



PENGANTAR MANAJEMEN

**DASAR-DASAR DAN STRATEGI
DALAM DUNIA BISNIS MODERN**



I Ketut Eli Sumerta, SE., MM.

Pdt. Dr. Saortua Marbun, S.Th., MA., MM.



PENGANTAR MANAJEMEN

**DASAR-DASAR DAN STRATEGI
DALAM DUNIA BISNIS MODERN**

Buku ini menawarkan pandangan mendalam tentang konsep dasar manajemen, pendekatan strategi, serta tantangan dan peluang dalam bisnis kontemporer, mengeksplorasi evolusi manajemen dari konsep dasar hingga penerapannya dalam berbagai aspek bisnis. Bagian awal fokus pada sejarah manajemen, peran manajer, dan fungsi klasik, sedangkan bab-bab berikutnya memandu pembaca melalui aspek-aspek penting seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Buku ini menyoroti pentingnya teknologi informasi, manajemen sumber daya manusia, keuangan, pemasaran, dan inovasi. Kewirausahaan yang merupakan kunci keberhasilan bisnis kontemporer, dibahas secara khusus, menjelaskan bagaimana inovasi dan kreativitas dapat diterapkan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Kekuatan utama buku ini adalah penekanannya pada etika dan tanggung jawab sosial, yang menawarkan pandangan seimbang tentang bagaimana organisasi dapat beroperasi secara bertanggung jawab sambil mencapai tujuan bisnis mereka. Secara keseluruhan, buku ini menawarkan pendekatan holistik untuk memahami manajemen, menggabungkan teori dan praktik, menjadikannya ideal bagi siapa saja yang ingin memperdalam pengetahuan manajemen dan meningkatkan keterampilan kepemimpinan di era bisnis modern.



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



PENGANTAR MANAJEMEN

Dasar-Dasar dan Strategi dalam Dunia Bisnis Modern

I Ketut Eli Sumerta, S.E., M.M.
Pdt. Dr. Saortua Marbun, S.Th., M.A., M.M.



PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

PENGANTAR MANAJEMEN
Dasar-Dasar dan Strategi dalam Dunia Bisnis Modern

Penulis : I Ketut Eli Sumerta, S.E., M.M.
Pdt. Dr. Saortua Marbun, S.Th., M.A., M.M.

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Nurlita Novia Asri

ISBN : 978-623-120-314-4

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

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

Selamat datang di "Pengantar Manajemen: Dasar-Dasar dan Strategi dalam Dunia Bisnis Modern". Buku ini merupakan upaya untuk menghadirkan gambaran menyeluruh mengenai dunia manajemen dalam era modern yang penuh dinamika dan tantangan. Saat saya pertama kali mempelajari manajemen, saya terpesona oleh betapa luas dan beragamnya konsep, teori, dan praktik yang ada dalam bidang ini. Kini, dengan semakin berkembangnya teknologi dan tantangan global, penting bagi kita untuk memahami manajemen dari perspektif yang lebih kontemporer dan relevan.

Tujuan utama dari buku ini adalah untuk menyediakan kerangka kerja konseptual dan praktis bagi Anda, mahasiswa sarjana dan kolej, untuk memahami, menganalisis, dan mengaplikasikan prinsip-prinsip manajemen. Buku ini didesain untuk memberikan Anda pemahaman yang mendalam mengenai aspek-aspek kunci dalam manajemen, mulai dari perencanaan, organisasi, pengarahan, hingga pengendalian, sambil juga menyentuh topik-topik penting lainnya seperti etika, teknologi informasi, dan manajemen internasional.

Sebagai mahasiswa, Anda adalah pemimpin masa depan yang akan menghadapi berbagai tantangan dan peluang dalam dunia bisnis. Oleh karena itu, pemahaman yang solid mengenai manajemen akan menjadi aset berharga bagi Anda. Saya berharap, melalui buku ini, Anda dapat memperoleh wawasan, keterampilan, dan kepercayaan diri yang diperlukan untuk menjadi manajer yang sukses dan efektif.

Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua individu yang telah memberikan kontribusi dan inspirasi dalam penulisan buku ini. Terutama kepada para pengajar, peneliti, dan praktisi di bidang manajemen yang telah berbagi pengetahuan dan pengalamannya, sehingga buku ini dapat hadir dengan konten yang kaya dan relevan.

Terakhir, kepada Anda, para pembaca, saya berharap Anda menemukan buku ini bermanfaat dan inspiratif. Semoga dengan mempelajari "Pengantar Manajemen", Anda semakin siap untuk menjembatani teori dan praktek, serta menjadi pemimpin yang mampu menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di dunia bisnis modern.

Selamat belajar dan semoga sukses!

Salam hangat,

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
PENDAHULUAN	1
BAB 1 KONSEP DASAR MANAJEMEN	2
A. Sejarah dan Evolusi Manajemen	2
B. Peran dan Tanggung Jawab Manajer	4
C. Fungsi Manajemen Klasik	6
D. Manajemen vs. Kepemimpinan	7
E. Level Manajemen dalam Organisasi	9
F. Proses Pengambilan Keputusan.....	11
G. Manajemen dan Etika	13
H. Manajemen Strategis vs. Operasional	14
I. Globalisasi dan Manajemen	16
J. Tantangan Manajemen Masa Depan	18
BAB 2 PERENCANAAN DAN PENETAPAN TUJUAN.....	21
A. Proses Perencanaan.....	21
B. Jenis-jenis Rencana	23
C. Menetapkan Tujuan dan Sasaran.....	25
D. Analisis SWOT.....	26
E. Teknik Peramalan dalam Perencanaan	28
F. Alat dan Teknik Perencanaan	30
G. Hambatan dalam Perencanaan	32
H. Penyusunan Anggaran	33
I. Evaluasi dan Penyesuaian Rencana.....	35
J. Kontingensi dan Perencanaan Darurat	36
BAB 3 ORGANISASI DAN STRUKTUR.....	39
A. Konsep Dasar Organisasi	39
B. Tipe-tipe Struktur Organisasi.....	41
C. Desentralisasi vs. Sentralisasi.....	43
D. Pembagian Kerja dan Spesialisasi.....	45
E. Matriks dan Struktur Organisasi Hibr	46
F. Budaya Organisasi	47
G. Pemberdayaan dan Tim Kerja.....	49
H. Manajemen Proyek.....	51
I. Teknologi dan Struktur Organisasi	52

