Perencanaan Bisnis*. Pertama. Jakarta: Grasindo.
- Khadijah, S. (2017) "Efektivitas Pelatihan Kompetensi Dalam Peningkatan Kinerja Guru Di SMPN 1 Batang Gangsal," *Jurnal Mitra Manajemen*, 1(2), hal. 151-163. doi:10.52160/EJMM.V1I2.20.
- Kurniawan, P. (2017) "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh," *Competence : Journal of Management Studies*, 11(2), hal. 217-225. doi:10.21107/KOMPETENSI.V1I2.3533.
- Parhana, P. (2019) "Entrepreneurship Bagi Mahasiswa: Antara Bisnis Dan Kebutuhan Hidup (Studi Kasus Mahasiswa STIT Al-Amin Kreo Tangerang)," *Andragogi: Jurnal Pendidikan Islam dan Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), hal. 285-303. doi:10.36671/ANDRAGOGI.V1I2.58.
- Setiawan, D., Jostenz, T.G. dan Novalino, R.D.A. (2018) "Implementas Kebijakan Badan Usaha Milik Desa Dalam Meningkatkan Potensi Wisata Guna Mewujudkan Ketahanan Ekonomi Daerah (Studi Pada Kecamatan Dendang Kabupaten Belitung Timur Provinsi Kepulauan Bangka Belitung)," *Ekonomi Pertahanan*, 4(3). Tersedia pada: <https://jurnalprodi.idu.ac.id/index.php/EP/article/view/356> (Diakses: 21 Agustus 2022).
- Suhardi, Y. (2011) *Kewirausahaan*. 1 ed. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Swat, A., Lindawati, L. dan Puspita, M.E. (2015) "Corporate Social Responsibility : Implikasi Stakeholder dan Legitimacy GAP Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan," *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(1), hal. 157-174. doi:10.18202/JAMAL.2015.04.6013.
- Wibowo, R.A. (2015) "Kesuksesan E-commerce (Online Shopping) Melalui Trust dan Customer Loyalty," *Ekonomi Bisnis*, 20(1), hal. 8-15. doi:10.17977/UM042V20I1P8-15.



## TENTANG PENULIS

### **Ichsan Milang, S.E., M.M**



Penulis lahir di kota Luwuk Kabupaten Banggai Provinsi Sulawesi Tengah tanggal 23 Maret 1981 Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Tompotika Luwuk Banggai. Menyelesaikan pendidikan S1 Tahun 2010 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tompotika Luwuk Banggai dan melanjutkan S2 pada Program Studi Manajemen Di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Lembaga Pendidikan Indonesia Makassar (STIM-LPI) Makassar dan selesai Tahun 2015. Penulis menekuni bidang Menulis.

# BAB 6

## MENGORGANISASIKAN PERUSAHAAN BISNIS

### A. Pendahuluan

Mengorganisasikan adalah bagian kedua dari fungsi manajemen. Dalam mengorganisasikan suatu perusahaan atau lembaga ada dua jenis kegiatan yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

#### 1. Menentukan struktur organisasi perusahaan

Dalam menentukan struktur organisasi perusahaan tentunya harus sesuai dengan tujuan yang ingin di capai dan sesuai dengan sumber-sumber daya yang ada. Dengan adanya struktur organisasi perusahaan tentunya akan mempermudah proses atau alur pekerjaan serta akan memudahkan pekerja dalam melaksanakan tanggung jawab sesuai jabatan yang di berikan dan mengetahui tugas dan tanggung jawab masing-masing. Struktur organisasi perusahaan juga memberikan kemudahan akan mekanisme serta pengendalian kerja, semuanya jelas dan terarah. Secara umum, struktur organisasi mempunyai susunan dan hirarki yang berbeda-beda, struktur tersebut disesuaikan dengan kebutuhan dan kompleksitas yang ada pada persusahaan tersebut, semakin tinggi tingkat kebutuhan dan kompleksitas perusahaan maka semakin besar susunan organisasinya.

