

Editor:

Acai Sudirman, S.E., M.M



Kolaborasi Buku Eureka

**Komang Agus Rudi Indra Laksmna | Syamsuddin | Andini Grace Tinia | Andifa Dwi Fani
Heni Nastiti | Rasmulia Sembiring | Tati Haryati | Sofiyani | Darwin Lie | Nagjan Toni
Santy Sriharyati | Christina Bagenda | Riyan Sisiawan Putra | Rosali Sembiring Colia
Susy Evita Satya Putri Pasaribu | Yusuf Ronny Edward**

Pengantar Bisnis

Konsep dan Aplikasinya

Pengantar Bisnis

Konsep dan Aplikasinya

Bisnis dengan tata kelola yang baik dalam sebuah organisasi perusahaan yang terdaftar, memiliki izin resmi, bidang kegiatan usaha yang fokus, memiliki kredibilitas dan akuntabilitas bisnis yang bisa meyakinkan publik dan dapat dipertanggungjawabkan. Apalagi dalam era teknologi digital sekarang ini, dunia dan semua kegiatan manusia sudah bisa terhubung, termasuk bisnis, sudah bisa terkoneksi dengan konsumennya melalui berbagai media sosial. Setiap kehadiran bisnis pasti tidak sekedar dimaksudkan hanya untuk jangka waktu yang pendek. Tidak pula hanya untuk mencapai tujuan profit/keuntungan yang sesaat dan minimal. Bisnis apapun pasti menginginkan bisa meraih profit/keuntungan yang terus meningkat dari waktu ke waktu. Selain keuntungan, tentu setiap pebisnis menginginkan bisnisnya bisa terus bertumbuh dan berkembang secara terus menerus dari waktu ke waktu dalam jangka panjang. Bahkan kalau bisa turun temurun ke anak cucu. Artinya melampaui generasi pertama hingga tumbuh dan berkembang pada generasi-generasi berikutnya. Untuk itu bagi setiap pebisnis, penting memahami dan mengetahui karakteristik bisnis yang dijalankan.

Saat ini, memulai sebuah bisnis mungkin lebih mudah, namun agar wirausahawan tidak hanya bisa bertahan namun juga berkembang, mereka harus memiliki tekad untuk membawa ide-ide mereka ke pasar, keterampilan bisnis untuk menciptakan bisnis yang menguntungkan dengan rencana yang baik, dan keterampilan finansial yang diperlukan untuk mendukung kesuksesan bisnis mereka. Buku ini dapat dijadikan sebagai bahan ajar dosen dan dapat juga dijadikan sebagai referensi bagi pihak yang ingin mempelajari lebih dalam mengenai Pengantar Bisnis.

PENGANTAR BISNIS: KONSEP DAN APLIKASINYA

Dr. Komang Agus Rudi Indra Laksmana, S.E., M.M
Dr. Syamsuddin, S.E., M.Si
Andini Grace Tinia, S.E., M.M
Andifa Dwi Fani, S.E., M.MKMT
Dra. Heni Nastiti, M.M
Dr. Rasmulia Sembiring, S.E., M.MA
Tati Haryati, S.Sos., M.AB
Dr. Sofiyani, S.E., M.MA
Prof. Dr. Darwin Lie, S.E., M.M
Dr. Nagian Toni, S.Si., M.M., CIMBA., CACP., CIERM
Santy Sriharyati, S.Sos., M.Si
Christina Bagenda, S.H., M.H., C.P.C.L.E
Riyan Sisiawan Putra, S.E., M.SM., CPLM., CHRMP
Rosali Sembiring Colia, S.E., M.M
Susy Evita Satya Putri Pasaribu, S.E., Gradip.Comm, M.Comm
Dr. Yusuf Ronny Edward, S.Kom., M.H., M.I.Kom., M.Psi



PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

PENGANTAR BISNIS: KONSEP DAN APLIKASINYA

Penulis : Dr. Komang Agus Rudi Indra Laksana, S.E., M.M ; Dr. Syamsuddin, S.E., M.Si; Andini Grace Tina, S.E., M.M; Andifa Dwi Fani, S.E., M.MKMT; Dra. Heni Nastiti, M.M; Dr. Rasmulia Sembiring, S.E., M.MA; Tati Haryati, S.Sos., M.AB; Dr. Sofiyan, S.E., M.M; Prof. Dr. Darwin Lie, S.E., M.M; Dr. Nagian Toni, S.Si., M.M., CIMBA., CACP., CIERM; Santy Sriharyati, S.Sos., M.Si; Christina Bagenda, S.H., M.H., C.P.C.L.E; Riyan Sisiawan Putra, S.E., M.SM., CPLM., CHRMP; Rosali Sembiring Colia, S.E., M.M; Susy Evita Satya Putri Pasaribu, S.E., Gradip.Comm, M.Comm; Dr. Yusuf Ronny Edward, S.Kom., M.H., M.I.Kom., M.Psi

Editor : Acai Sudirman, S.E., M.M

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Herlina Sukma

ISBN : 978-623-120-242-0

No. HKI : EC00202414194

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, FEBRUARI 2024**
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 : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2024

Eureka Media Aksara bekerja sama dengan
Kolaborasi Buku Eureka

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.

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga buku kolaborasi ini dapat dipublikasikan dan dapat sampai di hadapan pembaca. 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. Untuk itu bagi setiap pebisnis, penting memahami dan mengetahui karakteristik bisnis yang dijalankan. Karakteristik produk/jasa tersebut, serta karakteristik konsumen untuk mendukung keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Buku ini hadir untuk menambah buku-buku terkait Pengantar Bisnis yang telah ada. Kami mengharapkan buku ini dapat menjadi referensi dan bahan bacaan untuk menambah pengetahuan para pembaca khususnya yang berkaitan dengan Pengantar Bisnis.

Sistematika buku Pengantar Bisnis: Konsep dan Aplikasinya ini mengacu pada pendekatan konsep teoritis dan contoh penerapan. Buku ini terdiri atas 16 bab yang dibahas secara rinci, diantaranya: Bab 1 Sejarah dan Konsep Bisnis, Bab 2 Karakteristik dan Keberadaan Bisnis, Bab 3 Lingkungan Bisnis Internal dan Eksternal, Bab 4 Lingkungan Bisnis dan Etika Bisnis, Bab 5 Etika dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), Bab 6 Keterampilan Kepemimpinan Bisnis, Bab 7 Business Proses Innovation, Bab 8 Manajemen SDM Pada Bisnis, Bab 9 Manajemen Pemasaran Pada Bisnis, Bab 10 Manajemen Keuangan Pada Bisnis, Bab 11 Komunikasi Bisnis, Bab 12 Aspek Hukum dalam Bisnis, Bab 13 Analisis dan Pengambilan Keputusan Bisnis, Bab 14 Manajemen Proyek dan Manajemen Kualitas, Bab 15 Bisnis Internasional, dan Bab 16 Strategi Bisnis dan Korporat.

Pembahasan materi dalam buku ini telah disusun secara sistematis, dengan tujuan memudahkan dosen dalam menyampaikan materi secara berkesinambungan guna

menciptakan proses belajar-mengajar yang efektif dan efisien. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan buku ini hingga dapat selesai dengan baik. Penulis berharap buku ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan dapat memberi kontribusi yang positif demi kemajuan nusa dan bangsa Indonesia yang tercinta.

Pematangsiantar, 14 Januari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB 1 SEJARAH DAN KONSEP BISNIS	1
A. Pendahuluan.....	1
B. Evolusi Pengelolaan Produksi Manufaktur	2
C. Mempelajari Manusia sebagai Komponen Penting dalam Bisnis	3
D. Munculnya Merek Internasional.....	3
E. Kemunculan Era Digital	5
F. Model Akses Pembiayaan dalam Bisnis.....	8
G. Praktek Bisnis di Masa Depan.....	9
H. Kesimpulan.....	9
DAFTAR PUSTAKA.....	11
TENTANG PENULIS	13
BAB 2 KARAKTERISTIK DAN KEBERADAAN BISNIS	14
A. Karakteristik Bisnis	14
B. Keberadaan Bisnis	24
DAFTAR PUSTAKA.....	32
TENTANG PENULIS	34
BAB 3 LINGKUNGAN BISNIS INTERNAL DAN EKSTERNAL	35
A. Pendahuluan.....	35
B. Lingkungan Bisnis Internal	36
C. Tantangan Lingkungan Internal	37
D. Lingkungan Bisnis Eksternal.....	39
E. Hambatan Lingkungan Eksternal.....	43
F. Tantangan Lingkungan Eksternal.....	44
G. Dinamika Lingkungan Bisnis	46
H. Kesimpulan.....	48
DAFTAR PUSTAKA.....	49
TENTANG PENULIS	50
BAB 4 LINGKUNGAN BISNIS DAN ETIKA BISNIS	51
A. Pendahuluan.....	51

B. Konsep Etika.....	52
C. Konsep Etika Bisnis.....	53
D. Apakah Etik Bisnis mempengaruhi Keputusan Pembelian?.....	55
DAFTAR PUSTAKA	61
TENTANG PENULIS.....	62
BAB 5 ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
PERUSAHAAN (CSR).....	63
A. Pendahuluan	63
B. Etika Bisnis	64
C. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	69
D. Rangkuman Materi	76
DAFTAR PUSTAKA	78
TENTANG PENULIS.....	79
BAB 6 KETERAMPILAN KEPEMIMPINAN BISNIS.....	80
A. Pendahuluan	80
B. Ruang Lingkup Digitalisasi SDM.....	81
C. Organisasi dan Era Society 5.0.....	83
D. Kepemimpinan dalam Bisnis.....	85
E. Macam-Macam Gaya Kepemimpinan	86
F. Keterampilan Kepemimpinan Bisnis yang Efektif.....	89
DAFTAR PUSTAKA	92
TENTANG PENULIS.....	94
BAB 7 BUSINESS PROCESS INNOVATION	95
A. Pendahuluan	95
B. <i>Business Process Innovation</i>	96
C. Rangkuman Materi	104
DAFTAR PUSTAKA	106
TENTANG PENULIS.....	110
BAB 8 MANAJEMEN SDM PADA BISNIS	111
A. Pendahuluan	111
B. SDM dalam Organisasi Bisnis.....	113
C. Strategi dan Analisis Manajemen SDM dalam Bisnis	116
D. Perkiraan Kebutuhan Sumber Daya Manusia.....	118
E. Peran SDM dalam <i>Sustainability</i>	119
DAFTAR PUSTAKA	124

