

Dr. Drs. Ma'mun Sutisna, S.Sos., M.Pd.

Abdul Malik Sayuti, S.Fil, M.B.A.



# Penciptaan Bisnis (Business Creation)



# Penciptaan Bisnis (Business Creation)



**Dr. Ma'mun Sutisna, Drs., S.Sos, M.Pd.**, Lahir di Bandung, 2 Mei 1962 Lektor Kepala Bidang Administrasi Bisnis Pendidikan formal S1 Teknologi Pendidikan tahun 1987, S2 Pengembangan Kurikulum tahun 1998, S1 Administrasi Bisnis-Manajemen Ekonomi Perusahaan Publik, tahun 2002, dan S3 Manajemen Pendidikan tahun 2015. Pengalaman mengajar di Politeknik Negeri Bandung, 5 tahun terakhir: 1) IT Application 1 & 2, 2) Electronic Filing System (EFS), 3) Aplikasi Komputer Kantor Bisnis, 4) E-Business, 5) Office Automation, dan 6) Business Creation Menulis Buku Ajar 1) Pengetikan Bisnis 2),

Information Technology Application 1, 3) Information Technology Application 2, 4) Information Technology Application 3, 4) Electronic Filing System Pernah menjadi 1) Master Teacher in Vocational Teaching Methodology, di Polytechnic Education Development Centre (PEDC) DIKTI Depdiknas tahun 1988-2003; 2) Kepala Unit pengembangan kurikulum politeknik, PEDC tahun 1991; 3) Ketua Jurusan MKU PEDC, tahun 1992, 4) Kepala Unit Hubungan Industri Satuan Pengembangan Pendidikan Tata Niaga PEDC, tahun 1993; 5) Ka.subid. Kerjasama dalam dan Luar Negeri PEDC; tahun 1995, 6) Tim Pengembangan Politeknik dan Program Diploma, PEDC tahun 1998-2002; 7) Assessor Penilaian Studi Kelayakan Pendirian perguruan Tinggi Diploma dan Pembukaan Program Studi Baru PEDC, tahun 2000-2007, 8) Ketua Laboratorium EFS Politeknik Negeri Bandung, tahun 2005-2009, 9) Ketua Program Studi Sarjana Terapan (S.Tr) Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bandung, tahun 2015-2019.



**Abdul Malik Sayuti, S.Fil, M.B.A.** lahir di Lubuk Tampang, Kabupaten Lahat, Provinsi Sumatera Selatan pada 21 Juni 1990. Penulis menyelesaikan pendidikan sarjana di Program Sarjana Ilmu Filsafat Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta pada tahun 2013. Setelah menamatkan pendidikan jenjang sarjana, penulis melanjutkan pendidikan di Program Magister Manajemen di universitas yang sama dan lulus pada tahun 2016. Saat ini, penulis diberi tanggung jawab untuk menjadi Koordinator Program Studi Diploma 3 Administrasi Bisnis. Penulis dapat dihubungi melalui alamat surel: [abdulmaliksayuti@gmail.com](mailto:abdulmaliksayuti@gmail.com).



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

0858 5343 1992  
[eurekamediaaksara@gmail.com](mailto:eurekamediaaksara@gmail.com)  
Jl. Banjaran RT.20 RW.10  
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-120-991-7



9 786231 209917

# **PENCIPTAAN BISNIS (BUSINESS CREATION)**

**Dr. Drs. Ma'mun Sutisna, S.Sos., M.Pd.  
Abdul Malik Sayuti, S.Fil, M.B.A.**



**eureka**  
**media aksara**

**PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA**

**PENCIPTAAN BISNIS  
(BUSINESS CREATION)**

**Penulis** : Dr. Drs. Ma'mun Sutisna, S.Sos., M.Pd.  
Abdul Malik Sayuti, S.Fil, M.B.A.

**Desain Sampul** : Ardyan Arya Hayuwaskita

**Tata Letak** : Ayu May Lisa

**ISBN** : 978-623-120-991-7

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, JUNI 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

Puji syukur Alhamdulillah kami ucapkan kepada Tuhan YME Karena atas izin-Nyalah akhirnya buku ajar Penciptaan Bisnis atau *Business Creation* ini dapat kami selesaikan.