	J. Perubahan dan Adaptasi Struktur Organisasi	54
BAB 4	PENGARAHAN DAN MOTIVASI.....	57
	A. Konsep Dasar Pengarahan.....	57
	B. Teori-teori Motivasi Klasik	59
	C. Teori Motivasi Kontemporer	61
	D. Motivasi dan Budaya.....	62
	E. Pengenalan Konflik dan Penyelesaiannya.....	64
	F. Kepemimpinan dan Gaya Kepemimpinan.....	66
	G. Pemberian Penghargaan dan Insentif.....	67
	H. Pemberian Feedback dan Coaching	69
	I. Komunikasi dalam Pengarahan	71
	J. Mengatasi Hambatan Pengarahan	73
BAB 5	PENGENDALIAN DAN EVALUASI.....	76
	A. Pengertian dan Tujuan Pengendalian.....	76
	B. Proses Pengendalian.....	78
	C. Teknik-teknik Pengendalian	79
	D. Alat Pengukuran Kinerja	81
	E. Manajemen Berdasarkan Kinerja	83
	F. Hambatan dalam Pengendalian	85
	G. Audit dan Peninjauan Internal	87
	H. Evaluasi dan Tindakan Korektif.....	88
	I. Manajemen Risiko	89
	J. Teknologi dalam Pengendalian dan Evaluasi	91
BAB 6	PENGENDALIAN DAN EVALUASI.....	94
	A. Rekrutmen dan Seleksi.....	94
	B. Pelatihan dan Pengembangan	96
	C. Penilaian Kinerja Karyawan	98
	D. Kompensasi dan Manfaat	100
	E. Hubungan Industri dan Serikat Pekerja	101
	F. Manajemen Diversitas di Tempat Kerja	103
	G. Hukum dan Regulasi SDM.....	105
	H. Manajemen Talenta	107
	I. Pemutusan Hubungan Kerja	108
	J. Tantangan Masa Depan dalam Manajemen SDM ...	110

BAB 7	MANAJEMEN OPERASI DAN PRODUKSI	113
	A. Dasar-dasar Manajemen Produksi.....	113
	B. Perencanaan dan Kontrol Produksi.....	115
	C. Manajemen Kualitas.....	117
	D. Rantai Pasokan dan Logistik.....	119
	E. Lean Production dan Kaizen.....	121
	F. Teknologi dalam Operasi	122
	G. Manajemen Proyek.....	124
	H. Inovasi dalam Produksi.....	126
	I. Isu-isu Lingkungan dan Keberlanjutan.....	128
	J. Tantangan Masa Depan dalam Manajemen Produksi	130
BAB 8	MANAJEMEN KEUANGAN.....	133
	A. Prinsip Dasar Manajemen Keuangan	133
	B. Analisis Laporan Keuangan	135
	C. Penganggaran dan Perencanaan Keuangan	137
	D. Manajemen Modal Kerja.....	139
	E. Pembiayaan dan Struktur Modal.....	141
	F. Investasi dan Valuasi	143
	G. Manajemen Risiko Keuangan.....	145
	H. Pasar Modal dan Instrumen Keuangan.....	147
	I. Etika dalam Manajemen Keuangan.....	148
	J. Tantangan Masa Depan dalam Manajemen Keuangan	150
BAB 9	MANAJEMEN PEMASARAN.....	153
	A. Konsep dan Strategi Pemasaran	153
	B. Segmentasi, Target, dan Posisi Pasar.....	155
	C. Bauran Pemasaran: 4P	157
	D. Penelitian dan Analisis Pasar	159
	E. Branding dan Strategi Merek	160
	F. Digital Marketing dan Media Sosial	162
	G. Hubungan Pelanggan dan CRM.....	164
	H. Etika dalam Pemasaran	166
	I. Inovasi dan Tren Pemasaran.....	168
	J. Tantangan Masa Depan dalam Manajemen Pemasaran.....	170

BAB 10	MANAJEMEN TEKNOLOGI INFORMASI	172
	A. Evolusi Teknologi Informasi dalam Bisnis	172
	B. Sistem Informasi Manajemen (SIM)	174
	C. Keamanan dan Privasi Data	176
	D. E-bisnis dan E-commerce	178
	E. Manajemen Basis Data	180
	F. Teknologi Cloud dan Solusi Terdistribusi.....	182
	G. Analisis dan Desain Sistem.....	184
	H. Kecerdasan Buatan dan Bisnis.....	186
	I. Teknologi Informasi dan Etika	188
	J. Tantangan Masa Depan dalam Manajemen Teknologi Informasi	190
BAB 11	MANAJEMEN INTERNASIONAL	193
	A. Konsep Dasar Bisnis Internasional.....	193
	B. Strategi Bisnis Global.....	195
	C. Manajemen Lintas Budaya.....	197
	D. Etika dan Tanggung Jawab Sosial di Arena Internasional.....	199
	E. Manajemen Keuangan Internasional	201
	F. Pemasaran Internasional.....	203
	G. Manajemen SDM Internasional	205
	H. Isu-isu Hukum dan Regulasi	207
	I. Aliansi dan Joint Ventures	209
	J. Tantangan Masa Depan dalam Manajemen Internasional.....	211
BAB 12	MANAJEMEN INOVASI DAN KEWIRAUSAHAAN	214
	A. Konsep Inovasi dan Kreativitas.....	215
	B. Proses Inovasi dalam Organisasi.....	216
	C. Kewirausahaan dan Pengusaha	218
	D. Pembuatan dan Evaluasi Rencana Bisnis	220
	E. Pendanaan untuk Start-up	222
	F. Inovasi dalam Operasi Bisnis	223
	G. Inovasi dalam Pemasaran	225
	H. Budaya Organisasi yang Mendukung Inovasi.....	227
	I. Kewirausahaan Sosial.....	229