TENTANG PENULIS	126
BAB 9 MANAJEMEN PEMASARAN PADA BISNIS	127
A. Pendahuluan.....	127
B. Perencanaan Strategis dan Proses Pemasaran	129
C. Strategi Pemasaran yang Efektif Pada Bisnis.....	131
D. Analisis Bauran Pemasaran pada Bisnis	133
E. Implementasi E-Business dan Inovasinya.....	135
F. Sistem Informasi Pemasaran	137
DAFTAR PUSTAKA.....	139
TENTANG PENULIS	141
BAB 10 MANAJEMEN KEUANGAN PADA BISNIS	142
A. Pendahuluan.....	142
B. Manajemen Keuangan pada Bisnis.....	143
C. Ruang Lingkup Manajemen Keuangan pada Bisnis ..	144
D. Pentingnya Manajemen Keuangan dalam Bisnis	146
E. Tujuan Manajemen Keuangan Pada Bisnis.....	147
F. Fungsi Manajemen Keuangan pada Bisnis	148
G. Prinsip Manajemen Keuangan dalam Bisnis	149
H. Implementasi Manajemen Keuangan dalam Bisnis ...	151
DAFTAR PUSTAKA.....	155
TENTANG PENULIS	157
BAB 11 KOMUNIKASI BISNIS	158
A. Pendahuluan.....	158
B. Pengertian Komunikasi Bisnis	158
C. Tujuan Komunikasi Bisnis.....	160
D. Jenis-Jenis Komunikasi Bisnis	160
E. Proses Komunikasi.....	161
F. Teknik Komunikasi Bisnis	162
G. Efektifitas Komunikasi Bisnis.....	163
H. Etika dalam Komunikasi Bisnis	164
DAFTAR PUSTAKA.....	166
TENTANG PENULIS	167
BAB 12 ASPEK HUKUM DALAM BISNIS	168
A. Pendahuluan.....	168
B. Sekilas Tentang Hukum.....	171
C. Aspek Hukum Ekonomi.....	173

D. Aspek Hukum Kegiatan Ekonomi di Indonesia	177
E. Pembinaan Cita Hukum dan Asas-Asas Hukum Nasional.....	179
DAFTAR PUSTAKA	180
TENTANG PENULIS.....	181
BAB 13 ANALISIS DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN	
BISNIS	182
A. Pengertian Pengambilan Keputusan.....	182
B. Gaya-Gaya Pengambilan Keputusan	183
C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan.....	187
D. Aspek-Aspek Pengambilan Keputusan	189
E. Kesimpulan.....	190
DAFTAR PUSTAKA	192
TENTANG PENULIS.....	194
BAB 14 MANAJEMEN PROYEK DAN MANAJEMEN KUALITAS	195
A. Pendahuluan	195
B. Manajemen Proyek	200
C. Proyek	201
D. Siklus Hidup Proyek.....	203
E. Pentingnya Manajemen Proyek.....	205
F. Manajemen Kualitas	207
G. Kesimpulan.....	212
DAFTAR PUSTAKA	215
TENTANG PENULIS.....	216
BAB 15 BISNIS INTERNASIONAL	217
A. Pengantar Bisnis Internasional	217
B. Konsep Bisnis Internasional.....	218
C. Sejarah Bisnis Internasional	219
D. Hakikat Bisnis Internasional.....	221
E. Ruang Lingkup Bisnis Internasional	224
F. Kekuatan yang Mendasari Bisnis Internasional Globalisasi dan Pasar Global	228
G. Kegiatan Bisnis Internasional.....	232
DAFTAR PUSTAKA	233

TENTANG PENULIS	235
BAB 16 STRATEGI BISNIS DAN KORPORAT	236
A. Pendahuluan.....	236
B. Strategi Bisnis dan Korporat.....	238
C. Keunggulan dan Kelemahan Strategi Bisnis dan Korporat	239
D. Konsep Analisis Inovasi Proses Bisnis.....	240
E. <i>Business Process Improvement</i>	242
F. Strategi Bisnis Digital	244
DAFTAR PUSTAKA.....	247
TENTANG PENULIS	249

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi perilaku dalam bisnis.....	54
Gambar 4. 2 Tanggung Jawab Sosial.....	56
Gambar 6.1 Evolusi Masyarakat-Bersama-sama Menciptakan Masa Depan	85

DAFTAR TABEL

Tabel 8. 1	Peran Sumber Daya Manusia	121
Tabel 9.1	Elemen Bauran Pemasaran – 4P	133
Tabel 14. 1	Perbandingan Antara Pekerjaan Rutin dan Proyek.	203
Tabel 15. 1	Sejarah Bisnis Internasional	220

BAB

1

SEJARAH DAN KONSEP BISNIS

Dr. Komang Agus Rudi Indra Laksmna, S.E., M.M
Universitas Mahendradatta

A. Pendahuluan

Sejak jasa dan barang dipertukarkan dari awal peradaban hingga saat ini, masyarakat selalu memikirkan tentang bisnis. Seiring waktu, produsen khusus muncul dan perak mulai digunakan sebagai alat tukar. Perkembangan ini telah menciptakan peluang bagi masyarakat dan individu di dalamnya untuk mencapai apa yang kita sebut di zaman modern: keunggulan bisnis dan menciptakan salah satu kemajuan besar dalam pengembangan bisnis. Orang Yunani kuno, Mesir, Romawi, dan Maya semuanya memahami pentingnya menciptakan kekayaan melalui mekanisme bisnis. Mereka tahu betapa mendasarnya perolehan kekuasaan dan bagaimana hal itu menjadi landasan bagi kemakmuran peradaban modern.

Pembelajaran dari para pedagang awal ini masih dapat diterapkan hingga saat ini. Konsep spesialisasi memberikan skala ekonomi, dimana biaya produksi menurun seiring dengan semakin banyaknya barang yang diproduksi. Menjual barang dan jasa dengan harga lebih tinggi dari biaya produksinya. Alfred Chandler, dalam terbitannya tahun 1977 *The Visible Hand*, membagi sejarah bisnis menjadi dua periode: sebelum tahun 1850 dan setelah tahun 1850. Ia mengamati dan

DAFTAR PUSTAKA

- Afuah, A. & C.L. Tucci. 2001. *Internet Business Models and Strategies: Text and Cases*. Boston: McGraw-Hill.
- Alt, R. & H.-D. Zimmermann. 2001. Preface: Introduction to Special Section – Business Models. *Electronic Markets*, Vol. 11, No. 1, pp. 3-9.
- Amit, R. & C. Zott. 2001. Value Creation In E-Business. *Strategic Management Journal*, Vol. 22, No. 6/7, pp. 493-520.
- Azelea Team. 2023. *Business Evolution-Lesson from Business History for Entrepreneurs*. Azelea Coaching Advisory
- Chesbrough, H. & R.S. Rosenbloom. 2002. The Role of the Business Model in Capturing Value from Innovation: Evidence from Xerox Corporation's Spin-Off Companies. *Industrial and Corporate Change*, Vol. 11, No. 3, pp. 529-555.
- Fielt, E. (2014) Conceptualising business models: Definitions, frameworks and classifications, *Journal of Business Models*, 1(1), pp. 85-105.
- Hamel, G. 2000. *Leading the revolution*. Boston: Harvard Business School Press.
- Hedman, J. & T. Kalling. 2003. The business model concept: Theoretical underpinnings and empirical illustrations. *European Journal of Information Systems*, Vol. 12, No. 1, pp. 49-59.
- Magretta, J. 2002. Why Business Models Matter. *Harvard Business Review*, Vol. 80, No. 5 May, pp. 86-92.
- Nielsen, C., & Lund, M. (2014). A Brief History of the Business Model Concept. In *The Basics of Business Models* (pp. 21-27). Ventus. <http://bookboon.com/en/the-basics-of-business-models-ebook>
- Osterwalder, A. 2004. *The Business Model Ontology: A proposition in a design science approach*. University of

Lausanne, Switzerland.

Porter, M.E. 2001, Strategy and the Internet. Harvard Business Review, Vol. 79, No. 3 March, pp. 62-79.

Sandberg, K.D. 2002. Is it Time to Trade in your Business Model? Harvard Management Update, Vol. 7, No. 1 January, pp. 3-5.

Senge, P.M & G. Carstedt. 2001. Innovating Our Way to the Next Industrial Revolution. MIT Sloan Management Review, Vol. 42, No. 2 Winter, pp. 24-38

TENTANG PENULIS



Dr. Komang Agus Rudi Indra Laksana, S.E., M.M., Penulis lahir di kota Singaraja, Buleleng, Bali pada tanggal 23 November 1986. Ketertarikan penulis terhadap ilmu manajemen dimulai pada tahun 2005 silam. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk masuk ke Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Satya Dharma Singaraja dengan memilih Jurusan Manajemen dan berhasil lulus pada tahun 2009. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan Magister Manajemen dan berhasil menyelesaikan studi S2 di Universitas Udayana pada tahun 2012. Lima tahun kemudian, penulis melanjutkan studi S3 di prodi Ilmu Manajemen Konsentrasi Keuangan di Universitas Udayana dan berhasil lulus pada tahun 2020. Penulis memiliki kepakaran dibidang Manajemen Keuangan dan Investasi. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti dibidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenristek DIKTI. Selain peneliti, penulis juga aktif menjadi narasumber dan pembicara pada berbagai kegiatan seminar, workshop, diklat dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini. Atas dedikasi dan kerja keras dalam melakukan penelitian, pada tahun 2017, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) RI memberikan penghargaan Juara III pada Kompetensi Inklusi Keuangan (KOINKU).

email Penulis: ilaksana70@gmail.com

BAB 2

KARAKTERISTIK DAN KEBERADAAN BISNIS

Dr. Syamsuddin, SE., M.Si
Universitas Tadulako, Palu - Sulawesi Tengah

A. Karakteristik Bisnis

1. Tujuan Ekonomi

Salah satu karakteristik utama bisnis adalah bertujuan untuk menciptakan keuntungan ekonomi. Konsep ini ditegaskan oleh Friedman (2007) dalam artikelnya yang terkenal, "*The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*". Friedman mengargumentasikan bahwa keuntungan ekonomi adalah tujuan pokok bisnis, dan tanggung jawab utamanya adalah kepada pemegang saham.

Tujuan ekonomi bisnis mencerminkan pandangan bahwa bisnis ada untuk meningkatkan laba dan keberlanjutan finansial. Keuntungan ekonomi memungkinkan bisnis untuk tumbuh, berinvestasi, dan memberikan nilai kepada pemangku kepentingan. Pemahaman yang kokoh terhadap tujuan ini menjadi dasar untuk pengambilan keputusan ekonomis yang efektif dalam bisnis.

Tujuan ekonomi dalam karakteristik bisnis memainkan peran sentral dalam membentuk perilaku dan keputusan bisnis. Pandangan ini menciptakan pengaruh yang signifikan pada berbagai aspek dalam lingkup bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Azar, O. H. (2008). Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant by W. Chan Kim and Renee Mauborgne, Harvard Business School Press, 2005. *Long Range Planning*, 41(2), 226–228.
- Baron, D. P. (2013). *Business and its environment*. Pearson.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497–505.
- Christensen, C. M. (2013). The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail. In *Harvard Business Review Press*.
- Drucker, P. E. (1954). *The Practice of Management* Harper&Row. New York, 225.
- Ferdinand, D. P. (1974). *Management, Tasks, Responsibilities, Practices*. Harper & Row Publishers, New York, Cambridge, Philadeldhia, San Franciso
- Friedman, M. (2007). The social responsibility of business is to increase its profits. In *Corporate ethics and corporate governance* (pp. 173–178). Springer.
- Haeckel, S. H. (1999). *Adaptive enterprise: Creating and leading sense-and-respond organizations*. Harvard business press.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (2019). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. In *Corporate governance* (pp. 77–132). Gower.
- Kaplan, R. S. (2009). Risk management and the strategy execution system. *Balanced Scorecard Report*, 11(6), 1–6.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action. *Harvard Business Review*, 74 (1), 75–85.
- Levitt, T. (1983). *The globalization of markets*.