Buku yang anda pegang ini adalah buku tentang Penciptaan Bisnis, atau *Business Creation*, digunakan untuk mahasiswa atau pihak lain yang ingin mendalami dan meneliti serta menguasai proses penciptaan bisnis yang dapat digunakan untuk merintis bisnis dapat pula membaca buku ini.

Buku ini terdiri dari 11 Bab yang membahas:

Bab 1 Konsep Leadership

Bab 2 Penciptaan Bisnis

Bab 3 Menentukan Bidang Usaha

Bab 4 Menentukan Peluang Usaha Prioritas

Bab 5 Analisis SWOT

Bab 6 Produk atau Jasa

Bab 7 Business Plan

Bab 8 Pembuatan Dokumen Legalitas Usaha

Bab 9 Pengembangan Produk atau Jasa

Bab 10 Pemasaran Produk atau Jasa

Bab 11 Laporan Bisnis

Buku ini merupakan pengantar bagi mahasiswa untuk menjadi wirausaha yang kreatif dan inovatif. Mahasiswa diharapkan mampu untuk menciptakan usaha baru, mulai dari menemukan peluang usaha yang memiliki prospek bagus untuk saat ini dan masa yang akan datang berdasarkan diagnosa lingkungan secara keseluruhan, memilih lapangan usaha berdasarkan SWOT analisis, mengembangkan gagasan, mengurus dokumen legalitas usaha, hingga menjalankan bisnis tersebut dengan melakukan strategi marketing offline maupun online.

Setelah mempelajari Buku ini, diharapkan mahasiswa dapat :

1. Mengidentifikasi peluang usaha berbagai jenis produk (barang atau jasa) yang sesuai dengan potensi diri dan lingkungan yang memiliki prospek cerah saat ini dan masa yang akan datang.

2. Menjelaskan konsep rancangan bisnis, dan mampu menentukan peluang bisnis yg tepat untuk proyek usahanya berdasarkan SWOT analisis.
3. Mengambil keputusan bisnis yang akan diambil.
4. Mampu melakukan pengurusan legalitas usaha
5. Mampu menjalankan usaha baru dengan melakukan strategi pemasaran offline maupun online.
6. Membuat laporan bisnis.

“Tak ada gading yang tak retak”. Oleh karena itu penyusun menyadari masih terdapat kekurangan dalam buku ajar ini baik dalam hal penyusunan maupun isi, maka dari itu penyusun mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak untuk perbaikan dan penyempurnaan penyusunan buku ini.

Akhirnya kami mengucapkan banyak terima kasih kepada Tim Penyusun maupun kepada semua pihak yang telah membantu untuk terwujudnya buku ini.

Semoga Allah SWT meridhoi dan semoga buku ini dapat bermanfaat.