J. Tantangan Masa Depan dalam Inovasi dan Kewirausahaan	231
BAB 13 ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL	233
A. Konsep Dasar Etika Bisnis	233
B. Model Pengambilan Keputusan Etis	235
C. Isu-isu Kontemporer dalam Etika Bisnis.....	237
D. Corporate Social Responsibility (CSR)	239
E. Keberlanjutan dan Lingkungan	241
F. Manajemen Hubungan Pemangku Kepentingan....	243
G. Etika dalam Teknologi dan Informasi	245
H. Etika dalam Pemasaran dan Keuangan.....	247
I. Isu-isu Global dalam Etika	249
J. Membangun Budaya Etis dalam Organisasi	251
BAB 14 MANAJEMEN MASA DEPAN: TANTANGAN DAN PELUANG	254
A. Perubahan Demografi dan Pasar Tenaga Kerja.....	254
B. Peran Teknologi dalam Bisnis Masa Depan.....	256
C. Globalisasi dan Dinamika Pasar	258
D. Lingkungan dan Tantangan Keberlanjutan	259
E. Masa Depan Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM)	261
F. Masa Depan Pemasaran dan Hubungan Pelanggan.....	263
G. Kepemimpinan dan Budaya di Era Digital.....	265
H. Inklusi dan Diversitas di Tempat Kerja Masa Depan	267
I. Kewirausahaan dan Model Bisnis Masa Depan	269
J. Menyusun Strategi untuk Menghadapi Masa Depan	271
DAFTAR PUSTAKA	274
GLOSARIUM	276
INDEKS	278
PENAFIAN.....	281
TENTANG PENULIS	282



PENGANTAR MANAJEMEN
Dasar-Dasar dan Strategi dalam Dunia Bisnis Modern

I Ketut Eli Sumerta, SE., MM.
Pdt. Dr. Saortua Marbun, S.Th., MA., MM.



PENDAHULUAN

"Pengantar Manajemen: Dasar-Dasar dan Strategi dalam Dunia Bisnis Modern" memberikan pandangan mendalam mengenai konsep, teori, dan praktek manajemen dalam konteks bisnis modern. Buku ini dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa sarjana dan perguruan tinggi dalam bidang manajemen. Di dalamnya, pembaca akan diajak untuk memahami evolusi manajemen, dari konsep-konsep klasik hingga tren dan tantangan masa depan. Buku ini mencakup topik-topik utama dalam manajemen, termasuk perencanaan dan penetapan tujuan, organisasi, pengarahan, pengendalian, serta aspek-aspek khusus seperti manajemen sumber daya manusia, keuangan, pemasaran, teknologi informasi, dan internasional. Selain itu, buku ini juga menyoroti pentingnya etika dan tanggung jawab sosial dalam praktek bisnis yang bertanggung jawab. Melalui pendekatan yang sistematis dan berbasis riset, buku ini bertujuan untuk mempersiapkan mahasiswa agar siap menghadapi tantangan dunia bisnis yang terus berubah dan kompleks.

BAB

1

KONSEP DASAR MANAJEMEN

Di era bisnis modern, pemahaman terhadap konsep dasar manajemen menjadi sangat krusial. Bab ini memberikan gambaran menyeluruh tentang evolusi manajemen, mulai dari teori-teori klasik hingga pendekatan kontemporer yang relevan dengan dunia bisnis saat ini. Pembahasan dimulai dengan sejarah dan evolusi manajemen, menjelajahi peran serta tanggung jawab manajer dalam berbagai level organisasi. Selanjutnya, pembaca diajak untuk membedah fungsi-fungsi manajemen klasik dan memahami perbedaan antara manajemen dan kepemimpinan. Bab ini juga menyoroti pentingnya etika dalam manajemen, serta dampak globalisasi terhadap praktik manajemen kontemporer. Sebagai penutup, Bab ini mengidentifikasi tantangan-tantangan utama yang dihadapi oleh manajer masa depan, sekaligus memberikan perspektif mengenai bagaimana mempersiapkan diri dalam menghadapinya.

A. Sejarah dan Evolusi Manajemen

Manajemen sebagai suatu konsep dan praktek telah ada sejak awal peradaban manusia. Seiring berjalannya waktu, evolusi pemikiran manajemen telah mengalami berbagai transformasi, sejalan dengan perkembangan industri dan teknologi.

BAB 2

PERENCANAAN DAN PENETAPAN TUJUAN

Dalam dunia bisnis modern, perencanaan strategis dan penetapan tujuan menjadi fondasi yang menentukan kesuksesan sebuah organisasi. Bab ini akan memperkenalkan pembaca kepada konsep-konsep kunci dalam perencanaan organisasi dan bagaimana tujuan-tujuan bisnis ditetapkan. Dengan langkah demi langkah, pembaca akan diajarkan tentang proses perencanaan, berbagai jenis rencana, serta pentingnya analisis SWOT dalam mengidentifikasi peluang dan ancaman. Selain itu, bab ini juga akan menjelaskan teknik peramalan yang sering digunakan dalam perencanaan serta alat-alat yang membantu dalam proses ini. Hambatan-hambatan yang mungkin dihadapi selama perencanaan dan bagaimana menyusun anggaran juga menjadi bagian penting dari diskusi ini. Akhirnya, bab ini akan membahas tentang bagaimana organisasi harus siap dengan rencana kontingensi dan perencanaan darurat untuk menghadapi situasi yang tidak terduga. Melalui pemahaman yang mendalam tentang perencanaan dan penetapan tujuan, mahasiswa akan dipersiapkan untuk menjadi pemimpin yang efektif di dunia bisnis yang selalu berubah.

A. Proses Perencanaan

Perencanaan merupakan salah satu fungsi kunci dalam manajemen dan berfungsi sebagai jembatan antara titik awal dan tujuan yang diharapkan. Proses perencanaan membantu organisasi untuk merumuskan apa yang ingin dicapai dan bagaimana cara mencapainya. Sebagai salah satu pilar

BAB 3

ORGANISASI DAN STRUKTUR

Dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan kompleks, organisasi memerlukan struktur yang efektif untuk mendukung pencapaian tujuannya. Bab ini mengeksplorasi konsep-konsep kunci terkait organisasi dan struktur, memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana organisasi dapat diatur dan mengapa struktur tertentu mungkin lebih sesuai untuk beberapa organisasi daripada yang lain. Dengan memahami berbagai jenis struktur organisasi, pembagian kerja, dan bagaimana teknologi mempengaruhi desain organisasi, mahasiswa dapat lebih mempersiapkan diri untuk memahami dan menghadapi tantangan yang ada dalam manajemen organisasi modern.