- Mankiw, N. G., & Ball, L. (2011). *Macroeconomics and the financial system*. Macmillan.
- March, J. G., & Simon, H. A. (1958). *Organizations* John Wiley & Sons. New York.
- Mintzberg, H. (1979). *The structuring of organizations* Prentice-Hall. Englewood Cliffs, NJ.
- Moore, J. F. (1996). *The death of competition: leadership and strategy in the age of business ecosystems. (No Title)*.
- Penrose, E. T. (2009). *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford university press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive strategy: Creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press.
- Prahalad, C. K., & Krishnan, M. S. (2008). *The new age of innovation*. McGraw-Hill Professional Publishing New York.
- Rothaermel, F. (2020). *Strategic Management: Concepts*.
- Slack, N., & Brandon-Jones, A. (2018). *Operations and process management: principles and practice for strategic impact*. Pearson UK.
- Tapscott, D., & Williams, A. D. (2008). *Wikinomics: How mass collaboration changes everything*. Penguin.

TENTANG PENULIS



Syamsuddin, lahir di Desa Lakatan (Kabupaten Tolitoli, Propinsi Sulawesi Tengah), 07 Agustus 1970. Jenjang Pendidikan; SD Negeri LANTAPAN lulus Tahun 1984, SMP Negeri LALOS lulus Tahun 1987, SMA Negeri 4 PALU lulus Tahun 1990, selanjutnya melanjutkan studi ke jenjang Strata Satu (S-1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Tadulako lulus sebagai Sarjana Ekonomi Tahun 1996, Strata Dua (S-2) pada Program Pascasarjana Universitas Padjadjaran Bandung masuk Tahun 2000 lulus Tahun 2002, Strata Tiga (S-3) pada Universitas Tadulako Palu masuk Tahun 2013 lulus Tahun 2018. Bidang konsentrasi keilmuan penulis adalah Manajemen Operasional. Penulis diterima sebagai Dosen CPNS Tahun 1998 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako Palu dan diangkat sebagai Dosen PNS Tahun 1999. Penulis telah beberapa kali ikut berpartisipasi dalam penulisan book chapter di beberapa penerbit di Indonesia. Penulis juga aktif dalam melakukan riset, baik riset mandiri, riset kerjasama dengan pemda, maupun riset dari kementerian dikti. Selain aktif dalam berbagai riset juga aktif menulis dalam publikasi nasional dan internasional. Penulis dosen pengampu mata kuliah; Manajemen Operasional, *Operation Research*, *Total Quality Management*, Manajemen Teknologi dan Inovasi, Manajemen Kualitas, Logistik dan Distribusi, Matematika Ekonomi dan Bisnis, Manajemen Persediaan, Statistik Ekonomi dan Bisnis, serta Ekonomi Manajerial.
Email Penulis: syam_singga@yahoo.co.id

BAB 3 | LINGKUNGAN BISNIS INTERNAL DAN EKSTERNAL

Andini Grace Tinia, S.E., M.M
Universitas Galuh

A. Pendahuluan

Lingkungan bisnis memiliki ketergantungan yang kuat dengan kondisi ekonomi, industri dan kepentingan dalam anggota masyarakat yang lainnya. Oleh karena lingkungan itulah, keputusan bisnis banyak dipengaruhi oleh kepentingan pihak-pihak yang berasal dari berbagai latar belakang yang berbeda. Mengetahui komponen apa saja dari lingkungan dan memahami bagaimana lingkungan mempengaruhi perusahaan merupakan hal penting bagi manajer perusahaan.

Lingkungan bisnis adalah segala sesuatu yang mempengaruhi aktivitas bisnis dalam suatu lembaga organisasi atau perusahaan (Adnan, 2020). Lingkungan bisnis merupakan lingkungan yang dihadapi organisasi dan harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan bisnis (Rahim dan Radjab, 2017). Lingkungan organisasi bisnis merupakan keseluruhan lingkungan eksternal dan internal yang memengaruhi perusahaan secara individu, organisasi maupun kegiatannya (Hulu et.al, 2023).

Dengan demikian dapat diketahui bahwa lingkungan bisnis merupakan suatu keadaan yang terjadi di sekitar bisnis secara keseluruhan yang terdiri dari lingkungan internal dan

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan. 2020. *Analisis Lingkungan Bisnis (Reformulasi dan Rekayasa Ulang Strategi Bisnis)*. Cetakan I. Aceh: CV. Sefa Bumi Persada.
- Ali, Karnila. 2020. *Pengantar Bisnis*. Cetakan Pertama. Lampung: CV Laduny Alifatama.
- Hulu, Dalizanolu et, al. 2023. *Pengantar Binsis*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rahim, Abdul Rahman dan Enny Radjab. 2017. *Manajemen Strategi*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Suratman, Adji. 2021. *Analisis Lingkungan Bisnis dan Hukum. Konsep dan Permasalahan*. Jakarta: PT Mandala Nasional.

TENTANG PENULIS



Andini Grace Tinia lahir di Ciamis tanggal 08 Agustus 1990. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh. Menyelesaikan pendidikan S1, S2 pada Program Studi Manajemen dan melanjutkan S3 pada program Doktor Ilmu Manajemen di Universitas Pasundan. Penulis menekuni bidang Manajemen terutama Manajemen Sumber Daya Manusia dan Manajemen Strategi. Dengan adanya karya yaitu berbentuk buku maka tingkat pengetahuan, informasi, pengalaman, dan *networking* semakin meningkat dan meluas.

BAB 4

LINGKUNGAN BISNIS DAN ETIKA BISNIS

**Andifa Dwi Fani, S.E., M.MKMT
Institut Agama Islam Darussalam**

A. Pendahuluan

Ada banyak keributan selama dekade terakhir mengenai perubahan etika bisnis, yang dikatakan sedang mengalami penurunan. Gejala menurunnya solidaritas, tanggung jawab sosial, dan integritas dalam kelompok usaha semakin parah. Permainan cek kosong dan utang yang belum dibayar adalah gejala umum yang melemahkan teori kesehatan ekonomi, komersial, atau moral. Dalam dunia bisnis, tidak semua orang berharap diperlakukan tidak jujur oleh orang lain. Manipulasi tidak akan terjadi apabila didasari oleh standar moral yang tinggi. Moral dan integritas yang rendah menghancurkan nilai-nilai etika dalam bisnis itu sendiri, namun yang menjadi persoalan adalah tidak ada sanksi berat bagi pelanggaran etika karena nilai-nilai etika hanya ada dalam hati nurani individu.

Berbeda dengan aturan hukum, yang mencakup unsur paksaan eksternal, etika mempunyai pengendalian internal pada intinya. Namun mereka yang menjalankan bisnis dengan keyakinan agama yang mendalam tahu bahwa perilaku jujur membawa kepuasan dalam hidup mereka, baik di dunia nyata maupun di akhirat. Kehidupan duniawi, khususnya dunia usaha, tidak boleh lepas dari kehidupan masa depan. Banyak

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2012. Pengantar Bisnis. Bandung: CV. ALFABETA
- Sumarni, Murti dan Suprihanto, John. 2011. PENGANTAR BISNIS (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan) Edisi Ke enam. Yogyakarta: LIBERTY YOGYAKARTA.

TENTANG PENULIS



Andifa Dwi Fani, Ketertarikan penulis terhadap manajemen dimulai pada tahun 2009 silam. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk masuk ke SMAN 1 Ciamis dengan memilih Jurusan Ilmu Pendidikan Sosial dan berhasil lulus pada tahun 2012. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi dan berhasil menyelesaikan studi S1 di prodi Manajemen, di Universitas Galuh pada tahun 2016. selanjutnya, penulis menyelesaikan studi S2 di prodi Manajemen Keuangan Mikro Terpadu, Program Pasca Sarjana Universitas Padjadjaran dan lulus pada tahun 2019.
Email Penulis: andifa08@gmail.com

BAB 5

ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CSR)

Dra. Heni Nastiti, M.M
UPN Veteran Jakarta

A. Pendahuluan

Etika bisnis merupakan sebuah perilaku mengenai moral dan amoral, yang dijadikan pegangan secara khusus dalam menentukan pertimbangan yang baik dan buruk di dalam bisnis. Etika juga bersifat normatif, yang artinya setiap aktivitas yang kita lakukan dengan penuh tanggung jawab akan berpegang teguh dengan norma, aturan, serta ketentuan ketentuan yang berlaku. Etika bisnis menjadi salah satu dari aturan berupa pedoman berperilaku yang dibuat dibentuk dalam sebuah institusi. Suatu perusahaan menjalankan etika bisnis yang sesuai dibentuk supaya dalam menjalankan tugas dapat diselesaikan dengan baik. Kode etik dalam perusahaan menjadi penting karena akan menciptakan citra yang baik perusahaan dan menjadi benefit untuk promosi akan kode etik yang digunakan. Bagi perusahaan jasa etika sangat dibutuhkan karena itu kunci utama untuk menarik pelanggan dan menawarkannya. Menentukan karakteristik pelanggan dan memberikan pelayanan adalah tugas utama dari setiap pihak perusahaan

Tanggung jawab sosial (*social responsibility*) merupakan pengakuan bahwa kegiatan usaha berdampak pada masyarakat dan pertimbangan terhadap dampak dalam pengambilan

DAFTAR PUSTAKA

- Bisnis. (2022, Maret 09). *Bisnis dan Tanggungjawab Sosial*.
Diambil dari <https://jendelaguru.com/hubungan-bisnis-dan-tanggungjawab-sosial/>
- Diambil dari <https://www.kajianpustaka.com/2022/06/perilaku-etis.html>
- Diambil dari <https://binus.ac.id/malang/2018/10/stakeholder-dan-tanggung-jawab-sosial-perusahaan/>
- Griffin, R.W. & Ebert, R.J (2007). *BISNIS* Jilid 1 (Edisi Kedelapan)
Jakarta : Penerbit Erlangga Jakarta .
- Kumalasari. R, D. (n.d). *Stakeholder dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. 2022.
- Pride Hughes Kapoor Pengantar Bisnis ,Introduction to Business
Edisi 11 Penerbit : salemba Empat 2014
- Purwanto, E. (2020). *Pengantar Bisnis : Era Revolusi Industri 4.0*.
Banyumas, Republik Indonesia : Sasanti Institute.
- Riadi, M. (2022, Juni 04). *Perilaku Etis (Aspek, Prinsip, Indikator dan Faktor yang Mempengaruhi)*.
- Sadono Sukirno, (2004) *Pengantar Bisnis Edisi Pertama* Penerbit:
Prenadamedia , Jakarta