Tim Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>BAB 1 KONSEP LEADERSHIP .....</b>	<b>1</b>
A. Pengertian Kepemimpinan.....	1
B. Perkembangan Kepemimpinan .....	2
C. Prinsip-Prinsip Kepemimpinan .....	2
D. Fungsi Kepemimpinan dalam Manajemen.....	4
E. Latihan .....	4
<b>BAB 2 PENCIPTAAN BISNIS .....</b>	<b>5</b>
A. Ide dan Peluang dan Kewirausahaan.....	5
B. Sumber-Sumber Peluang Usaha .....	9
C. Menemukan Peluang Usaha .....	13
D. Bisnis Start Up .....	14
E. Latihan .....	17
<b>BAB 3 MENENTUKAN BIDANG USAHA.....</b>	<b>18</b>
A. Memilih Lapangan Usaha dan Mengembangkan Gagasan Usaha .....	18
B. Mengembangkan Gagasan Usaha .....	21
C. Latihan .....	23
<b>BAB 4 MENENTUKAN PELUANG USAHA PRIORITAS ....</b>	<b>24</b>
A. Pengelolaan Bisnis.....	24
B. Strategi Pengembangan Bisnis .....	24
C. Latihan .....	30
<b>BAB 5 ANALISIS SWOT.....</b>	<b>31</b>
A. Fungsi Analisis SWOT .....	31
B. Implementasi SWOT Analisis .....	32
C. Studi Kasus Analisa SWOT Untuk Produk Bisnis Makanan .....	34
D. Tindak lanjut Setelah Melakukan Swot Analisis .....	35
E. Strategi Potensial Untuk Pertumbuhan Usaha .....	36
F. Proses dan Peralatan Analisis .....	36
G. Latihan .....	37
<b>BAB 6 PRODUK ATAU JASA .....</b>	<b>38</b>
A. Konsep Produk atau Jasa.....	38
B. Fungsi Deskripsi Produk Saat Marketing .....	39

	C. Teknik Penulisan Deskripsi Produk .....	39
	D. Latihan.....	40
<b>BAB 7</b>	<b>BUSINESS PLAN.....</b>	<b>41</b>
	A. Pengertian Business Plan .....	41
	B. Pentingnya Business Plan .....	42
	C. Langkah-Langkah Membuat Business Plan .....	45
	D. Format Business Plan .....	46
	E. Latihan.....	47
<b>BAB 8</b>	<b>PEMBUATAN DOKUMEN LEGALITAS USAHA.....</b>	<b>48</b>
	A. Akta Pendirian Usaha .....	48
	B. NPWP Badan Usaha.....	49
	C. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) .....	51
	D. Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP) .....	53
	E. Tanda Daftar Perusahaan.....	54
	F. Merk Dagang.....	55
	G. Latihan.....	58
<b>BAB 9</b>	<b>PENGEMBANGAN PRODUK ATAU JASA.....</b>	<b>59</b>
	A. Tahapan Proses Pengembangan Produk Baru .....	60
	B. Faktor Harus Dipertimbangkan Sebelum Produk Diluncurkan.....	67
	C. Latihan.....	68
<b>BAB 10</b>	<b>PEMASARAN PRODUK ATAU JASA.....</b>	<b>69</b>
	A. Pengertian Pemasaran.....	69
	B. Strategi Pemasaran .....	70
	C. Penjualan Produk .....	72
	D. Langkah-Langkah Strategi Pemasaran .....	73
	E. Latihan.....	75
<b>BAB 11</b>	<b>LAPORAN BISNIS.....</b>	<b>76</b>
	A. Konsep Laporan Bisnis.....	76
	B. Format laporan Bisnis.....	77
	C. Template Format Laporan Bisnis .....	79
	D. Latihan.....	80
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>81</b>
	<b>TENTANG PENULIS.....</b>	<b>83</b>



# BAB

# 1

# KONSEP LEADERSHIP

## A. Pengertian Kepemimpinan

Sejak zaman dahulu manusia yang hidup berkelompok sudah mengenal istilah kepemimpinan. Dalam segala aspek kehidupan, kepemimpinan akan selalu bersentuhan. Begitu pentingnya kepemimpinan dan manusia akan selalu membutuhkannya.

Kepemimpinan dapat diartikan sebagai proses mempengaruhi dan mengarahkan para pegawai dalam melakukan pekerjaan yang telah ditugaskan kepada mereka. Sebagaimana yang dituliskan oleh Stoner, Freeman dan Gilbert (1995), kepemimpinan adalah proses dalam mengarahkan dan mempengaruhi para anggota dalam berbagai aktivitas yang dilakukan.