#### 2. Menentukan wewenang, tugas dan tanggung jawab

Dalam menentukan wewenang dan tanggung jawab setiap orang yang bekerja diperusahaan, pada dasarnya harus saling memiliki keterkaitan dan saling berhubungan

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Penelitian dan Pengembangan Pemukiman (2012 'Modul Rumah Sehat' *Kementrian Pekerjaan Umum*, 66, pp. 37-39.
- Bogolasky, F. and Ward, P. M. (2018 'Housing, Health, and Ageing in Texas Colonias and Informal Subdivisions' *Current Urban Studies*, 06(01), pp. 70-101. doi: 10.4236/cus.2018.61004.
- Dr. Muhammad Ikhtiar (2018 *Pengantar Kesehatan Lingkungan*.
- Keman, S. (2007 'Enam Kebutuhan Fundamental Perumahan Sehat' *Jurnal Kesehatan Lingkungan Unair*, 3(2), p. 3933.
- Kemenkes (2002 'Syarat - syarat dan pengawasan kualitas air minum.
- Kementerian Kesehatan RI (1990 'Syarat - syarat dan Pengawasan Kualitas Air. doi: 10.1007/978-1-4684-0955-0\_19.
- Kementerian Kesehatan RI (1999 'KEPMENKES\_829\_1999.pdf, pp. 1-6.
- Krieger, J. and Higgins, D. L. (2002 'Housing and health: Time again for public health action' *American Journal of Public Health*, 92(5), pp. 758-768. doi: 10.2105/AJPH.92.5.758.
- Marlinae, *Let al.* (2019 'Buku Ajar Dasar-Dasar Kesehatan Lingkungan' *Fakultas Kedokteran Universitas Lambung Mangkurat Banjarbaru*, pp. 1-120. Available at: <http://kesmas.ulm.ac.id/id/wp-content/uploads/2019/02/BUKU-AJAR-DASAR-DASAR-KESEHATAN-LINGKUNGAN.pdf>.
- Purnama, S. G. (2018 'Diktat Dasar Kesehatan Lingkungan, pp. 1-97.
- Sub-Committee, G. B. C. H. A. C. S. of F. for H. and Health, G. B. M. of (1946 *Report of the Standards of Fitness for Habitation Sub-Committee*. H.M. Stationery Office. Available at: <https://books.google.co.id/books?id=hCmlzQEACAAJ>.

Undang-Undang No 1 Tahun (2011 'Perumahan dan Kawasan  
Pemukiman.

World Health Organization (WHO) (2010 'WHO Healthy  
Workplace Framework and Model. Available at:  
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/17514926>.

## TENTANG PENULIS

Biodata Penulis:



**Sri Lestari, M.M**

Penulis lahir di Semarang, tanggal 18 Januari 1970. Penulis adalah dosen tetap sekaligus menjabat sebagai Sekretaris Program Studi Teknik Informatika Politeknik Purbaya mulai tahun 2018 sampai sekarang. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Pertanian di Universitas Islam Malang dan pada tahun 2014-2017 melanjutkan S2 di Universitas Pancasakti Tegal pada Jurusan Magister Manajemen.

Sejak Tahun 1997 sampai sekarang, penulis membuka usaha Lembaga Kursus dan Pelatihan yang diberi nama "LKP Lestari Komputer" di Kabupaten Tegal, dan Tahun 2010 - 2018 mengelola PAUD "Star Kids".