TENTANG PENULIS



Dra. Heni Nastiti, M.M, CLIP., Penulis adalah Dosen tetap pada Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta. Penulis mengampu mata kuliah Statistik Ekonomi dan Bisnis, Manajemen Operasional, Manajemen Rantai Pasok, dan Manajemen Kualitas serta Pengantar Bisnis. Penulis juga melakukan beberapa penelitian dan pengabdian kepada masyarakat bersama dosen lain yang menghasilkan tulisan karya ilmiah antara lain adalah (1) Pengendalian Kualitas Produksi Dengan Metode SQC, (2) Analisis Penentuan Luas Produksi Optimum Pada Perusahaan Batik, (3) Efektivitas Tunjangan Kinerja Tenaga Kependidikan Pada Perguruan Tinggi, (4) Analisis Loyalitas Kepuasan Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi, (5) Kepuasan Dosen dan Tenaga Kependidikan Terhadap Sistem dan Pengelolaan SDM di Perguruan Tinggi, (6) Analisis Kualitas Lulusan Pada Perguruan Tinggi. (7) Peranan Tenaga Kerja Perempuan Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah tangga dan Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB), (8) Analisis Pengaruh Kompensasi, Motivasi Dan Budaya Kerja Terhadap Kinerja Pada Perguruan Tinggi, (9) Analisis Pengendalian Kualitas Produksi Tahu Di Pondok Labu Jakarta. (10) Analisis Faktor-Faktor Minat Berwirausaha Mahasiswa . Penulis menyelesaikan Pendidikan S1 Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi UNSOED Purwokerto dan S2 Magister Manajemen di Fakultas Ekonomi UPN Veteran Jakarta. Penulis dapat di hubungi melalui e-mail heni_nastiti@yahoo.com

BAB 6

KETERAMPILAN KEPEMIMPINAN BISNIS

Dr. Rasmulia Sembiring, S.E., M.MA
Universitas Methodist Indonesia

A. Pendahuluan

Era globalisasi yang dihadapi setiap bangsa pada saat ini menjadikan dunia menjadi terbuka dan terkoneksi. Hal ini menuntut kesadaran dan kesiapan sumber daya manusia bahwa keterbukaan menjadi sesuatu yang nyata (Halim *et al.*, 2020). Persaingan tidak lagi hanya sebatas lingkup lokal dan nasional, tetapi juga internasional. Selain itu globalisasi membawa pengaruh budaya global, yang jika sebuah bangsa lengah, maka identitas dan budaya nasional berpotensi tergerus sedikit demi sedikit dan akhirnya hilang. Pro dan kontra dampak globalisasi haruslah disadari, dipahami dan dipersiapkan antisipasinya khususnya dari sumber daya manusianya (Djajasinga *et al.*, 2021). Di era global, digitalisasi sebagai akibat perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi mendominasi dan mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Era sekarang ini, yang disebut dengan era revolusi industri 4.0 menjadikan teknologi informasi menjadi basis dalam tatanan kehidupan manusia sehari-hari. Fleksibilitas, koneksitas, borderless (segala hal menjadi tanpa batas) dan penggunaan data yang mudah tersedia dan tidak terbatas (*unlimited*) adalah keuntungan dari penggunaan teknologi internet di masa sekarang (Purba *et al.*, 2020). Hal ini menjadi pintu utama sebab

DAFTAR PUSTAKA

- Basit, A. (2022). *7 Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia, Ruang Lingkup, Tugas, Tujuan dan Fungsinya*. Wislah.Com.
- Basoeky, U., Panggabean, S., Manu, G. A., Wardhana, A., Hoeronis, I., Adnan, Y., Maisarah, & Sudirman, A. (2021). *Pemanfaatan Teknologi Digital: Dalam Berbagai Aspek Kehidupan Masyarakat*. Media Sains Indonesia.
- Daft, R. L. (2006). *Manajemen* (R. Widyaningrum (ed.); 6th ed.). Salemba Empat.
- Djajasinga, N. D., Sulastrri, L., Sudirman, A., Sari, A. L., & Rihardi, L. (2021). Practices in Human Resources and Employee Turnover in the Hospitality Industry. *Proceedings of the 2nd Annual Conference on Blended Learning, Educational Technology and Innovation (ACBLETI 2020) Practices*, 560(Acbleti 2020), 113–117.
- Halim, F., Efendi, Butarbutar, M., Malau, A. R., & Sudirman, A. (2020). Constituents Driving Interest in Using E-Wallets in Generation Z. *Proceeding on International Conference of Science Management Art Research Technology*, 1(1), 101–116. <https://doi.org/10.31098/ic-smart.v1i1.32>
- Handoko, T. H. (2012). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. BPFE.
- Kouzes, J. M., & Posner, B. Z. (2006). *The leadership challenge* (Vol. 3). John Wiley & Sons.
- Lie, D., Sofiyan, S., Astiti, N. M. A. G. R., Lina, N. P. M., & Sudirman, A. (2022). The Importance of Quality of Work-Life on Teacher Organizational Citizenship Behavior: Consequences of Leader-Member Exchange and Organizational Commitment. *Jurnal Pendidikan Progresif*, 12(3), 994–1007. <https://doi.org/10.23960/jpp.v12.i>
- Luthans. (2006). *Perilaku Organisasi (Organizational Behavior)* (10th ed.). Andi.

- Manua, L. (2019). *Ruang Lingkup Manajemen SDM*. Studimanajemen.Com.
- Purba, R. A., Sudarso, A., Silitonga, H. P., Sisca, Supitriyani, Yusmanizar, Nainggolan, L. E., Sudirman, A., Widyastuti, R. D., & Novita, A. D. (2020). *Aplikasi Teknologi Informasi Teori & Implementasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Sedarmayanti. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia - Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil (Ke Tujuh)*. PT.Refika Aditama.
- Silalahi, M., Komariyah, I., Sari, A. P., Purba, S., Sudirman, A., & Purba, P. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen & Bisnis*. Yayasan Kita Menulis.
- Sudirman, A., Candra, V., Dharma, E., & Lie, D. (2021). Determinants of Teacher Performance : Exploring the Role of Satisfaction and Motivation as Mediation. *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 54(1), 68-79.
- Suryani, N. K., Riswandi, P., Hasbi, I., Rochmi, A., Hasan, M., Sudirman, A., Yuniarti, R., & Arta, I. P. S. (2021). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Widina Bhakti Persada.
- Ulty. (2021). *Ruang Lingkup Manajemen Sumber Daya Manusia*. Lancangkuning.Com.
- Umiyati, H., Sudirman, A., Putri, E. R., Hasbi, I., Rimayanti, Desi Asmaret, H., Zulfah, Adiarsi, G. R., Nugroho, H., & Apriyeni, D. (2022). *Perilaku Organisasional*. Widina Bhakti Persada.

TENTANG PENULIS



Dr. Rasmulia Sembiring, S.E., M.MA

adalah Lektor Kepala dalam Ilmu Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Indonesia dan Lahir di Yogyakarta, 11 Juni 1960. Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Sumatera Utara tahun 1986. Kemudian melanjutkan Pendidikan Magister Manajemen Agribisnis tahun 2007, dan Doktor Ilmu Manajemen dari Universitas Pasundan tahun 2012.

Email Penulis: rasmuliasembiring1106@gmail.com

BAB

7

BUSINESS PROCESS INNOVATION

Tati Haryati, S.Sos., M.AB

Universitas Amal Ilmiah (UNA'IM) Yapis Wamena

A. Pendahuluan

Inovasi proses bisnis merujuk pada pengenalan dan penerapan perubahan signifikan dalam cara suatu organisasi melakukan kegiatan operasionalnya. Tujuan dari inovasi ini adalah untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, kualitas, dan daya saing perusahaan. Proses bisnis yang efektif dapat memberikan keuntungan kompetitif, mengurangi biaya, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Beberapa bentuk inovasi proses bisnis melibatkan penerapan teknologi baru, restrukturisasi organisasi, pengembangan metode kerja baru, atau kombinasi dari berbagai pendekatan. Berikut beberapa contoh Inovasi dalam proses bisnis, di antaranya **pertama**, Automatisasi Proses Bisnis seperti mengimplementasikan sistem otomatisasi untuk tugas-tugas rutin seperti pemrosesan transaksi, pengelolaan inventaris, atau pengiriman notifikasi kepada pelanggan. **Kedua**, Penerapan Teknologi *Internet of Things* (IoT) dalam Rantai Pasokan seperti menggunakan sensor IoT untuk memonitor dan mengelola inventaris secara *real-time*, meningkatkan ketepatan pengiriman, dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aguilar, F. J. (1967). *"Scanning the Business Environment."* Macmillan.
- Armbrust, M., et al. (2010). "A view of cloud computing." *Communications of the ACM*.
- Ashton, K. (2009). "That 'Internet of Things' Thing." *RFID Journal*.
- Blanchard, B. S., & Fabrycky, W. J. (2011). *"Systems Engineering and Analysis."* Prentice Hall.
- Breyfogle III, F. W., Cupello, J. M., & Meadows, B. (2000). *"Managing Six Sigma: A Practical Guide to Understanding, Assessing, and Implementing the Strategy That Yields Bottom-Line Success."* John Wiley & Sons.
- Carroll, A. B. (1999). "Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct." *Business & Society*.
- Collis, D. J., & Montgomery, C. A. (2008). "Competing on Resources: Strategy in the 1990s." *Harvard Business Review*.
- Davenport, T. H. (1994). "Reengineering Work: Don't Automate, Obliterate." *Harvard Business Review*.
- DeLong, T., & Trautman, S. (2015). *"The Executive's Guide to 21st Century Corporate Learning: How to Create a Continuous Learning Environment for Your Employees in an Age of Acceleration."* McGraw-Hill Education.
- Deming, W. E. (1986). *"Out of the Crisis."* MIT Press.
- Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). "The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications." *Academy of Management Review*.
- Dumas, M., La Rosa, M., Mendling, J., & Reijers, H. A. (2018). *"Fundamentals of Business Process Management."* Springer.

- Fombrun, C., & Shanley, M. (1990). "What's in a Name? Reputation Building and Corporate Strategy." *Academy of Management Journal*.
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge University Press.
- Goldstein, I. L., & Ford, J. K. (2002). *Training in Organizations: Needs Assessment, Development, and Evaluation*. Brooks/Cole.
- Hammer, M. (1990). "Reengineering work: Don't automate, obliterate." *Harvard Business Review*.
- Hammer, M., & Champy, J. (1993). *Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution*. HarperCollins.
- Hammer, M., & Champy, J. (1993). *Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution*. HarperCollins.
- Harmon, P. (2007). *Business Processes Change: A Guide for Business Managers and BPM and Six Sigma Professionals*. Morgan Kaufmann.
- Harrington, H. J., & Voehl, F. (2014). *Business Processes Improvement: The Breakthrough Strategy for Total Quality, Productivity, and Competitiveness*. McGraw-Hill Education.
- Hill, T., & Westbrook, R. (1997). "SWOT Analysis: It's Time for a Product Recall." *Long Range Planning*.
- Kagermann, H., et al. (2013). "Recommendations for Implementing the Strategic Initiative INDUSTRIE 4.0." acatech - National Academy of Science and Engineering.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). "The Balanced Scorecard - Measures that Drive Performance." *Harvard Business Review*.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Harvard Business Press.
- Kirkpatrick, D. L., & Kirkpatrick, J. D. (2006). *Evaluating Training Programs: The Four Levels*. Berrett-Koehler Publishers.