A. Konsep Dasar Organisasi

Organisasi adalah entitas sosial yang dikoordinasikan dengan sengaja, dengan suatu lingkup yang terdefinisi, yang bekerja pada dasar relatif yang berkelanjutan untuk mencapai tujuan bersama atau serangkaian tujuan¹¹⁸. Para ahli manajemen seperti Chester Barnard mendefinisikan organisasi sebagai "sistem aktivitas yang koheren dari dua orang atau lebih"¹¹⁹. Menurut Robbins dan Coulter, organisasi adalah "entitas yang

¹¹⁸ Drucker, P. (1977). *The Practice of Management*. Harper & Row.

¹¹⁹ Barnard, C. (1938). *The Functions of the Executive*. Harvard University Press.

BAB 4

PENGARAHAN DAN MOTIVASI

Pengarahan dan motivasi merupakan aspek kunci dalam manajemen yang berfungsi untuk memobilisasi sumber daya manusia demi mencapai tujuan organisasi. Bab ini mengeksplorasi konsep dasar pengarahan, mulai dari definisinya hingga cara-cara efektif untuk memberi arahan kepada karyawan. Selanjutnya, pembahasan akan beralih ke teori motivasi, baik yang bersifat klasik maupun kontemporer, yang memberikan pemahaman mendalam tentang apa yang mendorong individu untuk berkinerja pada tingkat tertinggi. Di samping itu, Bab ini juga menguraikan bagaimana budaya, konflik, kepemimpinan, dan komunikasi mempengaruhi pengarahan dan motivasi dalam lingkungan kerja. Melalui pemahaman konsep-konsep ini, mahasiswa diharapkan mampu mengaplikasikan strategi pengarahan dan motivasi yang efektif dalam dunia bisnis modern.

A. Konsep Dasar Pengarahan

Pengarahan, dalam konteks manajemen, mengacu pada proses di mana seorang manajer memandu, memimpin, dan memotivasi karyawan untuk mencapai tujuan organisasi. Hal ini melibatkan komunikasi efektif, pemahaman kebutuhan karyawan, dan penyediaan sumber daya yang diperlukan untuk memfasilitasi pekerjaan mereka¹⁷⁷.

¹⁷⁷ Robbins, S. P., & Coulter, M. (2016). *Management*. Harlow: Pearson.

BAB

5

PENGENDALIAN DAN EVALUASI

Bab 5, "Pengendalian dan Evaluasi", menyelidiki signifikansi dan metode pengendalian dan evaluasi dalam praktik manajemen modern. Dalam konteks bisnis, pengendalian merupakan proses pemantauan aktivitas organisasi untuk memastikan bahwa hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan, sementara evaluasi membantu dalam menilai efektivitas dan efisiensi proses tersebut. Dalam bab ini, pembaca akan memahami tujuan, teknik, alat, dan hambatan yang berkaitan dengan pengendalian. Selain itu, peran teknologi dalam memperkuat proses pengendalian dan evaluasi juga ditekankan. Melalui pemahaman mendalam tentang bab ini, mahasiswa diharapkan dapat menerapkan prinsip-prinsip pengendalian dan evaluasi dalam berbagai konteks bisnis.

A. Pengertian dan Tujuan Pengendalian

Pengendalian dalam konteks manajemen adalah proses melalui mana manajer memastikan bahwa sumber daya organisasi digunakan secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Fungsi ini penting untuk memastikan organisasi bergerak sesuai dengan rencana dan untuk mengidentifikasi penyimpangan secepat mungkin agar tindakan korektif dapat diambil²³⁹.

²³⁹ Robbins, S. P., Coulter, M., & DeCenzo, D. A. (2017). *Fundamentals of management*. Pearson.

BAB

6

PENGENDALIAN DAN EVALUASI

Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan elemen kunci dalam setiap organisasi. Dalam era globalisasi dan teknologi informasi, peran SDM menjadi semakin penting untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Bab ini membahas konsep dasar dan praktik terkait dengan rekrutmen, seleksi, pelatihan, evaluasi kinerja, kompensasi, dan isu-isu lain yang relevan dengan manajemen SDM. Dengan meningkatnya keanekaragaman di tempat kerja dan perubahan regulasi, pemahaman tentang hukum SDM, manajemen diversitas, dan isu-isu etika menjadi sangat penting. Selain itu, dengan adanya tantangan global, topik tentang manajemen SDM internasional juga diperkenalkan. Melalui pembahasan ini, mahasiswa diharapkan dapat memahami dan mengaplikasikan konsep-konsep SDM dalam konteks bisnis modern.

A. Rekrutmen dan Seleksi

Rekrutmen dan seleksi adalah dua proses krusial dalam manajemen sumber daya manusia yang bertujuan untuk menemukan individu yang tepat untuk mengisi posisi tertentu di dalam organisasi. Proses ini memastikan bahwa perusahaan memiliki karyawan dengan kualifikasi dan kemampuan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

BAB 7

MANAJEMEN OPERASI DAN PRODUKSI

Manajemen Operasi dan Produksi adalah salah satu pilar utama dalam dunia bisnis modern, yang berfokus pada proses penciptaan barang atau jasa yang diberikan kepada konsumen. Bab ini menggali prinsip-prinsip dasar di balik operasi, mulai dari perencanaan produksi hingga manajemen rantai pasokan, serta mengamati bagaimana inovasi dan teknologi telah mempengaruhi cara perusahaan beroperasi. Melalui kajian mendalam tentang topik-topik seperti manajemen kualitas, Lean Production, dan isu keberlanjutan, mahasiswa diajak untuk memahami bagaimana aspek-aspek produksi ini saling berinteraksi untuk menciptakan proses bisnis yang efisien, efektif, dan berkelanjutan.