Alamat email : [srilestarislw18@gmail.com](mailto:srilestarislw18@gmail.com)

# BAB

# 7

# MANAJEMEN OPERASI

## A. Pendahuluan

Kegiatan bisnis adalah suatu kegiatan usaha yang bertujuan untuk memperoleh laba yang dilakukan melalui aktivitas ekonomi masyarakat berupa pertukaran barang maupun jasa yang diproduksi. Untuk itu, karena sifatnya yang terbuka bagi siapa saja yang akan menggeluti dunia bisnis, maka pelaku bisnis saat ini begitu banyak yang menyebabkan terjadinya persaingan bisnis yang begitu ketat. Pelaku bisnis cenderung berupaya secara masif dalam menghasilkan laba dengan mencipatakan dan memproduksi barang atau jasa yang dibutuhkan oleh para konsumen. Akan tetapi dalam kenyataannya, dengan ketatnya persaingan bisnis tersebut, para pelaku bisnis dengan mudah memanfaatkan situasi persaingan dengan melakukan peniruan produk yang sedang naik daun dipasaran melalui proses perubahan bagian tertentu dari produk perusahaan lain. Maka dari itu, perlu kiranya suatu perusahaan atau pelaku bisnis untuk melakukan penerapan strategi produk yang dihasilkan melalui pemanfaatan teknologi untuk menghasilkan barang atau jasa yang memiliki karakteristik dan keunggulan produk yang tidak mudah ditiru oleh perusahaan lain (Djati Satmoko *et al.*, 2020).

Proses pengelolaan bisnis tidak lepas dari penerapan unsur-unsur dalam konsep umum manajemen yang secara operasional terdiri dari kegiatan manajemen operasi, manajemen keuangan, manajemen sumber daya manusia, manajemen pemasaran dan manajemen sistem informasi. Dalam

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2004). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi Revisi. Lembaga. Penerbit FE-UI, Jakarta.
- Akhmad (2018) *Manajemen Operasi: Teori dan Aplikasi dalam Dunia Bisnis*. Cetakan Pe. Edited by M.S. Abdul Kodir, M.Pd, Dr. Munir M.Pd, Dr. Mas'ud. Leuwinanggung Gunung Putri Bogor: Azkiya Publishing.
- Djati Satmoko, N. *et al.* (2020) 'MANAJEMEN OPERASI (Tinjauan Teori dan Praktis)'. Available at: [www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com) (Accessed: 13 September 2022).
- Efendi, S., Pratiknyo, D. and Sugiono, E. (2019) *Manajemen Operasional, Perpustakaan Nasional RI: Katalog Dalam Terbitan Susunan Tim Penyusun*. Cetakan 20. Edited by Melati. Jakarta Selatan: LPU-UNAS. Available at: <http://repository.unas.ac.id>.
- Rusdiana, H. (2014) *Penerbit CV Pustaka Setia Bandung*. Cetakan ke. Edited by B.A. Saebani. Bandung: CV Pustaka Setia. Available at: [http://digilib.uinsgd.ac.id/8788/1/Buku Manajemen Operasi.pdf](http://digilib.uinsgd.ac.id/8788/1/Buku%20Manajemen%20Operasi.pdf).
- Schroeder, R.G. (2007) 'Operations management: contemporary concepts and cases', p. 538. Available at: <http://acclib.ui.ac.id> (Accessed: 18 September 2022).
- Sumadi, H. (2007) *Pengantar Manajemen Operasi, Manajemen Operasi Edisi Ketiga*. Available at: [file:///C:/Users/Acer/Downloads/adoc.pub\\_pengantar-manajemen-operasi.pdf](file:///C:/Users/Acer/Downloads/adoc.pub_pengantar-manajemen-operasi.pdf).
- Hendra Kusuma, 1999. *Manajemen Produksi (Perencanaan dan Pengendalian Produksi*. Penerbit Andi Offset Yogyakarta.

## TENTANG PENULIS

### **Zulfikar Jaka Putera Djalawang, SE.MM**



Penulis lahir di Desa Lomba, Kecamatan Lamala Kabupaten Banggai Propinsi Sulawesi Tengah pada tahun 1978 Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Alkhairaat. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPUP Makassar. Menyelesaikan studi S2 pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Tadulako Palu. Saat ini penulis sedang melanjutkan studinya pada program doktor ilmu ekonomi pasca sarjana Universitas Tadulako Palu. Penulis menekuni bidang ilmu manajemen keuangan.