Kepemimpinan sebagai konsep manajemen disebutkan oleh Stogdill dapat dirumuskan kedalam beberapa definisi, tergantung dari titik tolak pemikirannya. Menurut Stodill kepemimpinan sebagai konsep manajemen merupakan :

1. Suatu seni untuk menciptakan kesesuaian paham,
2. Suatu bentuk persuasi dan inspirasi,
3. Suatu kepribadian yang mempunyai pengaruh,
4. Tindakan dan perilaku,
5. Titik sentral proses kegiatan kelompok,
6. Hubungan kekuatan/kekuasaan,
7. Sarana pencapaian tujuan,
8. Suatu hasil dari interaksi,

# BAB

# 2

# PENCIPTAAN BISNIS

## A. Ide dan Peluang dan Kewirausahaan

Wirausaha dapat menambah nilai suatu barang dan jasa melalui inovasi. Keberhasilan dapat dicapai apabila wirausaha menggunakan produk, proses, dan jasa-jasa inovasi sebagai alat untuk menggali perubahan.

Ketangguhan kewirausahaan sebagai penggerak perekonomian terletak pada kreasi baru untuk menciptakan nilai secara terus-menerus. Wirausaha dapat menciptakan nilai dengan cara mengubah semua tantangan menjadi peluang melalui ide-ide dan akhirnya menjadi pengendali usaha. Semua tantangan bisa menjadi peluang apabila terdapat inovasi

Menurut Zimmerman, ide-ide yang berasal dari wirausaha dapat menciptakan peluang untuk memenuhi kebutuhan riil di pasar. Ide-ide menciptakan nilai potensial di pasar sekaligus menjadi peluang usaha. Dalam mengevaluasi ide untuk menciptakan nilai-nilai potensial (peluang usaha), wirausaha perlu mengidentifikasi dan mengevaluasi semua risiko yang mungkin terjadi dengan cara:

1. Mengurangi kemungkinan risiko melalui strategi yg proaktif
2. Menyebarkan risiko pada aspek yg paling mungkin
3. Mengelola risiko yg mendatangkan nilai atau manfaat

Risiko terjadi akibat adanya ketidakpastian pasar, risiko finansial terjadi akibat rendahnya hasil penjualan dan tingginya biaya. Risiko teknik terjadi akibat adanya kegagalan teknik.

# BAB 3

## MENENTUKAN BIDANG USAHA

### A. Memilih Lapangan Usaha dan Mengembangkan Gagasan Usaha

Setelah mengetahui kebutuhan masyarakat dan berhasil menemukan berbagai lapangan usaha dan gagasan usaha, maka langkah berikutnya adalah menjawab pertanyaan: “Manakah di antara lapangan usaha dan gagasan-gagasan usaha tersebut yang paling tepat dan cocok untuk saya?” Pertanyaan ini sangat tepat, mengingat setiap orang memiliki potensi diri yang berbeda-beda. Tentunya dalam memilih lapangan usaha dan mengembangkan gagasan usaha, kita perlu menyesuaikan dengan potensi diri yang kita miliki. Kekeliruan dalam memilih yang disebabkan karena ketidakcocokan atau ketidaksesuaian pada akhirnya akan mendatangkan kesulitan atau bahkan kegagalan di kemudian hari.

Telah banyak fakta yang dapat dikemukakan, bahwa masih banyak wirausahawan yang memulai usahanya dengan melihat keberhasilan orang lain dalam menjalankan usahanya (latah atau ikut-ikutan). Pada hal belum tentu orang lain berhasil dalam suatu lapangan usaha, kita juga dapat berhasil dengan lapangan usaha yang sama. Mungkin saja orang lain berhasil karena potensi diri yang dimilikinya cocok dengan lapangan usaha tersebut dan kemampuan dia untuk mengakses informasi terkait dengan usaha yang dijalankannya. Bisa saja kita mengikuti orang yang telah berhasil dalam suatu lapangan usaha, namun kita perlu memiliki nilai lebih dari aspek kualitas

# BAB 4

## MENENTUKAN PELUANG USAHA PRIORITAS

### A. Pengelolaan Bisnis

Pengelolaan bisnis adalah proses aktivitas/kegiatan dalam menjalankan sebuah usaha atau bisnis dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Motivasi utama dalam kegiatan bisnis adalah laba, yang didefinisikan sebagai perbedaan antara penghasilan dan biaya-biaya yang dikeluarkan. (Umar, 2003).