- Lawler III, E. E. (1986). *"High involvement management."* Jossey-Bass.
- McAfee, A., & Brynjolfsson, E. (2012). *"Big Data: The Management Revolution."* Harvard Business Review.
- Milgram, P., & Kishino, F. (1994). *"A taxonomy of mixed reality visual displays."* IEICE transactions on information and systems.
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). *"Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts."* Academy of Management Review.
- Nielson, J. (1993). *"Usability Engineering."* Academic Press.
- Noe, R. A. (2017). *"Employee Training and Development."* McGraw-Hill Education.
- Phillips, J. J., & Phillips, P. P. (2016). *"Handbook of Training Evaluation and Measurement Methods."* Routledge.
- Phillips, J. J., & Phillips, P. P. (2016). *"Measuring the Success of Learning Through Technology: A Guide for Measuring Impact and Calculating ROI on E-Learning, Blended Learning, and Mobile Learning."* American Society for Training and Development.
- Porter, M. E. (1996). *"What is strategy?"* Harvard Business Review.
- Pyzdek, T., & Keller, P. A. (2014). *"The Six Sigma Handbook."* McGraw-Hill Education.
- Raj, T., & Abhary, K. (2015). *"Prototyping in Systems Engineering: An Overview."* Procedia Manufacturing.
- Referensi: Hammer, M., & Champy, J. (1993). *"Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution."* HarperCollins.
- Reichheld, F. F. (2003). *"The one number you need to grow."* Harvard Business Review.

- Rummler, G. A., & Brache, A. P. (2012). *Improving Performance: How to Manage the White Space on the Organization Chart.* John Wiley & Sons.
- Russell, S., & Norvig, P. (2010). *Artificial Intelligence: A Modern Approach.* Pearson.
- Salas, E., Tannenbaum, S. I., Kraiger, K., & Smith-Jentsch, K. A. (2012). *The Science of Training and Development in Organizations: What Matters in Practice.* Psychological Science in the Public Interest.
- Schein, E. H. (2010). *Organizational Culture and Leadership.* John Wiley & Sons.
- Schwaber, K. (1995). *SCRUM Development Process.* OOPSLA '95 Proceedings.
- Senge, P. M. (2006). *The Fifth Discipline: The Art & Practice of The Learning Organization.* Crown Publishing Group.
- Simons, R. (1999). *How Risky Is Your Company?* Harvard Business Review.
- Tapscott, D., & Tapscott, A. (2016). *Blockchain revolution: how the technology behind bitcoin is changing money, business, and the world.* Penguin.
- Tushman, M. L., & O'Reilly, C. A. (1996). *Ambidextrous Organizations: Managing Evolutionary and Revolutionary Change.* California Management Review.
- Zhu, Q., & Chen, F. (2014). *Big data in supply chain management: Introduction to the special issue.* International Journal of Production Economics.

TENTANG PENULIS



Tati Haryati, S.Sos., M.AB, Penulis merupakan Dosen Sistem Informasi Bisnis dan Administrasi Bisnis pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Amal Ilmiah (UNA'IM) Yapis Wamena sejak Tahun 2016. Sebagai seorang yang sepenuhnya 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. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah diberbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/lokakarya tertentu.
Email: mawarprimuz26@gmail.com

BAB 8

MANAJEMEN SDM PADA BISNIS

Dr. Sofiyan, S.E., M.MA
Universitas Prima Indonesia

A. Pendahuluan

Human Capital atau modal SDM dianggap penting untuk keberhasilan organisasi dalam Industri 4.0. Para peneliti dan praktisi manajemen sudah memprediksi skenario untuk mengantisipasi perubahan ini. Karakteristik modal SDM yang merupakan kunci keberhasilan adalah pendidikan, pengalaman, dan pengetahuan yang perlu dimanfaatkan oleh organisasi untuk mencapai kesuksesan di dunia yang kompetitif (Hartini *et al.*, 2021). Dalam berbisnis pasti tujuan utamanya adalah mendapatkan laba yang optimal. Namun, terkadang perusahaan melalaikan unsur-unsur yang mendorong kenapa laba yang di hasilkan perusahaan mencapai hasil yang maksimal. Bisa di karenakan mesin yang menghasilkan produk tersebut yang menjadikan hasil yang maksimal, modal yang cukup besar sehingga berdampak selisih harga yang mampu menjadikan pesaing tidak mampu berani dalam bersaing, jaringan dalam pemasaran yang sudah terkuasai sekaligus memiliki loyalitas konsumen yang tinggi atau kualitas sumber daya manusia yang dimiliki memiliki kompetensi yang hebat, motivasi yang begitu tinggi serta kualitas perilaku yang menciptakan iklim yang harmonis. Keempat hal tersebut mulai dari mesin, modal, loyalitas

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S., & Shahzad, K. (2011). HRM and Employee Performance: A Case Of University Teachers Of Azad Jammu And Kashmir (AJK) In Pakistan. *African Journal of Business Management*, 5(13), 5249-5253. <https://doi.org/10.5897/AJBM10.1605>
- Anggoro KR, M. Y. A. R., Wahyuni, A., Sudirman, A., Fitriani, F., Lestari, A. S., Manik, E., Wicaksono, T., Wisudawaty, P., & Zulfikar, R. (2022). *MSDM Dalam Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasi* (Vol. 15, Issue 2). Widina Bhakti Persada.
- Butlin, J., & Browne, N. (1987). Cite this paper Related papers Global environment al change and mechanisms for nort h-sout h resource t ransfers Neil Adger A Communit arian Green Space Bet ween Market and Polit ical Rhet oric About Environment al Law. *Our Common Future. By World Commission on Environment and Development.*
- Cooke, F. L., & Saini, D. S. (2010). How Does The HR Strategy Support an Innovation Oriented Business Strategy? An Investigation of Institutional Context and Organizational Practices in Indian Firms. *Human Resource Management*, 49(3), 377-400. <https://doi.org/0.1002/hrm.20356>
- Hartini, H., Sudirman, A., & Wardhana, A. (2021). *MSDM (Digitalisasi Human Resources)*. Media Sains Indonesia.
- Lie, D., Dharma, E., & Sudirman, A. (2021). Measurement of Teacher Performance in Pematangsiantar City Middle School Through Teacher Certification , Motivation , and Job Satisfaction. *Proceedings of the 2nd Annual Conference on Blended Learning, Educational Technology and Innovation (ACBLETI 2020) Measurement*, 560(Acbleti 2020), 396-401.
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2011). *Human Resource Management* (10th ed.). Salemba Empat.
- Mulyono, S., Sari, A. P., Sudirman, A., Silalahi, I. V., Maulida, E.,

Aprilia, H. D., Tenrisau, M. A., Susanto, E., Hendrayani, E., Taufik, M., Husniadi, & Hardjono, B. (2021). *Pengantar Manajemen*. Media Sains Indonesia.

Rachmawati, I. K. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi I). ANDI.

Suryani, N. K., Riswandi, P., Hasbi, I., Rochmi, A., Hasan, M., Sudirman, A., Yuniarti, R., & Arta, I. P. S. (2021). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Widina Bhakti Persada.

TENTANG PENULIS



Dr. Sofiyan, S.E., M.MA

Lahir di Kota Medan, 27 Maret 1970. Menyelesaikan Studi S-1 di Universitas Sisingamangaraja XII Tahun 2001. Melanjut studi Magister (S-2) di Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Medan Area dan lulus pada tahun 2006. Kemudian melanjutkan studi S-3 di Program Doktor Ilmu Manajemen Fakultas Pascasarjana Universitas Pasundan lulus pada tahun 2012. Saat ini aktif mengajar di Universitas Prima Indonesia dan Pascasarjana Prodi Magister Ilmu Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung.

Email Penulis: sofiyan.stie@gmail.com

BAB 9

MANAJEMEN PEMASARAN PADA BISNIS

Prof. Dr. Darwin Lie, S.E., M.M
Universitas Prima Indonesia

A. Pendahuluan

Saat ini perkembangan bisnis telah memasuki era baru dengan ditandai pencapaian tujuan dan sasaran di bidang apapun dalam kehidupan manusia. Kondisi ini menggambarkan bahwa eksistensi dunia usaha yang bergerak dalam bisnis dapat berkembang mengikuti perubahan zaman yang ditandai dengan perkembangan teknologi dan informasi (Chowdhury *et al.*, 2019). Kriteria kesuksesan bisnis, biasanya berkaitan dengan kinerja bisnis dan kinerja wirausaha terhadap tujuan pemilik dan sasarannya. Kesuksesan identik dengan perkembangan usaha meliputi meningkatnya jumlah pelanggan, bertambahnya omset, bertambahnya laba, pencapaian titik impas, brand image dan bertambahnya jumlah karyawan.

Suksesnya suatu bisnis tidak terlepas dari kemampuan perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya yang berorientasi pada laba, pertumbuhan penjualan dan optimalisasi penggunaan sumber daya yang ada. Sebuah bisnis yang dimiliki dan dikelola oleh perorangan atau satu orang biasa disebut dengan perusahaan kepemilikan tunggal (*sole proprietorship*) yang biasa ditemukan pada bisnis revolusi 4.0 dengan berbagai macam bentuk dan bidang usaha yang

DAFTAR PUSTAKA

- Amaral, G., Bushee, J., Cordani, U. G., KAWASHITA, K., Reynolds, J. H., ALMEIDA, F. F. M. D. E., de Almeida, F. F. M., Hasui, Y., de Brito Neves, B. B., Fuck, R. A., Oldenzaal, Z., Guida, A., Tchalenko, J. S., Peacock, D. C. P., Sanderson, D. J., Rotevatn, A., Nixon, C. W., Rotevatn, A., Sanderson, D. J., ... Junho, M. do C. B. (2013). Marketing Kotler. In *Journal of Petrology*.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Chowdhury, F., Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2019). Institutions and Entrepreneurship Quality. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 43(1), 51–81.
<https://doi.org/10.1177/1042258718780431>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles Of Marketing* (12 Jilid 1). Erlangga.
- Manap, A., Sani, I., Sudirman, A., Noviany, H., Raflina, R., Adnan, Y., & Adha, S. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar Dan Strategi)*. Eureka Media Aksara.
- Murdiyanto, E., Sugih, I. P., Dhakirah, S., Kurniawan, B. W., Hidayat, R., Aulia, N., Sudirman, A., Nadiah, N., Evasari, A. D., & Arianti, M. (2022). *Teori Marketing (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis)*. Widina Bhakti Persada.
- Purwandari, S., Purnomo, S., Purboyo, Adha, W. M., Hanika, I. M., Sudirman, A., & Herawati, A. (2022). *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)*. Media Sains Indonesia.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, & Handayani, T. (2021). *Brand Marketing*. Widina Bhakti Persada.
- Sudirman, A., Halim, F., Nainggolan, A. B., Butarbutar, N., & Sherly, S. (2021). Meninjau Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Sektor UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan*

Bisnis 2021 Universitas Muhammadiyah Jember, 165–179.
<https://doi.org/10.32528/psneb.v0i0.5165>

- Sudirman, A., Wardhana, A., & Hartini, H. (2022). *Manajemen Pemasaran (Era Revolusi Industri 4.0)*. Media Sains Indonesia.
- Syarief, F., Dira, A. F., Fadly, R., Mahriani, E., Sudirman, A., Putera, D. A., Dermawan, A. A., Sukmaya, S. G., Lusianingrum, F. P. W., Suharyati, S., Rimayanti, R., Suganda, A. D., Aryani, L., Kamal, F., Burhanudin, J., & Rosid, A. (2023). *Manajemen Strategi Pemasaran*. In *Cv Widina Media Utama*. Cv Widina Media Utama.
- Turban, E., Whiteside, J., King, D., & Outland, J. (2017). *Introduction to Electronic Commerce and Social Commerce*. In *Pearson Higher Ed USA (4th ed.)*. Springer.
[https://doi.org/10.1016/0009-2509\(74\)80023-0](https://doi.org/10.1016/0009-2509(74)80023-0)

TENTANG PENULIS



Prof. Dr. Darwin Lie, S.E., M.M, Lahir di Kota Pematangsiantar, 10 Januari 1963. Menyelesaikan Studi S-1 di Universitas Simalungun Tahun 1988. Melanjut studi Magister (S-2) di Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Islam Sumatera Utara lulus pada tahun 2004. Tahun 2010 melanjutkan studi S-3 di Program Doktor Ilmu Manajemen Fakultas Pascasarjana Universitas Pasundan lulus bulan Juni tahun 2012. Saat ini aktif mengajar di Universitas Prima Indonesia pada Program Studi Doktor Manajemen. Menjabat sebagai Wakil Ketua Dewan Pengupahan Kota Pematangsiantar Periode 2019-2021. Berkolaborasi dengan beberapa penulis untuk menulis buku: Pengantar Bisnis, Manajemen Strategik, Usaha Kecil & Kewirausahaan: Pola pikir, Pengetahuan, Keterampilan, Pengantar Manajemen, Manajemen Sumber Daya Manusia, dan beberapa buku yang lainnya.