# BAB 8

## PERILAKU DAN MOTIVASI KARYAWAN

### A. Pendahuluan

Perilaku merupakan suatu aktivitas dari manusia, yang merupakan refleksi dari berbagai gejala kejiwaan seperti: kepribadian, pengetahuan, inteligensi, keinginan, minat, bakat, motivasi dan sebagainya. Perilaku adalah kegiatan atau aktivitas manusia yang timbul karena adanya rangsangan atau dorongan untuk memenuhi kebutuhan agar terpuaskan. Perilaku dapat dikelompokkan menjadi perilaku terbuka dan perilaku tertutup, perilaku terbuka adalah perilaku yang secara langsung dapat dilihat dan ketahu maknanya, misalnya membaca, bekerja, belajar. Sedangkan perilaku tertutup adalah perilaku yang hanya dapat dimengerti dengan menggunakan alat bantu atau metode tertentu, misalnya berpikir, persepsi, berimajinasi dan sebagainya.

Sumber daya manusia memiliki peranan penting dalam pencapaian tujuan perusahaan, untuk itu perusahaan perlu memperhatikan kinerja karyawan serta faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan, salah satunya adalah motivasi kerja karyawan. Motivasi kerja akan menentukan perilaku karyawan ketika bekerja, dengan motivasi kerja yang tinggi tentunya akan berdampak signifikan terhadap kinerja karyawan maupun kinerja perusahaan tempatnya bekerja. Motivasi kerja yang tinggi tercermin dalam perilaku karyawan, seperti : percaya diri, tekun, tidak mudah menyerah, mandiri, bersaing secara sehat untuk berprestasi, mempunyai rasa tanggung jawab yang tinggi terhadap pekerjaan, tidak suka membuang-buang

## DAFTAR PUSTAKA

- Hadi dan Fattah Hanurawan. (2017) Psikologi Industri dan Organisasi. Sidoarjo: Zifatama Jawara
- Marliani, Rosleny. (2015). Psikologi Industri dan Organisasi. Bandung: Pustaka Setia
- Sutrisno, Edy. (2009) Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Kencana
- Umama, Hany Azza. (2019) Buku Ajar Psikologi dan Organisasi. Yogyakarta: Deepublish

## TENTANG PENULIS

### Devy Sofyanty



Penulis lahir di Jakarta, 17 Desember 1984. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Sistem Informasi Akuntansi Universitas Bina Sarana Informatika. Menyelesaikan pendidikan Sarjana di Fakultas Psikologi Universitas Persada Indonesia Y.A.I dan melanjutkan pada Program Magister Manajemen Universitas BSI Bandung. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Penulis aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi narasumber pada seminar dan pelatihan tentang Manajemen Sumber Daya Manusia.

Email: [Devy.dyy@bsi.ac.id](mailto:Devy.dyy@bsi.ac.id)

# BAB 9

## PROSES PEMASARAN DAN PERILAKU KONSUMEN

### B. Pendahuluan

Dalam kegiatan ekonomi yang paling berperan penting adalah proses pemasaran. Dalam pemasaran penentuan jenis produk, pelanggan, sasaran serta penentuan cara promosi diyakini berperan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan rekan yang bermitra secara kompetitif merupakan bagian tugas dari perusahaan dan menjadi fungsi dari pemasaran. Sebenarnya fungsi dari pemasaran yaitu untuk mendapatkan profit dan peningkatan penjualan yang muaranya adalah semakin meningkatkan laba dan sustainability perusahaan. Semakin banyak aktivitas pemasaran, maka semakin besar peluang produk atau jasa terjual. Dalam pemasaran terdapat juga aturan berupa etika pemasaran sebagai sebuah standar moral yang digunakan untuk memandu keputusan dan tindakan pemasaran sehingga dapat terhindar dari pemasaran yang tidak sesuai dengan peraturan perundangan. Etika dalam pemasaran mengatur berjalannya harmoni antara kepentingan konsumen, perusahaan dan pemerintah dalam aspek legal.