### B. Strategi Pengembangan Bisnis

Strategi Pengembangan Bisnis “Pengembangan merupakan penerapan penemuan-penemuan ilmiah baru ke dalam praktik, baik menciptakan produk baru, mengembangkan produk atau mengganti bahan baku produk dengan harapan dapat meningkatkan kualitas atau mengurangi biaya produksi/investasi” (Zaharuddin, 2006).

#### 1. Proses Pengembangan Bisnis

Pengenalan peluang pengembangan bisnis tersebut merupakan sebuah proses yang seringkali berasal dari pengetahuan dan pengalaman serta bisnis pengusaha. Pengetahuan yang sebelumnya merupakan hasil dari kombinasi pendidikan dan pengalaman, serta pengalaman yang relevan dapat berhubungan dengan pekerjaan atau berasal dari beragam pengalaman pribadi atau peristiwa.

# BAB

# 5

# ANALISIS SWOT

## A. Fungsi Analisis SWOT

SWOT merupakan teknik untuk menganalisa keempat aspek penting dalam sebuah organisasi bisnis. Hasil analisis SWOT ini sendiri dapat dimanfaatkan salah satunya untuk menyusun strategi pengembangan yang tepat di masa yang akan datang.

Pada dasarnya, adanya metode analisa menggunakan teknik SWOT ini bisa diaplikasikan dalam berbagai kebutuhan, diantaranya analisa perusahaan, analisa diri sendiri, bahkan dapat diimplementasikan dalam perekrutan karyawan oleh HR suatu perusahaan. Dengan informasi *weakness* dan *opportunity* dari analisa sebuah bisnis, bisa saja kamu menciptakan ide bisnis baru untuk memecahkan solusi dari faktor W dan O tadi.

Secara umum, analisa SWOT dapat dibagi ke dalam dua kategori, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal tersebut meliputi *Strength* (Kekuatan) dan *Weakness* (Kelemahan), sedangkan faktor eksternal meliputi *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman).

Faktor internal perusahaan adalah aspek-aspek yang muncul dari dalam perusahaan itu sendiri. Misal yang termasuk faktor internal dalam sebuah perusahaan: aset yang dimiliki, kualitas tenaga kerja, teknologi yang digunakan, dan sebagainya.

# BAB 6

# PRODUK ATAU JASA

## A. Konsep Produk atau Jasa

Ketika kita memiliki sebuah bidang usaha mandiri, seperti menjual barang atau bahkan jasa maka perlu memerhatikan cara promosinya. Kegiatan tersebut sangatlah penting dan memengaruhi sukses tidaknya bisnis itu sendiri. Percuma jika sudah menyiapkan modal besar, merekrut karyawan profesional serta kualitas produknya diatas rata-rata tetapi marketing berjalan buruk.

Tentu saja hal tersebut semakin membuat profit makin berkurang karena tidak ada pelanggan melirik apalagi tertarik membeli produk yang ditawarkan. Sementara itu tahapan promosi sebetulnya dibagi menjadi dua macam yaitu secara langsung ataupun tak langsung seperti memanfaatkan teknologi internet.

Masyarakat zaman sekarang lebih senang menggunakan cara kedua yakni memasarkan barang secara online karena praktis, mudah, serta menjanjikan. Namun begitu ada pertimbangan tersendiri ketika ingin promosi lewat dunia maya karena tak bisa bertemu atau berinteraksi dengan calon konsumen.