Email Penulis: liedarwin989@gmail.com

BAB 10 | MANAJEMEN KEUANGAN PADA BISNIS

Dr. Nagian Toni, S.Si., M.M., CIMBA., CACP., CIERM
Universitas Prima Indonesia

A. Pendahuluan

Saat ini perkembangan bisnis telah memasuki era baru dengan ditandai pencapaian tujuan dan sasaran di bidang apapun dalam kehidupan manusia. Kondisi ini menggambarkan bahwa eksistensi dunia usaha yang bergerak dalam bisnis dapat berkembang mengikuti perubahan zaman yang ditandai dengan perkembangan teknologi dan informasi (Chowdhury *et al.*, 2019). Kriteria kesuksesan bisnis, biasanya berkaitan dengan kinerja bisnis dan kinerja wirausaha terhadap tujuan pemilik dan sarannya (Widati, 2022). Kesuksesan identik dengan perkembangan usaha meliputi meningkatnya jumlah pelanggan, bertambahnya omset, bertambahnya laba, pencapaian titik impas, brand image dan bertambahnya jumlah karyawan (Amaral *et al.*, 2013). Suksesnya suatu bisnis tidak terlepas dari kemampuan perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya yang berorientasi pada laba, pertumbuhan penjualan dan optimalisasi penggunaan sumber daya yang ada. Sebuah bisnis yang dimiliki dan dikelola oleh perorangan atau satu orang biasa disebut dengan perusahaan kepemilikan tunggal (*sole proprietorship*) yang biasa ditemukan pada bisnis revolusi 4.0 dengan berbagai macam bentuk dan bidang usaha yang

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L., Siregar, L., Tarigan, P., & Inrawan, A. (2017). Analisis Laporan Arus Kas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Pt Gudang Garam, Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Sultanist: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 73-79.
- Amaral, G., Bushee, J., Cordani, U. G., KAWASHITA, K., Reynolds, J. H., ALMEIDA, F. F. M. D. E., de Almeida, F. F. M., Hasui, Y., de Brito Neves, B. B., Fuck, R. A., Oldenzaal, Z., Guida, A., Tchalenko, J. S., Peacock, D. C. P., Sanderson, D. J., Rotevatn, A., Nixon, C. W., Rotevatn, A., Sanderson, D. J., ... Junho, M. do C. B. (2013). Marketing Kotler. In *Journal of Petrology*.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Baker, W. E., & Sinkula, J. M. (2009). The Complementary Effects Of Market Orientation And Entrepreneurial Orientation On Profitability In Small Businesses. *Journal of Small Business Management*, 47(4), 443-464. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2009.00278.x>
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Erlangga.
- Chowdhury, F., Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2019). Institutions and Entrepreneurship Quality. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 43(1), 51-81.
<https://doi.org/10.1177/1042258718780431>
- Sartono, A. (2016). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi (Keempat Ce)*. BPFE-Yogyakarta.
- Sinaga, B., Siahaan, Y., Purba, R., & Jubi, J. (2014). Analisis Laporan Keuangan Untuk Memprediksi Financial Distress Pada Kopdit/CU. *Cinta Mulia Pematangsiantar. Sultanist: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 2(2), 25-29.
- Sudana, I. M. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan : Teori dan*

Praktik. Erlangga.

Syahyunan. (2015). *Manajemen Keuangan Perencanaan, Analisis dan Pengendalian Keuangan*. USU Press.

Syamsuddin, L. (2016). *Manajemen Keuangan Perusahaan* (15th ed.). Rajagrafindo Persada.

Widati, E. (2022). Peran Marketing Dalam Sustainability. In A. Sudirman (Ed.), *Business Sustainability: Concept, Strategies and Implementation* (p. 206). Media Sains Indonesia.

TENTANG PENULIS



**Dr. Nagian Toni, S.Si., M.M., CIMBA.,
CACP., CIERM**

Lahir di Kota Medan pada 06 Agustus 1971. Lulus S-1 Program Studi Statistik, FMIPA, Universitas Sumatera Utara (USU) 1995 dan S-2 Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Riau (UR) pada tahun 2012, serta S-3 Program Studi Doktor Manajemen, Pascasarjana Universitas Pasundan, Bandung. Saat ini sedang bekerja sebagai dosen pada Program Studi Magister Manajemen dan Doktor Manajemen di Fakultas Ekonomi, Universitas Prima Indonesia (Unpri), Medan, Sumatera Utara.

Email Penulis: nagiantoni@unprimdn.ac.id

BAB 11

KOMUNIKASI BISNIS

Santy Sriharyati, S.Sos., M.Si
Politeknik LP3I Bandung

A. Pendahuluan

Masalah dalam bisnis saat ini menjadi semakin rumit. Jumlah pengusaha di semua tingkatan semakin meningkat. Hal ini membawa perubahan yang cepat, terutama dengan transportasi yang lancar, instrumen dan inovasi khusus yang semakin kompleks, sehingga perkembangan bisnis berkembang pesat di seluruh dunia. Perubahan bisnis yang tidak biasa ini dimungkinkan melalui komunikasi yang dapat mencapai tujuan dengan lebih cepat dan tepat. Dengan cara ini, mencari tahu tentang apa, mengapa dan bagaimana komunikasi bisnis sangatlah penting.

B. Pengertian Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis adalah hubungan yang terjadi antara pebisnis. Komunikasi ini dapat terjadi antara pembeli dan penjual, pelanggan dan dunia usaha, serta pelanggan dan bank. Komunikasi juga terjadi di dalam diri antara atasan dan bawahan serta sebaliknya, atau pada tingkat yang sama. Permasalahan yang dibahas ada yang berkaitan dengan bisnis atau perdagangan. Dalam sistem perdagangan, terjadi korespondensi, khususnya barter atau sehubungan dengan berbagai syarat yang diatur.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Pandi (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Pekanbaru : Zanafa Publishing.
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2017). *Human Resource Management*. Cengage Learning.
- Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2017). *Human Resource Management: Gaining a Competitive Advantage*. New York: McGraw-Hill Education.
- Purwanto, Djoko. (2019). *Komunikasi Bisnis Edisi Ke Lima*. Bandung: Penerbit Erlangga.
- Robbins, Stephen. P (2001). *Organizational Behavior*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Robbins, Stephen. P., & Judge, T. A. (2017). *Essentials of Organizational Behavior*. Pearson Education.
- Wahjono, M. D., & dkk. (2020). *Pengantar Bisnis (2 ed.)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Wibowo. (2022). *MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA. Menghadapi Tumbuhnya Generasi Milenial di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0*. Depok: Rajawali Press.

TENTANG PENULIS



Santy Sriharyati, S.Sos., M.Si penulis sebelumnya telah bekerja di beberapa perusahaan swasta baik nasional maupun internasional dan sejak tahun 2008 bekerja sebagai dosen dan melakukan Tridharma. Penulis merupakan dosen tetap di Politeknik LP3I sebuah perguruan tinggi vokasi swasta di Bandung. Dosen mata kuliah

Work Report Writing Technique (WRWT) dan Research Writing Methodology (RWM) Saat ini penulis sudah memiliki jabatan fungsional akademik asisten ahli, alumni dari Jurusan Antropologi (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjadjaran (UNPAD), Program Pascasarjana Ilmu Manajemen (S2) di Universitas Padjadjaran (UNPAD) dan saat ini sedang menempuh studi Pendidikan S2 Program Pascasarjana Magister Administrasi Publik di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Bandung. Penulis aktif sebagai peneliti riset bidang ilmu sosial dan ekonomi, konsultan perencanaan serta aktif dalam menulis artikel di jurnal nasional serta menulis buku tentang manajemen sumber daya manusia, pemberdayaan masyarakat, sosial ekonomi dan lainnya. Selain itu pula penulis aktif sebagai konsultan di lembaga donor, kementerian maupun pemerintah daerah.

Email Penulis: santysriharyati@plb.ac.id

BAB 12

ASPEK HUKUM DALAM BISNIS

Christina Bagenda, S.H.,M.H., C.P.C.L.E
Fakultas Hukum Universitas Flores

A. Pendahuluan

Kegiatan manusia dalam kesehariannya memang tidak dapat dilepaskan dari berbagai aspek. Aspek tersebut antara lain seperti aspek hukum, ekonomi, social, budaya dan masih banyak aspek yang mempengaruhi kehidupan manusia. Aspek-aspek tersebut saling terkait satu dengan yang lainnya. Hukum didalam penerapannya sehari-hari juga tidak lepas dari berbagai aspek. Salah satunya ilmu hukum tidak lepas hubungannya dengan ilmu ekonomi. Contohnya: masuk ke toko melihat baju nyang sesuai ukurannya warna serta harganya, kita ambiul baju tersebut, tetapi sebelum kita keluar dari toko harus membayar harga baju tersebut.

Dari contoh tersebut, telah terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli dari perjanjian jual beli. Kesepakatan itu mengikat kedua belah pihak sebagai hukum. Perdagangan merupakan salah satu bentuk interaksi yang nyata di dalam kegiatan ekonomi. Perdagangan agar dapat berjalan baik dan lancar tidak semata-mata membutuhkan ilmu dari sisi ekonomi yang baik, namun juga perlu ditunjang dengan regulasi maupun kebijakan pemerintah. Regulasi dan kebijakan penting sebagai suatu koridor berjalannya perdagangan tersebut secara yuridis.

DAFTAR PUSTAKA

- H. Muchsin, (2006) *Ikhtisar Ilmu Hukum*, Jakarta: BP. Iblam
- Henry Campbell Black, (1990). *Black's Law Dictionary, Sixth Ed.*, West Publishing Co., St. Paul Minn.
- Johanes Ibrahim, dan Lindawaty Sewu, (2007). *HUKUK BISNIS Dalam Persepsi Manusia Modern*, Refika Aditama, Bandung.
- Mari Elka Pangestu, Wawancara dalam *Media Indonesia*, 23 Februari 2010
- Richard Burton Simatupang, 1996. *Aspek Hukum dalam Bisnis*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Soedjon Dirdjosisworo, 2001. *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta: PT. Grafindo Persada, Cet. Ke-2
- Sri Redjeki Hartono, 2007. *Hukum Ekonomi Indonesia*, Malang: Bayumedia,
- Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum*, Liberty, Yogyakarta
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- Undang-Undang RI Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang PT.