A. Dasar-dasar Manajemen Produksi

Manajemen produksi adalah salah satu area fungsional dalam sebuah organisasi yang mengelola kegiatan dalam mengubah sumber daya menjadi barang atau jasa yang dihasilkan untuk konsumen³⁵⁷. Manajemen produksi memainkan peran krusial dalam memastikan kegiatan produksi berjalan efisien dan efektif, dari perencanaan hingga eksekusi dan kontrol.

³⁵⁷ Jacobs, F.R., Chase, R.B., & Lummus, R.R. (2014). *Operations and supply chain management*. New York: McGraw-Hill.

BAB 8

MANAJEMEN KEUANGAN

Manajemen keuangan merupakan salah satu pilar utama dalam menjalankan suatu bisnis atau organisasi. Tanpa pemahaman yang mendalam tentang konsep-konsep dasar manajemen keuangan, bisnis dapat menghadapi kesulitan dalam pengelolaan dana, alokasi sumber daya, dan pemenuhan komitmen keuangan. Bab ini menyajikan prinsip-prinsip dasar manajemen keuangan, mulai dari analisis laporan keuangan, perencanaan dan penganggaran, hingga ke isu-isu yang berkaitan dengan etika dalam manajemen keuangan. Mahasiswa diharapkan dapat memahami dan menerapkan konsep-konsep tersebut dalam praktek bisnis nyata, serta dapat mengantisipasi tantangan yang mungkin dihadapi di masa depan dalam bidang keuangan.

A. Prinsip Dasar Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah bidang yang memfokuskan diri pada pengawasan, pengelolaan, dan alokasi sumber daya keuangan perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi. Prinsip-prinsip dasar manajemen keuangan menjadi pondasi bagi pengambilan keputusan finansial yang efektif. Berikut adalah prinsip-prinsip tersebut:

1. **Maksimalisasi Nilai Pemegang Saham:** Tujuan utama manajemen keuangan adalah untuk memaksimalkan nilai pemegang saham. Sebagaimana dinyatakan oleh Richard A. Brealey, salah satu penulis buku terkenal "Principles of

BAB 9

MANAJEMEN PEMASARAN

Manajemen Pemasaran adalah salah satu aspek kritis dalam bisnis modern, menghubungkan produk dan jasa dengan konsumen potensial. Bab ini menyoroti konsep, strategi, dan teknik pemasaran yang relevan dalam dunia bisnis saat ini. Dimulai dengan pemahaman dasar tentang pemasaran, bab ini kemudian menjelajahi cara perusahaan memsegmentasikan, menargetkan, dan memposisikan pasar mereka untuk mencapai keunggulan kompetitif. Bauran pemasaran, yang dikenal sebagai 4P (Produk, Harga, Promosi, dan Tempat), dianalisis secara mendalam, memberikan pembaca pemahaman tentang bagaimana perusahaan menciptakan, mengkomunikasikan, dan mengirimkan nilai kepada konsumennya. Dengan pertumbuhan teknologi, digital marketing dan media sosial telah menjadi instrumen yang esensial dalam strategi pemasaran, sehingga bab ini juga menyediakan wawasan tentang pemasaran digital. Terakhir, etika dalam pemasaran, inovasi, dan tren pemasaran kontemporer dibahas untuk memberikan gambaran lengkap tentang manajemen pemasaran di era modern.

A. Konsep dan Strategi Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu fungsi kritis dalam setiap organisasi bisnis. Menurut Philip Kotler, yang dianggap sebagai "bapak pemasaran modern", pemasaran didefinisikan sebagai "kegiatan, set dari institusi, dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, mengirimkan, dan

BAB 10

MANAJEMEN TEKNOLOGI INFORMASI

Dalam era globalisasi dan digitalisasi, Teknologi Informasi (TI) telah berperan krusial dalam meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan inovasi dalam dunia bisnis. Bab ini menyediakan gambaran umum tentang peran dan penerapan manajemen teknologi informasi dalam bisnis modern. Dimulai dengan evolusi TI dan bagaimana teknologi telah mempengaruhi cara organisasi beroperasi, pembahasan kemudian beralih ke aspek-aspek penting lainnya seperti Sistem Informasi Manajemen, keamanan data, e-bisnis, manajemen basis data, teknologi cloud, dan aplikasi kecerdasan buatan dalam bisnis. Selain itu, bab ini juga menyoroti pentingnya etika dalam penggunaan TI dan tantangan-tantangan yang dihadapi dalam mengelola teknologi informasi di masa depan.

A. Evolusi Teknologi Informasi dalam Bisnis

Teknologi informasi (TI) telah mengalami evolusi yang pesat sejak diperkenalkannya komputer komersial pertama pada pertengahan abad ke-20. Perubahan ini tidak hanya mempengaruhi cara organisasi beroperasi tetapi juga cara mereka bersaing di pasar global.

Era Awal Komputasi (1950-an - 1960-an)

Pada era ini, komputer diperkenalkan dalam operasi bisnis, khususnya dalam otomatisasi tugas-tugas administratif. Komputer awal, seperti UNIVAC dan IBM 701, besar, mahal, dan terbatas pada organisasi besar seperti bank dan departemen pemerintah. Menurut Michael S. Scott Morton, profesor di MIT Sloan School of Management, komputer pada era ini digunakan

BAB 11

MANAJEMEN INTERNASIONAL

Dalam era globalisasi, pemahaman tentang manajemen internasional menjadi semakin penting bagi mahasiswa dan profesional di bidang manajemen. Bab ini memberikan pandangan menyeluruh tentang aspek-aspek kunci dari manajemen internasional, mulai dari konsep dasar bisnis global hingga tantangan masa depan dalam manajemen lintas negara. Topik-topik yang dibahas meliputi strategi bisnis global, manajemen lintas budaya, etika di arena internasional, serta isu-isu hukum dan regulasi yang relevan. Melalui pembahasan ini, pembaca akan memperoleh pemahaman yang mendalam tentang bagaimana organisasi beroperasi di tingkat internasional dan bagaimana menghadapi tantangan serta memanfaatkan peluang di panggung global.