Bauran pemasaran (*marketing mix*) sebagai seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan pemasarannya. Seperangkat alat pemasaran dalam bauran pemasaran dikenal dalam istilah 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat atau saluran distribusi), dan *promotion* (promosi), sedangkan dalam pemasaran jasa memiliki beberapa alat pemasaran tambahan seperti *people* (orang), *physical evidence* (fasilitas fisik), dan *process* (proses), sehingga

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Penelitian dan Pengembangan Pemukiman (2012 'Modul Rumah Sehat' *Kementrian Pekerjaan Umum*, 66, pp. 37-39.
- Bogolasky, F. and Ward, P. M. (2018 'Housing, Health, and Ageing in Texas Colonias and Informal Subdivisions' *Current Urban Studies*, 06(01), pp. 70-101. doi: 10.4236/cus.2018.61004.
- Dr. Muhammad Ikhtiar (2018 *Pengantar Kesehatan Lingkungan*.
- Keman, S. (2007 'Enam Kebutuhan Fundamental Perumahan Sehat' *Jurnal Kesehatan Lingkungan Unair*, 3(2), p. 3933.
- Kemenkes (2002 'Syarat - syarat dan pengawasan kualitas air minum.
- Kementerian Kesehatan RI (1990 'Syarat - syarat dan Pengawasan Kualitas Air. doi: 10.1007/978-1-4684-0955-0\_19.
- Kementerian Kesehatan RI (1999 'KEPMENKES\_829\_1999.pdf, pp. 1-6.
- Krieger, J. and Higgins, D. L. (2002 'Housing and health: Time again for public health action' *American Journal of Public Health*, 92(5), pp. 758-768. doi: 10.2105/AJPH.92.5.758.
- Marlinae, *Let al.* (2019 'Buku Ajar Dasar-Dasar Kesehatan Lingkungan' *Fakultas Kedokteran Universitas Lambung Mangkurat Banjarbaru*, pp. 1-120. Available at: <http://kesmas.ulm.ac.id/id/wp-content/uploads/2019/02/BUKU-AJAR-DASAR-DASAR-KESEHATAN-LINGKUNGAN.pdf>.
- Purnama, S. G. (2018 'Diktat Dasar Kesehatan Lingkungan, pp. 1-97.
- Sub-Committee, G. B. C. H. A. C. S. of F. for H. and Health, G. B. M. of (1946 *Report of the Standards of Fitness for Habitation Sub-Committee*. H.M. Stationery Office. Available at: <https://books.google.co.id/books?id=hCmlzQEACAAJ>.

Undang-Undang No 1 Tahun (2011 'Perumahan dan Kawasan  
Pemukiman.

World Health Organization (WHO) (2010 'WHO Healthy  
Workplace Framework and Model. Available at:  
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/17514926>.

[https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/teori-perilaku-  
konsumen/](https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/teori-perilaku-konsumen/)

<https://www.gramedia.com/literasi/teori-perilaku-konsumen/>

## TENTANG PENULIS

### **Sri Suwarni, M. Sc.**



Penulis lahir di Klaten, 2 September 1978 (Virgo). Penulis adalah Guru Produktif SMK Nusaputera 2 Semarang. Menyelesaikan pendidikan S1 Farmasi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta (1997 – 2001) Profesi Apoteker Farmasi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta (2001 -2002) S2 Manajemen Farmasi Rumah Sakit Universitas Gadjah Mada Yogyakarta (2015 -2017). Banyak mengikuti training dan Organisasi serta melahirkan karya ilmiah dalam bentuk publikasi Ilmiah, Karya Hak Atas Kekayaan Intelektual (HaKI), Buk uber ISBN serta Artikel Pengabdian Masyarakat.