TENTANG PENULIS



Christina Bagenda, S.H.,M.H., C.P.C.L.E. Penulis lahir di Bandung, mulai bergabung di Fakultas Hukum Universitas Flores Tahun 2003 sampai dengan sekarang. Sebagai seorang dosen penulis juga melakukan tugas Tri Dharma PT, salah satunya adalah Penelitian (Penelitian Mandiri/Hibah Yayasan, Hibah DIKTI dan Penelitian hibah Pemkab), yang selanjutnya dipublikasian di jurnal nasional terakreditasi (Jurnal Internasional, Sinta 2, 3, 4). Penulis juga aktif berkolaborasi dalam penulisan Book Chapter di beberapa penerbit. Email aktif Penulis: bagendatitin@gmail.com

BAB 13

ANALISIS DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN BISNIS

Riyan Sisiawan Putra, S.E., M.SM., CPLM., CHRMP
Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya

A. Pengertian Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan adalah suatu proses dalam mengenali masalah-masalah dan peluang-peluang untuk kemudian dipecahkan. Seluruh proses dalam membuat, mengumpulkan, dan menganalisis alternatif penyelesaian masalahnya pun sama pentingnya, bukan sekedar pemilihannya saja. Pengambilan keputusan merupakan serangkaian proses pemilihan dari pilihan alternatif yang tersedia dengan mempertimbangkan berbagai kepentingan dari pihak-pihak yang terkait.

Proses pemilihan tersebut biasanya dimulai dari pengidentifikasian masalah dan tujuan, penyusunan, penganalisan, pemilihan berbagai alternatif yang relevan, pengambilan keputusan yang dinilai paling tepat, hingga pengevaluasian efektivitas dari keputusan yang telah diambil

Menurut Dermawan, (2004), Pengambilan keputusan merupakan sebuah proses dinamis yang dipengaruhi oleh banyak kekuatan termasuk lingkungan organisasi dan pengetahuan, kecakapan dan motivasi. Pengambilan keputusan adalah ilmu dan seni pemilihan alternatif solusi atau alternatif tindakan dari sejumlah alternatif solusi dan tindakan yang tersedia guna menyelesaikan masalah

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin, A. (2023). Pengaruh Pengambilan Keputusan dan Komunikasi terhadap Kinerja Aparatur Sipil Negara (ASN) pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 3(1), 328-336.
- Erta, E., Dewi, H. S. C. P., Nugraha, A. C., & Fadilah, E. N. (2023). Model Intens Berwirausaha terhadap Pengambilan Keputusan Karir Fresh Graduate. *Empiricism Journal*, 4(1), 35-42.
- Hakim, L. N., & Musaddad, A. (2021). Budaya Pengambilan Keputusan Organisasi. *Nusantara Journal of Islamic Studies*, 2(2), 105-111.
- Hauli, H., Darmawan, F. D., Yasmi, S. R., Iqbal, M., Rantelangi, C., & Sari, W. I. (2023). Pengambilan keputusan manajerial instansi pemerintah. *INOVASI*, 19(2), 488-495.
- Maidiana, S. P. R. H. (2021). Pembuatan Keputusan Dalam Proses Manajemen Dan Aspek Manajemen. *Ability: Journal of Education and Social Analysis*, 83-92.
- Maidiana, S. P. R. H. (2021). Pembuatan Keputusan Dalam Proses Manajemen Dan Aspek Manajemen. *Ability: Journal of Education and Social Analysis*, 83-92.
- Maidiana, S. P. R. H. (2021). Pembuatan Keputusan Dalam Proses Manajemen Dan Aspek Manajemen. *Ability: Journal of Education and Social Analysis*, 83-92.
- Maki, H. A., & Nurjaman, U. (2022). Pengambilan Keputusan Dalam Pendidikan Berbasis Agama, Filsafat, Psikologi, dan Sosiologi. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 16(1), 88-102.
- Mallian, S. P., & Soetikno, N. (2022). Pengaruh Empati terhadap Pengambilan Keputusan Altruistik Individu Dewasa Madya. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 15216-15225.

- NAJIR, W. A. (2023). Hubungan Antara Determinasi Diri Dengan Kesulitan Pengambilan Keputusan Karir Pada Mahasiswa Akhir Di Kota Makassar (Doctoral dissertation).
- Rukmana, E. H. (2021). *Pengantar Kewirausahaan*. DIVA PRESS.
- Setiani, A. (2022). Pengaruh Perilaku Personel, Motivasi Kerja, Dan Kemampuan Mengambil Keputusan Terhadap Penempatan Kerja Di Polresta BANJARMASIN. *KINDAI*, 18(2), 320-331.
- Setiani, A. (2022). Pengaruh Perilaku Personel, Motivasi Kerja, Dan Kemampuan Mengambil Keputusan Terhadap Penempatan Kerja Di Polresta Banjarmasin. *KINDAI*, 18(2), 320-331.
- Wijaya, G. C., & Megantari, N. W. C. T. (2023). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Electronic Word Of Mouth Yang Berimbas Pada Keputusan Mengingat. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(03), 354-361.

TENTANG PENULIS



Riyan Sisiawan Putra merupakan Dosen Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya sejak tahun 2013. Selain menempuh Pendidikan Formal penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk menambah kemampuan yakni dalam hal praktik lapangan, pengajaran, penelitian dan pengabdian. Tidak berhenti disitu penulis juga mengikuti sertifikasi berkelas internasional yang mendukung pengembangan kemampuan. Penulis juga merupakan Konsultan Manajemen yang menangani masalah - masalah yang ada pada perusahaan. Beberapa buku yang penulis telah hasilkan, di antaranya Buku Analisa Laporan Keuangan Syariah, Cara Membidik Pasar, dan Santripreneur. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah diberbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/lokakarya tertentu.

Email: riyan_sisiawan@unusa.ac.id

BAB 14 | MANAJEMEN PROYEK DAN MANAJEMEN KUALITAS

Rosali Sembiring Colia, S.E., M.M
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

A. Pendahuluan

Kegiatan bisnis merupakan proses kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok pebisnis melalui proses penciptaan, pertukaran kebutuhan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan khususnya secara finansial. Oleh karena itu organisasi bisnis merupakan suatu sistem yang terdiri berbagai subsistem yang terdiri dari input, proses, dan output. Organisasi bisnis tidak dapat dipisahkan dari sistem yang lebih besar berupa sistem ekonomi yang berkembang yang secara langsung ataupun tidak langsung berpengaruh terhadap organisasi bisnis.

Perekonomian global didukung oleh kemajuan teknologi yang berkembang sangat pesat, hal ini mendorong terjadinya seleksi alamiah yang mengarah pada istilah yang terkuatlah yang bertahan sebagai pelaku bisnis atau perusahaan. Pengantar Bisnis di harapkan paling mampu menyesuaikan diri dengan persyaratan lingkungan, yaitu pebisnis yang sanggup memberikan pelayanan yang mudah dan siap dibeli masyarakat. Jenis-jenis dan peluang bisnis yang semula tidak dikenal masyarakat, sekarang menjadi yang paling menarik yaitu bisnis dengan menggunakan aplikasi online atau e-commercial atau semua produk/jasa sangat tergantung pada

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Karnila, Pengantar Bisnis, CV Laduny Alifatama, Cetakan Pertama, Agustus 2020
- Ariani Wahyu Dorothea, Manajemen Kualitas, Penerbit Universitas Terbuka, cetakan ketiga, Februari 2021
- Attner, Straub. (2001). *Introduction to Business*. International Thomson Publishing
- Besterfield, D.H. (1998). *Quality control* (5 th Edition). Singapore: Prentice- Hall. Inc.
- Bird, D., & Dale, B. (1994). The misuse and abuse of SPC: A case study. *International Journal of Vehicle Design*, 15 Nos 1/2: 99-107.
- Brigham, Eugene F. dan Joel F. Houston. (2008). *Fundamentals of Financial Management*. 12th edition. Thomson-South Western Learning.
- Cartwright, G., & Hogg, B. (1996). Measuring processes for profit. *The TQM Magazine*, 8(1).
- Dessler, Gary. (2000). *Human Resource Management*. 8th Edition. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Gaspersz Vincent, Total Quality Management (TQM) ; Manajemen Bisnis Total, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gray F. Clifford dan Larson Erik W. *Project Management : The Managerial Process*, 3th Edition. The McGraw-Hill Compaines, Inc.
- Griffin, Ricky W. dan Ronald J. Ebert. (2009). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Prenhallindo.
- <https://www.idxchannel.com/milenomic/4-contoh-perusahaan-hasil-merger-yang-sukses-daya-saing-jadi-lebih-kuat>.
- Soeharto, Iman. *Manajemen Proyek ; Dari Konseptual sampai Operasional*. Penerbit, Jakarta: Erlangga, 2009.

TENTANG PENULIS



Rosali Sembiring Colia lahir di Kabanjahe, 26 Juni 1964, merupakan dosen tetap pada Program Studi Manajemen FEB UPNV Jakarta dan mengajar di PTS serta aktif melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat dan menghasilkan beberapa buku karya ilmiah. Buku yang sudah diterbitkan: monograf supply chain: Upaya Meningkatkan Keunggulan Kompetitif UMKM. Book Chapter: Keunggulan Kompetitif UMKM Naik Kelas; Strategi Pemasaran UMKM dan Pandemi Covid-19, Information Technology: Konsep dan Implementasinya; Manajemen Proyek (Tinjauan Teori dan Praktis); Studi Kelayakan Bisnis : Konsep dan Aplikasi. Menyelesaikan Pendidikan SMA di SMA Kristen 1 Medan, S1 Jurusan Manajemen di FEB Universitas Jambi dan S2 Magister Manajemen di FEB UPNV Jakarta.