A. Konsep Dasar Bisnis Internasional

Bisnis internasional mengacu pada transaksi perdagangan barang, jasa, teknologi, modal dan/atau pengetahuan melintasi batas-batas nasional dan di tingkat global. Konsep dasar bisnis internasional berkisar pada pemahaman interaksi antara perusahaan dengan lingkungan bisnis global serta penerapan strategi yang tepat untuk beroperasi secara efektif di pasar global.

BAB 12

MANAJEMEN INOVASI DAN KEWIRAUSAHAAN

Dalam dunia bisnis kontemporer, inovasi dan kewirausahaan telah menjadi dua pilar krusial yang mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Bab ini memberikan gambaran komprehensif tentang konsep inovasi dan kreativitas, serta bagaimana mereka dapat diterapkan dalam konteks organisasi. Kami akan mengeksplorasi proses inovasi dalam organisasi dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong dan menghambat inovasi. Selanjutnya, pembahasan akan berfokus pada kewirausahaan, menyoroti karakteristik pengusaha dan pentingnya rencana bisnis. Pembaca akan diajak untuk memahami pendanaan untuk start-up, serta cara-cara inovasi dapat diintegrasikan ke dalam berbagai aspek bisnis. Kami juga akan menyoroti kewirausahaan sosial dan tantangan yang dihadapi dalam inovasi dan kewirausahaan. Melalui bab ini, mahasiswa diharapkan dapat memahami pentingnya inovasi dan kewirausahaan dalam konteks manajemen modern, serta bagaimana kedua konsep tersebut saling berkaitan dan mempengaruhi pertumbuhan bisnis.

BAB 13

ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL

Dalam era bisnis kontemporer, konsep etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) menjadi semakin kritis. Bab ini mendalami ke dalam pentingnya etika bisnis, model pengambilan keputusan etis, dan berbagai isu kontemporer yang berkaitan dengan etika dalam bisnis. Selain itu, pembahasan juga diperluas ke area tanggung jawab sosial perusahaan, di mana organisasi saat ini diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan. Berbagai aspek CSR, termasuk keberlanjutan, manajemen hubungan pemangku kepentingan, serta tanggung jawab etika dalam teknologi dan informasi akan dibahas secara detail. Bab ini memberikan pemahaman dasar bagi mahasiswa tentang bagaimana organisasi modern mengintegrasikan etika dan tanggung jawab sosial dalam strategi dan operasional mereka.

A. Konsep Dasar Etika Bisnis

Etika bisnis merujuk pada norma, nilai, dan prinsip yang memandu perilaku individu dan organisasi dalam dunia bisnis. Dalam konteks bisnis, etika adalah suatu kerangka kerja moral yang menentukan apa yang dianggap benar atau salah, baik atau buruk, dalam situasi bisnis tertentu⁷⁰⁹.

Secara historis, konsep etika bisnis telah berkembang sejalan dengan pertumbuhan kapitalisme. Pada abad ke-19 dan awal abad ke-20, pertumbuhan industri memicu perdebatan

⁷⁰⁹ Trevino, L. K., & Nelson, K. A. (2016). *Managing business ethics: Straight talk about how to do it right*. John Wiley & Sons.

BAB 14

MANAJEMEN MASA DEPAN: TANTANGAN DAN PELUANG

Dalam dunia yang terus berubah dengan pesat, memahami tren dan perubahan yang akan datang merupakan hal krusial dalam manajemen. Bab ini mengeksplorasi berbagai tantangan dan peluang yang mungkin dihadapi manajer dan organisasi di masa depan. Dengan demografi yang berubah, revolusi teknologi, globalisasi, serta isu-isu keberlanjutan dan lingkungan yang semakin mendesak, manajer masa depan harus dilengkapi dengan pemahaman dan alat yang tepat untuk menghadapinya. Bab ini juga membahas bagaimana perubahan-perubahan tersebut dapat mempengaruhi aspek-aspek kunci dari manajemen seperti SDM, pemasaran, kepemimpinan, dan kewirausahaan. Akhirnya, bab ini memberikan panduan tentang bagaimana manajer dapat menyusun strategi untuk memastikan keberhasilan dan ketahanan organisasi mereka di masa depan.

A. Perubahan Demografi dan Pasar Tenaga Kerja

Perubahan demografi telah mempengaruhi dunia kerja dalam berbagai cara yang signifikan. Dengan meningkatnya harapan hidup dan penurunan tingkat kelahiran di banyak negara maju, struktur umur populasi global sedang mengalami pergeseran⁷⁷⁵. Sebagai akibatnya, tenaga kerja yang lebih tua mungkin harus bekerja lebih lama, sementara generasi muda

⁷⁷⁵ United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2019). *World Population Prospects 2019: Highlights* (ST/ESA/SER.A/423).

DAFTAR PUSTAKA

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Chandler, A. D. (1962). *Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise*. MIT Press.
- Christensen, C. M. (1997). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business Review Press.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319-340.
- Drucker, P. F. (1954). *The Practice of Management*. Harper & Row.
- Heifetz, R. A., & Laurie, D. L. (1997). The work of leadership. *Harvard Business Review*, 75, 124-134.
- Herzberg, F. (1968). One More Time: How Do You Motivate Employees? *Harvard Business Review*.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Sage.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The balanced scorecard—Measures that drive performance. *Harvard Business Review*, 70(1), 71-79.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kotter, J. P. (1996). *Leading Change*. Harvard Business School Press.
- Lewin, K. (1947). Frontiers in group dynamics. In *Human relations theory and practice*. Wiley.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.

- Mintzberg, H. (1979). *The Structuring of Organizations*. Prentice-Hall.
- Peteraf, M. A. (1993). The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. *Strategic Management Journal*, 14(3), 179-191.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. The Free Press.
- Prahalad, C. K., & Hamel, G. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review*, 68(3), 79-91.
- Robbins, S. P., Coulter, M., & DeCenzo, D. A. (2017). *Fundamentals of Management*. Pearson.
- Schein, E. H. (2010). *Organizational Culture and Leadership*. John Wiley & Sons.
- Tuckman, B. W., & Jensen, M. A. C. (1977). Stages of small-group development revisited. *Group & Organization Studies*, 2(4), 419-427.
- Williamson, O. E. (1979). Transaction-cost economics: the governance of contractual relations. *Journal of Law and Economics*, 22(2), 233-261.