Jika menuruti keinginan masyarakat, tentu mereka akan merasa puas dan nyaman berbelanja di toko, swalayan atau mall dimana dapat melihat produk secara langsung.

# BAB

# 7

# BUSINESS PLAN

## A. Pengertian Business Plan

Wirausaha harus di mulai dengan sebuah rencana, rencana tersebut akan disertai dengan sebuah ide, inovasi, kreatifitas sang wirausahawan. Jika kita mau melakukan atau mewujudkan ide itu dalam sebuah tindakan atau pekerjaan, dan hasil dari pekerjaan kita tersebut ada 2 kemungkinan

1. Pekerjaan kita berhasil, sehingga kita mendapatkan uang.
2. Pekerjaan kita gagal, sehingga kita harus memikirkan kembali rencana kita.

Tampaknya wirausaha baru cenderung melaksanakan kegiatan trial error atau coba-coba. Seandainya usaha yang dilakukan gagal mereka akan beralih ke usaha yang lain, dan jika sudah gagal beberapa kali maka mereka akan berhenti melakukan usaha/menyerah tanpa melakukan evaluasi tentang apa yang menyebabkan terjadinya kegagalan. Model seperti ini banyak dijumpai pada masyarakat kita. Menurut oleh David H. Bangs, Jr (1995:x), bahwa seorang pengusaha yang tidak bisa membuat perencanaan sebenarnya merencanakan kegagalan. Ungkapan ini benar, dari hasil pengamatan para pemilik perusahaan kecil yang menyisihkan waktu untuk mengkaji semua strateginya, menggunakan informasi untuk menguji kebenaran pendapatnya, dan cukup pandai mengenali kekurangan-kekurangan dirinya adalah pengusaha yang tidak mengalami kegagalan. Suatu rencana kerja yang dibuat secara tertulis dan resmi guna menjalankan perusahaan merupakan

# BAB 8

## PEMBUATAN DOKUMEN LEGALITAS USAHA

Selain modal bisnis, ada hal penting lainnya yang harus dipikirkan ketika ingin memulai bisnis *startup*, yaitu legalitas bisnis Anda. Legalitas merupakan salah satu pondasi hukum sebuah bisnis yang harus diperhatikan sejak Anda ingin memulai bisnis. Selain melindungi bisnis, legalitas juga memiliki banyak manfaat seperti melindungi aset pribadi, mengembangkan bisnis, hingga mempermudah Anda dalam mendapat pinjaman modal usaha, meningkatkan kredibilitas, dan masih banyak lagi.

Di Indonesia sendiri terdapat beberapa dokumen legalitas perusahaan yang wajib dimiliki perusahaan seperti akta pendirian, SK Menteri Hukum dan HAM, Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP), Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP), Tanda Daftar Perusahaan (TDP), dan dokumen legalitas lainnya tergantung dari setiap jenis usahanya masing-masing. Di bawah ini akan dijabarkan satu per satu mengenai jenis-jenis dokumen legalitas yang perlu dimiliki bisnis *startup*.

### A. Akta Pendirian Usaha

Akta pendirian perusahaan merupakan salah satu dokumen yang dibuat oleh Notaris sebagai langkah awal untuk mendirikan perusahaan, baik Firma, CV, ataupun PT, ketiga badan usaha tersebut dibuat berdasarkan akta pendirian. Pada dasarnya, akta pendirian berisi nama badan usaha, modal, jenis bidang usaha, tempat kedudukan badan usaha, susunan



# BAB 9

## PENGEMBANGAN PRODUK ATAU JASA

Untuk menjaga keberlangsungan hidup sebuah usaha, perusahaan harus senantiasa mengembangkan produknya, apakah dengan membuat produk yang benar-benar baru, meremajakan produk yang sudah ada, menambahkan fitur atau fungsi baru, atau bisa jadi menciptakan produk baru yang merupakan pengembangan bisnis perusahaan.