E-mail rosalisembiring@upnvj.ac.id

BAB 15 | BISNIS INTERNASIONAL

Susy Evita Satya Putri Pasaribu, SE, Gradip.Comm, M.Comm
Universitas Prasetiya Mulya

A. Pengantar Bisnis Internasional

Bisnis internasional merupakan kegiatan bisnis yang dilakukan melewati batas - batas suatu Negara. Transaksi bisnis seperti ini merupakan transaksi bisnis internasional (*International Trade*). Hal ini merupakan bentuk kegiatan ekonomi di mana perusahaan mengembangkan dan menjalankan operasinya di lebih dari satu negara. Ini mencakup pertukaran barang, jasa, teknologi, dan sumber daya antar batas negara. Definisi ini tidak hanya termasuk perdagangan internasional dan pemanufakturan di luar negeri, tetapi juga industri jasa yang berkembang di bidang- bidang seperti transportasi, pariwisata, perbankan, periklanan, konstruksi, perdagangan eceran, perdagangan besar dan komunikasi massa. Dilain pihak, transaksi bisnis itu dilakukan oleh suatu perusahaan dalam satu Negara dengan perusahaan lain atau individu di negara lain disebut Pemasaran Internasional (*International Marketing*). Pemasaran internasional ini yang biasanya diartikan sebagai Bisnis Internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Ball, Donald A., et al. 2004. *Bisnis Internasional 1*, terj. Syahrizal Noor. Jakarta: Salemba Empat
- Cateora, P.R. dan Graham, J.L. 2007. *Pemasaran Internasional*. Jilid 1 dan 2 Edisi 13. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Corporate Strategic Responses to Foreign Entry: Insights from Prospect Theory*. *The Multinational Business Review*, Vol. 22 Iss 3 pp. 294 – 323
- Countries*. *Applied Econometrics and International Development*. Vol. 14-1.
- Donald A. Ball. *Bisnis Internasional*. Buku 1 Edisi 9 SALEMBA 4.
- Expansion: Does Market Proximity Matter?*, *Multinational Business Review*, Vol. 16 Iss 4
- Firman. 2006. *Modul Bisnis Internasional*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Franchise Conversion: A Franchisee Perspective*", *European Journal of Marketing*, Vol. 47 Iss 10
- Griffin, R.W., dan Pustay. 1996. *International Business*. Edisi keempat. New Jersey: Prentice Hall.
- Griffin, Ricky & Michael Pustay. *"International Business"*. Pearson Prentice- Hall International Edition. Edisi 5, 2007.
- Hady, Hamdy. *MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL: Teori & Kebijakan*. Anggota
- Hodge, Cori., Oppewal, Harmen., Terawatanavong, Civilai. 2013. *Determinants of*
- Hoffman, Richard C., Kincaid, Joel F., Preble, John F. 2008. *International Franchise*
- <https://cerdasco.com/apa-saja-cara-untuk-memasuki-pasar-luar-negeri/>
- https://id.wikipedia.org/wiki/Bisnis_internasional

<https://www.hestanto.web.id/bisnis-internasional/>

Husein, Jamal. 2002. *Are Exports And Imports Cointegrated? Evidence From Nine MENA*

Hutzschenreuter, Thomas., Kleindienst, Ingo., Groene, Florian., Verbeke, Alain. 2014.

IKAPI: Ghalia Indonesia.

International Business : The Challenges of Globalization, six Edition, by John J. Wild and Kenneth L. Wild, Pearson Education Limited 2013.

Kartawinata, Budi R., Adhiyta Wardana, Syahputra. *Bisnis Internasional*. Bandung 2014. PT. Karya Manunggal.

Rugman, Alan M. dan Richard M. Hodgetts. 1995. *International Business: A Strategic Management Approach*. New York: McGraw-Hill, Inc.

Rusdin. 2002. *Bisnis Internasional dalam Pendekatan Praktek*. Bandung: Alfabeta.

TENTANG PENULIS



Susy Evita Satya Putri Pasaribu, SE, Gradip.Comm, M.Comm, Selain menyelesaikan Sarjana Ekonomi Universitas Trisakti pada tahun 1994, penulis juga bergelar Gradip.Comm dan M.Comm dari University of South Australia, Adelaide tahun 1997. Penulis berpengalaman sebagai Sales Supervisor untuk pasar Amerika Serikat dari sebuah perusahaan tekstil terbesar di Indonesia. Selain itu, penulis selama 14 tahun pernah sebagai *banker* di Bank Duta sebelum

merger dengan Bank Danamon dan terakhir sebagai Pimpinan Cabang di Bank Sumut Jakarta dan mengundurkan diri pada tahun 2014. Selama 5 tahun penulis pernah menjabat sebagai Direktur Utama sebuah *broker* Asuransi dan berhenti pada tahun 2019. Penulis saat ini adalah seorang pengajar paruh waktu di Universitas Prasetiya Mulya. Penulis juga Chief of Marketing Officer di Perusahaan Pelatihan dan Sertifikasi, serta managing partner di perusahaan travel. Penulis meminati dunia Pendidikan dan konsultasi serta juga bertindak sebagai trainer dan motivator. Usaha waralaba atau *franchise* dan UMKM menjadi fokus perhatiannya. Penulis sangat menyukai *traveling* dan mempelajari budaya baru.

BAB 16 | STRATEGI BISNIS DAN KORPORAT

Dr. Yusuf Ronny Edward, S.Kom., M.H., M.I.Kom., M.Psi
Universitas Prima Indonesia

A. Pendahuluan

Pada dasarnya, pengertian ekonomi bisnis merupakan suatu bidang ilmu ekonomi terapan yang mana bertujuan untuk menganalisa usaha bisnis berdasarkan teori ekonomi dan metode kuantitatif (Afwa *et al.*, 2021). Ekonomi bisnis juga memiliki faktor-faktor yang berkontribusi terhadap struktur organisasional dan hubungan antara perusahaan dengan pasar tenaga kerja, modal serta produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan (Distanont & Khongmalai, 2020). Berbeda dengan ekonomi pembangunan ataupun manajemen bisnis yang lebih membahas dan mempelajari ilmu ekonomi yang berkaitan dengan pembuatan kebijakan publik serta perencanaan bisnis. Ekonomi bisnis ini lebih fokus untuk memadukan antara teori ekonomi dan juga pendekatan kuantitatif, sehingga analisisnya nanti digunakan untuk proses pengambilan keputusan saat akan menjalankan usaha bisnis (Lorenzo *et al.*, 2018). Ekonomi, secara luas, mengacu pada studi tentang komponen dan fungsi pasar atau ekonomi tertentu, seperti penawaran dan permintaan, dan efek dari konsep kelangkaan. Sedangkan untuk ekonomi dalam bisnis akan lebih berfokus pada elemen dan faktor dalam operasi bisnis itu sendiri serta bagaimana cara sebuah perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- Afwa, A., Djajasinga, N. D., Sudirman, A., Sari, A. L., & Adnan, N. M. (2021). Raising the Tourism Industry as an Economic Driver. *Proceedings of the 2nd Annual Conference on Blended Learning, Educational Technology and Innovation (ACBLETI 2020) Raising*, 560(Acbleti 2020), 118–123.
- Basoeky, U., Panggabean, S., Manu, G. A., Wardhana, A., Hoeronis, I., Adnan, Y., Maisarah, & Sudirman, A. (2021). *Pemanfaatan Teknologi Digital: Dalam Berbagai Aspek Kehidupan Masyarakat*. Media Sains Indonesia.
- Distanont, A., & Khongmalai, O. (2020). The Role of Innovation in Creating a Competitive Advantage. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 41(1), 15–21.
<https://doi.org/10.1016/j.kjss.2018.07.009>
- Fajrillah, Purba, S., Sirait, S., Sudarso, A., Sugianto, Sudirman, A., Febrianty, Hasibuan, A., Julyanthry, & Simarmata, J. (2020). *Smart Entrepreneurship: Peluang Bisnis Kreatif & Inovatif di Era Digital* (Cetakan 1). Yayasan Kita Menulis.
- Fleischmann, A., Oppl, S., Schmidt, W., & Stary, C. (2020). *Contextual Process Digitalization Changing Perspectives Design Thinking Value Led Design*. Springer.
- Ginantra, N. L. W. S., Simarmata, J., Purba, R. A., Tojiri, M. Y., Duwila, A. A., Siregar, M. N. H., Nainggolan, L. E., Marit, E. L., Sudirman, A., & Siswanti, I. (2020). *Teknologi Finansial Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Halim, F., Grace, E., Lie, D., & Sudirman, A. (2021). Analysis of Innovation Strategies to Increase the Competitive Advantages of Ulos Products in Pematangsiantar City. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(2), 80–90.
- Hasan, M., Roslan, A. H., Hendrayani, E., Sudirman, A., Jamil, M., Sitaniapessy, R. H., Basoeky, U., Fauziah, Yasa, N. N. K., & Wardhana, A. (2021). *Kewirausahaan*. Media Sains Indonesia.

- Keh, H. T., Nguyen, T. T. M., & Ng, H. P. (2007). The Effects of Entrepreneurial Orientation and Marketing Information on the Performance of SMEs. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 592–611. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.003>
- Lorenzo, F., Ramón, J., Rubio, M. T. M., & Garcés, S. A. (2018). The Competitive Advantage in Business, Capabilities and Strategy. What General Performance Factors are Found in the Spanish Wine Industry? *Wine Economics and Policy*, 7(2), 94–108. <https://doi.org/10.1016/j.wep.2018.04.001>
- Marpaung, F. K., Dewi, R. S., Grace, E., Sugiat, M., & Sudirman, A. (2021). Behavioral Stimulus for Using Bank Mestika Mobile Banking Services : UTAUT2 Model Perspective. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 1(1), 61–72.
- Mumcu, Y., & Kimzan, H. S. (2015). The Effect of Visual Product Aesthetics on Consumers' Price Sensitivity. *Procedia Economics and Finance*, 26(15), 528–534. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00883-7](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00883-7)
- Muniarty, P., Bairizki, A., Sudirman, A., Wulandari, Anista, J. S. A., Satriawan, D. G., Putro, Suryati, E., Suyatno, A., Setyorini, R., Putra, S., Nugroho, L., Nurfadilah, D., & Samidi, S. (2021). *Kewirausahaan*. Widina Bhakti Persada.
- Murdiyanto, E., Sugih, I. P., Dhakirah, S., Kurniawan, B. W., Hidayat, R., Aulia, N., Sudirman, A., Nadiah, N., Evasari, A. D., & Arianti, M. (2022). *Teori Marketing (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis)*. Widina Bhakti Persada.
- Suryani, N. K., Riswandi, P., Hasbi, I., Rochmi, A., Hasan, M., Sudirman, A., Yuniarti, R., & Arta, I. P. S. (2021). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Widina Bhakti Persada.

TENTANG PENULIS



Dr. Yusuf Ronny Edward Lahir di Kota Medan, 01 Januari 1984. Menyelesaikan Studi S-1 di STMIK Mikroskil Tahun 2005. Melanjutkan studi Magister (S-2) di Program Pasca Sarjana Magister Hukum Universitas Sumatera Utara dan lulus pada tahun 2012. Melanjutkan studi Magister (S-2) di Program Pasca Sarjana Magister Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara dan lulus pada tahun 2014. Melanjutkan studi Magister (S-2) di Program Pasca Sarjana Magister Psikologi Universitas Medan Area dan lulus pada tahun 2016. Kemudian melanjutkan studi S-3 di Program Doktor Ilmu Manajemen Fakultas Pascasarjana Universitas Pasundan lulus pada tahun 2018. Saat ini aktif mengajar di Program Studi Magister dan Doktor Ilmu Manajemen Universitas Prima Indonesia.

Email Penulis: yusufedward1984@gmail.com



REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202414194, 10 Februari 2024

Pencipta
Nama : **Komang Agus Rudi Indra Laksmna, Syamsuddin dkk**
Alamat : Jl. Gajah Mada Banjar Penataran Garig 2, RTRW 002/000, Kel. Kendran, Kec. Buleleng, Bali, 81112, Buleleng, Buleleng, Bali, 81112
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta
Nama : **Komang Agus Rudi Indra Laksmna, Syamsuddin dkk**
Alamat : Jl. Gajah Mada Banjar Penataran Gang 2, RTRW 002/000, Kel. Kendran, Kec. Buleleng, Bali, 81112, Buleleng, Buleleng, Bali, 81112
Kewarganegaraan : Indonesia
Jenis Ciptaan : **Buku**
Judul Ciptaan : **Pengantar Bisnis: Konsep Dan Aplikasinya**
Tanggal dan tempat ditunjukkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 3 Februari 2024, di Purbalingga
Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000589565

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL

13
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Anggoro Dasananto
NIP. 196412081991031002

Disclaimer:

Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.