GLOSARIUM

Aliansi: Kerjasama antara dua atau lebih perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu.

Analisis SWOT: Metode evaluasi internal (Strengths dan Weaknesses) dan eksternal (Opportunities dan Threats) dari suatu organisasi.

Audit: Pemeriksaan sistematis dan independen untuk menentukan apakah aktivitas-aktivitas dan hasil-hasil yang terkait sesuai dengan rencana yang ditetapkan dan apakah rencana ini telah dilaksanakan dengan efektif.

Bauran Pemasaran (4P): Empat elemen dasar pemasaran yaitu Product, Price, Place, dan Promotion.

Budaya Organisasi: Nilai, keyakinan, dan norma yang dibagikan oleh anggota organisasi, yang mempengaruhi bagaimana mereka berperilaku.

Desentralisasi: Proses pengalihan keputusan dari pihak manajemen puncak ke tingkat yang lebih rendah dalam organisasi.

E-bisnis: Aktivitas bisnis yang dilakukan secara online melalui internet.

E-commerce: Pembelian dan penjualan barang atau jasa melalui internet.

Etika Bisnis: Studi tentang bagaimana norma-norma moral personal diterapkan ke dalam keputusan-keputusan dan perilaku-perilaku dalam bisnis.

Globalisasi: Proses integrasi dan interaksi antar bangsa dalam berbagai aspek seperti ekonomi, budaya, politik, dan lain-lain.

Hambatan: Faktor yang menghambat atau menghalangi proses atau pencapaian tujuan.

Inovasi: Penerapan ide-ide baru, produk, proses, atau layanan.

Joint Ventures: Kerjasama antara dua atau lebih entitas bisnis untuk tujuan proyek tertentu atau durasi tertentu.

Kepemimpinan: Kemampuan untuk mempengaruhi sekelompok orang untuk mencapai tujuan bersama.

Manajemen Modal Kerja: Pengelolaan sumber daya keuangan jangka pendek suatu perusahaan.

Manajemen Risiko: Proses identifikasi, penilaian, dan prioritas risiko diikuti dengan penerapan sumber daya untuk meminimalkan, memantau, dan mengendalikan kemungkinan atau dampak buruk dari peristiwa yang tidak diinginkan.

Manajemen Strategis: Proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi di seluruh organisasi untuk mencapai tujuannya.

Pemasaran Digital: Strategi dan taktik pemasaran yang menggunakan media elektronik, terutama internet.

Pemberdayaan (Empowerment): Pemberian kekuasaan kepada karyawan untuk membuat keputusan.

Pembiayaan: Pengadaan dana atau modal untuk operasi bisnis.

Perencanaan Darurat: Proses mengembangkan prosedur dan langkah-langkah untuk mengatasi situasi darurat atau tidak terduga.

Rantai Pasokan: Jaringan antara perusahaan dan pemasoknya untuk memproduksi dan mendistribusikan produk atau jasa.

Segmentasi Pasar: Proses mengidentifikasi dan mengelompokkan konsumen dalam pasar ke dalam segmen-segmen berdasarkan kriteria tertentu.

Teknologi Cloud: Layanan komputasi yang memungkinkan pengguna mengakses sumber daya komputasi melalui internet.

Valuasi: Penilaian atau penentuan nilai suatu aset atau perusahaan.

INDEKS

- Adaptasi Struktur Organisasi**, 54, 55
- Aliansi**, 196, 209, 210, 211, 276
- Aliansi dan Joint Ventures**, 209
- Analisis dan Desain Sistem**, 184
- Analisis Laporan Keuangan**, 135, 136, 137
- Analisis SWOT**, 26, 27, 271, 276
- Audit**, 80, 87, 88, 276
- Bauran Pemasaran**, 157, 276
- Bisnis Internasional**, 193
- Branding dan Strategi Merek**, 160
- Budaya Organisasi**, 47, 48, 227, 276
- Corporate Social Responsibility (CSR)**, 239
- Desentralisasi**, 43, 53, 55, 276
- Desentralisasi vs. Sentralisasi**, 43
- Digital Marketing dan Media Sosial**, 162
- E-bisnis**, 178, 179, 180, 276
- E-bisnis dan E-commerce**, 178, 179, 180
- E-commerce**, 179, 180, 186, 276
- Etika Bisnis**, 233, 276
- Etika dalam Manajemen Keuangan**, 148
- Etika dalam Pemasaran dan Keuangan**, 247
- Etika dalam Teknologi dan Informasi**, 245
- Fungsi Manajemen Klasik**, 6
- Globalisasi**, 16, 18, 55, 102, 258, 276
- Globalisasi dan Dinamika Pasar**, 258
- Globalisasi dan Manajemen**, 16
- Hambatan dalam Pengendalian**, 85
- Hubungan Industri dan Serikat Pekerja**, 101
- Hubungan Pelanggan dan CRM**, 164, 166
- Hukum dan Regulasi SDM**, 105
- Inklusi dan Diversitas**, 267
- Inovasi**, 17, 50, 126, 127, 151, 168, 191, 215, 216, 217, 218, 223, 224, 225, 227, 228, 229, 231, 232, 257, 261, 276
- Investasi dan Valuasi**, 143
- Isu-isu Global dalam Etika**, 249
- Isu-isu Hukum dan Regulasi**, 207
- Isu-isu Kontemporer dalam Etika Bisnis**, 237
- Isu-isu Lingkungan dan Keberlanjutan**, 128
- Jenis-jenis Rencana**, 23
- Joint Ventures**, 210, 277
- Kaizen**, 121, 122
- Kecerdasan Buatan dan Bisnis**, 186
- Kepemimpinan**, 6, 7, 8, 66, 67, 265, 266, 277
- Kepemimpinan dan Budaya di Era Digital**, 265
- Kepemimpinan dan Gaya Kepemimpinan**, 66