# BAB 10

## PENGEMBANGAN DAN PENETAPAN HARGA PRODUK

### A. Pendahuluan

Perkembangan yang cukup pesat di dunia usaha ditandai dengan munculnya berbagai macam jenis perusahaan yang berusaha menciptakan produk untuk memenuhi kebutuhan para konsumen, yang diikuti dengan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi. Adanya perkembangan tersebut menimbulkan dua dampak, dari sisi perusahaan dan dari sisi konsumen. Bagi perusahaan, dengan adanya perkembangan di dunia industri, menyebabkan timbulnya daya saing yang sifatnya semakin kompetitif antar perusahaan. Selain itu, dari sisi pemasaran perusahaan, yang biasanya memiliki pangsa pasar yang luas, kini dituntut untuk dapat memperluas lagi pangsa pasarnya, dengan cara bekerja secara efektif dan efisien mungkin dalam menanggapi permintaan dan memenuhi kebutuhan dari para konsumen. Adapun dari sisi konsumen, dengan adanya perkembangan tersebut memberikan gambaran tentang adanya kesejahteraan masyarakat yang meningkat, yang akan mengakibatkan terjadinya peningkatan daya beli masyarakat atau konsumen (Kotler, 2005).

### B. Lingkungan Produk

Produk merupakan, suatu hasil produksi suatu perusahaan, yang dapat berwujud dalam bentuk barang dan jasa. Perusahaan diwajibkan secara terus-menerus untuk dapat menghasilkan berbagai macam produk yang telah ada dan juga menciptakan jenis produk-produk yang baru dengan tujuan



## DAFTAR PUSTAKA

- <https://glints.com/id/lowongan/product-classification-adalah/#.YyfoMXZBzIU> (2022) *Product Classification: Pengertian, Jenis, dan Manfaatnya Bagi Marketer*. Available at: <https://glints.com/id/lowongan/product-classification-adalah/#.YyfoMXZBzIU> (Accessed: 4 September 2022).
- <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/07/21/siklus-hidup-produk> (no date) *Siklus Hidup Produk: Pengertian, Tahapan, & Strateginya*, 2022. Available at: <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/07/21/siklus-hidup-produk> (Accessed: 2 September 2022).
- Kotler, P. (2005) *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Madura, J., Yulianto, A.A. and Krista, K. (2011) *Introduction To Business Pengantar Bisnis*. 4th edn. Edited by P. Wuriarti. Jakarta: Salemba Empat.

## TENTANG PENULIS

**Metta Kusumaningtyas, SE., MSi., Akt., CA.**



Penulis lahir di Semarang, 25 April 1976. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bank BPD Jateng Semarang. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Akuntansi dan S2 pada Program Magister Akuntansi, di Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang. Saat ini sedang melanjutkan studi lanjut dengan mengambil Konsentrasi Akuntansi, pada Program Doktor Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang. Penulis menekuni bidang Menulis.

# BAB 11

## GROSIR, RETAIL DAN DISTRIBUSI FISIK

### A. Grosir

Pengertian "grosir" adalah sebagai berikut:

1. Kamus Lengkap Indonesia

Pedagang grosir adalah pedagang yang menangani barang dagangan dalam jumlah besar.

2. Badan Jasa Keuangan

Daripada menjual langsung ke klien, pedagang membeli barang dalam jumlah besar dan menjualnya kembali ke pedagang lain atau pengecer (grosir).

3. Wikipedia

Grosir atau distribusi mengacu pada penjualan komoditas atau barang ke pengecer, pelanggan bisnis industri, komersial, institusional, atau profesional, serta grosir lainnya dan layanan terkait. Secara umum, ini menggambarkan penjualan barang kepada siapa pun selain konsumen biasa.

Sedangkan pengertian grosir dari para ahli, antara lain:

Pedagang besar adalah badan usaha yang membeli produk untuk dijual kembali kepada pengecer, pedagang, atau pengguna industri, institusi, dan komersial, menurut Setyaningrum et al.