Keuangan, 133, 136, 137, 138, 142, 145, 147, 149, 150, 151, 152, 186, 201, 220, 238, 249
Kewirausahaan, 218, 219, 229, 231, 269, 270
Kewirausahaan dan Model Bisnis Masa Depan, 269
Kewirausahaan Sosial, 229, 270
Kompensasi dan Manfaat, 100, 207
Komunikasi dalam Pengarahan, 71, 72
Kontingensi dan Perencanaan Darurat, 36, 37
Kreativitas, 215
Lean Production, 113, 121, 122
Lingkungan dan Tantangan Keberlanjutan, 259
Manajemen, iii, iv, 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 15, 18, 43, 50, 51, 75, 81, 83, 89, 91, 94, 103, 104, 107, 108, 110, 112, 113, 117, 119, 123, 124, 125, 126, 128, 130, 133, 135, 136, 139, 140, 141, 145, 146, 148, 150, 151, 153, 170, 172, 173, 174, 175, 180, 181, 182, 190, 197, 201, 205, 206, 207, 211, 212, 220, 240, 243, 245, 252, 261, 277, 282, 283
Manajemen Berdasarkan Kinerja, 83
Manajemen Diversitas di Tempat Kerja, 103
Manajemen Keuangan Internasional, 201
Manajemen Lintas Budaya, 197, 212
Manajemen Operasional, 15
Manajemen Produksi, 113, 123, 130
Manajemen Proyek, 51, 124, 125
Manajemen Risiko, 89, 145, 151, 240, 277
Manajemen SDM Internasional, 205, 206, 207
Manajemen Strategis, 14, 15, 277
Manajemen Talenta, 107, 108
Matriks dan Struktur Organisasi Hibr, 46
Menyusun Strategi untuk Menghadapi Masa Depan, 271
Operasi Bisnis, 223
Pemasaran, 153, 154, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 203, 204, 205, 220, 225, 226, 247, 248, 263, 265, 277
Pemberdayaan (Empowerment), 277
Pemberdayaan dan Tim Kerja, 49
Pemberian Feedback dan Coaching, 69
Pemberian Penghargaan dan Insentif, 67, 68
Pembiayaan, 141, 202, 277
Pembiayaan dan Struktur Modal, 141
Pembuatan dan Evaluasi Rencana Bisnis, 220
Pemutusan Hubungan Kerja, 108, 109, 110
Penilaian Kinerja Karyawan, 98
Penyusunan Anggaran, 33
Perencanaan Darurat, 277

Produksi, 113, 114, 115, 116,
117, 126
Rantai Pasokan, 119, 120,
127, 131, 238, 277
**Rantai Pasokan dan
Logistik**, 119
Rekrutmen dan Seleksi, 94,
95
Segmentasi Pasar, 277
**Segmentasi, Target, dan
Posisi Pasar**, 155
**Sejarah dan Evolusi
Manajemen**, 2
Sistem Informasi Manajemen
(SIM), 173, 174, 175

Spesialisasi, 45
Sumber Daya Manusia, 94,
110, 125, 205, 261, 283
**Teknik Peramalan dalam
Perencanaan**, 28
Teknologi Cloud, 92, 174, 182,
183, 277
**Teknologi Cloud dan Solusi
Terdistribusi**, 182
Teknologi Informasi, 123, 172,
188, 190
**Teknologi Informasi dan
Etika**, 188
Valuasi, 144, 277

PENAFIAN

Buku "Pengantar Manajemen: Dasar-Dasar dan Strategi dalam Dunia Bisnis Modern" diterbitkan dengan tujuan memberikan informasi dan panduan bagi mahasiswa sarjana dan kolej yang ingin memahami dasar-dasar manajemen serta strategi dalam bisnis modern. Meskipun penulis telah berupaya keras untuk memastikan semua informasi dalam buku ini akurat dan up-to-date, tidak ada jaminan bahwa semua konten bebas dari kesalahan atau ketidakakuratan.

Pembaca sebaiknya memeriksa informasi dan data yang disajikan di sini dengan sumber lain sebelum mengambil keputusan berdasarkan konten buku ini. Penulis dan penerbit tidak bertanggung jawab atas kerugian, langsung maupun tidak langsung, yang mungkin timbul akibat penggunaan informasi dari buku ini.

Tidak ada bagian dari buku ini yang boleh direproduksi atau didistribusikan dalam bentuk atau dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit. Semua hak cipta dilindungi.

Diharapkan buku ini memberikan pemahaman yang baik tentang manajemen dan strategi bisnis. Namun, pembaca dianjurkan untuk terus mengembangkan pengetahuan mereka melalui studi lebih lanjut, pelatihan, dan pengalaman praktis di bidang terkait.

Sebagai catatan, contoh-contoh bisnis, studi kasus, dan referensi yang disebutkan dalam buku ini hanyalah untuk tujuan ilustratif dan edukatif. Setiap kesamaan dengan perusahaan, individu, atau situasi aktual mungkin tidak disengaja dan semata-mata kebetulan.

TENTANG PENULIS

I Ketut Eli Sumerta, SE., MM.; adalah seorang dosen di Fakultas Bisnis dan Pariwisata di Universitas Triatma Mulya. Ia memperoleh gelar Magister Manajemen dan gelar Sarjana Ekonomi di bidang Manajemen dengan konsentrasi di bidang Sumber Daya Manusia, pengalaman mengajar selama 20 tahun dengan mengampu mata kuliah Dasar-dasar Manajemen. Ia berdedikasi untuk memberikan pendidikan berkualitas dan berkontribusi dalam pengembangan mahasiswa dan insan pariwisata di bidang manajemen untuk kemajuan perhotelan dan pariwisata di Indonesia.

Pdt. Dr. Saortua Marbun, S.Th., M.A., M.M.; adalah Anggota Badan Kependetaan Assemblies of God in Indonesia dan dosen senior Universitas Triatma Mulya, Bali dalam bidang Pendidikan Agama Kristen, Filsafat Ilmu Manajemen, dengan bidang minat pada Manajemen dan Marketing Lintas Budaya, Pariwisata Agama dan Budaya. Ia meraih gelar Sarjana Theologia (2001) & Master of Arts in Christian Leadership and Ministry dari Sekolah Tinggi Theologia Satyabhakti, Malang (2008). Sarjana Pendidikan Agama Kristen dari Sekolah Tinggi Theologia Intheos, Solo. Magister Manajemen dari Universitas Triatma Mulya, Bali (2013) dan Doktor Kajian Budaya dari Universitas Udayana, Bali (2021).