Selanjutnya, grosir mengacu pada setiap tindakan pemasaran yang mengalihkan komoditas dari produsen ke pengecer atau lembaga pemasaran lainnya, menurut Alma (2011). Griffin dan Ronald (2007) menegaskan bahwa grosir adalah bisnis terpisah yang memasarkan berbagai produk

## DAFTAR PUSTAKA

[https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-grosir/Pengertian Grosir - Macam, Fungsi, Keuntungan, dan Perbedaannya dengan Eceran](https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-grosir/Pengertian%20Grosir%20-%20Macam,%20Fungsi,%20Keuntungan,%20dan%20Perbedaannya%20dengan%20Eceran), Rabu, 4 Januari 2022, Pukul 10.30 WIB

## TENTANG PENULIS



Diana Widhi Rachmawati menyelesaikan Pendidikan Sarjana di Program Studi Ilmu Administrasi Negara. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sriwijaya (UNSRI). Palembang tahun 1998 dan Program Pasca Sarjana Magister Manajemen pada Konsentrasi Manajemen Keuangan di STIE IPWI Jakarta tahun 2001. Saat ini sedang melanjutkan pendidikan pada Program Studi Doktor Pendidikan FKIP di Universitas Bengkulu. Semenjak tahun 2012 menjadi dosen tetap di Prodi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas PGRI Palembang dan mengampu manajemen keuangan, analisa laporan keuangan, manajemen dan kepemimpinan, kewirausahaan, akuntansi perbankan dan akuntansi perbankan syariah. Pernah terlibat langsung dalam team manajemen sebagai Section Head di PT Lottemart Wholesale Indonesia store 14 Palembang sejak tahun 2004 hingga 2018 sebagai Section Head untuk Divisi Check Out End Control, Divisi Non Food, Divisi Dry Food, Divisi Good Merchandise, Divisi Cashier dan Divisi Fresh Food

# BAB 12

## PENGELOLAAN KEUANGAN BISNIS

### A. Pendahuluan

Keberhasilan perusahaan terlihat dari kemampuan para pengelola atau pihak manajemen perusahaan dalam memanfaatkan peluang secara maksimal sehingga menghasilkan return (imbal hasil) yang diharapkan. Dalam setiap penyelenggaraan kegiatan diperlukan keuangan untuk pelaksanaan operasional nya. Sebelum memulai usaha bisnis perlu dilakukan perencanaan keuangan secara cermat, teliti dan tepat. Dari perencanaan yang dilakukan akan tergambar kebutuhan dana / modal kerja yang diperlukan. Perencanaan keuangan sangat penting karena dapat mengarahkan dan mengendalikan aliran kas (keuangan) suatu organisasi serta tindakan yang diperlukan dalam mencapai tujuan yang didasarkan pada kondisi saat ini.

Hal ini menyangkut kehidupan usaha dan perusahaan pasti berharap usaha yang dimulai dapat berjalan dalam rentang waktu yang cukup lama dan mendapatkan hasil yang maksimal sehingga tercapai tujuan jangka pendek dan jangka panjangnya.

### B. Perencanaan Keuangan

Kegiatan dari perencanaan keuangan ini merupakan bagian dari manajemen keuangan.

Fungsi manajemen keuangan menurut Martono dan Harjito (2010) sebagai berikut:

## DAFTAR PUSTAKA

- Harjito and Martono (2010) *Manajemen Keuangan*. 1st edn. Yogyakarta: Ekonisia.
- Prihadi, T. (2012) *Memahami Laporan Keuangan Sesuai IFRS dan PSAK*. 1st edn. Jakarta: PPM.
- Salendra (2015) *Langkah – Langkah Praktis Membuat SOP Standard Operating*. Solusi Buku.
- Sutrisno (2019) *Manajemen Keuangan, Teori Konsep dan Aplikasi*. Ekonesia.
- Usman, S. (2017) *Perencanaan dalam Keuangan Perusahaan*. 1st edn. Yogyakarta: Deepublish.

## TENTANG PENULIS

Biodata Penulis:



Penulis lahir di Jakarta, 26 Desember 1974. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Akuntansi, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan.. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Manajemen dan S2 pada Jurusan Akuntansi. Selain sebagai dosen ,penulis juga sebagai praktisi di salah satu perusahaan swasta di bagian keuangan.