Dengan mengembangkan produk baru, maka siklus hidup produk bisa dijaga agar tetap dalam masa pertumbuhan dan kedewasaan, artinya saat ada item produk yang mengalami penurunan (decline), perusahaan sudah memiliki produk lain sebagai substitusi di segment tersebut.

Mengembangkan produk baru juga berfungsi untuk memperlebar segment pasar, dengan menciptakan produk baru untuk market segment baru yang berbasis pada produk lama, misal perusahaan dengan obat untuk dewasa kemudian menciptakan obat khusus untuk anak-anak atau khusus untuk ibu-ibu hamil.

Pengembangan produk baru (NPD - New Product Development) kadang seringkali memiliki tujuan khusus, yaitu merupakan bagian dari global strategy perusahaan, misal produk baru sebagai tactical product, atau produk baru sebagai second brand yang memiliki tujuan untuk melindungi produk utama.

Mengembangkan produk baru, bukan sesuatu hal yang mudah, banyak sekali produk baru yang di rilis atau diluncurkan perusahaan gagal, mati ditengah jalan, bahkan beberapa sebelum masa bertumbuh.

# BAB 10

## PEMASARAN PRODUK ATAU JASA

### A. Pengertian Pemasaran

Definisi menurut Basu Swastha (2002:17) Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Konsep pemasaran didasarkan pada pandangan dari luar ke dalam. Konsep ini diawali dengan mendefinisikan pasar yang jelas berfokus pada kebutuhan pelanggan, memadukan semua sistem kegiatan yang akan memengaruhi pelanggan dan menghasilkan laba melalui pemuasan pelanggan.

Konsep pemasaran bersandar pada empat pilar utama.

1. Pasar sasaran tidak ada perusahaan yang dapat beroperasi disemua pasar dan memuaskan semua kebutuhan dan juga tidak ada yang dapat beroperasi dengan baik dalam pasar yang luas, sehingga jika suatu perusahaan itu ingin berhasil maka ia harus dapat mendefinisikan pasar sasaran meraka dengan cermat dan menyiapkan program pemasaran.
2. Kebutuhan pelanggan, memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan tidak selalu merupakan tugas yang sederhana dikarekan beberapa pelanggan itu memiliki kebutuhan sendiri yang tidak mereka sadari atau mereka tidak dapat mengutarakan kebutuhan-kebutuhan ini.

# BAB

# 11

# LAPORAN BISNIS

## A. Konsep Laporan Bisnis

Dalam dunia bisnis laporan sangat diperlukan sebagai pertanggung jawaban pihak manajemen untuk menginformasikan kepada pemegang saham, customer, pemerintah, dan pihak lain yang berkepentingan. Laporan bisnis menunjukkan kondisi perjalanan perusahaan secara jelas dan transparan berdasarkan analisis serta riset. Sebagai suatu laporan yg memiliki sifat netral yang tidak memihak, memiliki tujuan yang jelas dan rencana penyajian fakta kepada seseorang atau lebih untuk tujuan bisnis tertentu. Biasanya diminta oleh mereka yang memiliki kewenangan lebih.

Laporan bisnis adalah suatu laporan yang memiliki sifat netral, tidak memihak, memiliki tujuan yang jelas dan berisi rencana penyajian fakta kepada seseorang atau lebih untuk tujuan bisnis tertentu. Laporan bisnis juga merupakan pesan-pesan yang objektif, tersusun secara teratur yang digunakan untuk menyampaikan informasi dari suatu bagian organisasional atau dari satu institusi atau lembaga ke lembaga lain untuk membantu pengambilan keputusan atau pemecahan masalah. Pada umumnya penulisan laporan bisnis digunakan untuk memenuhi berbagai keperluan atau maksud tertentu.

Tujuan penulisan laporan bisnis adalah:

1. Mengawasi dan mengendalikan operasional perusahaan.
2. Membantu mengimplementasikan kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur yang telah ditetapkan perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo, 2007. hlm. 168-169
- Basu Swastha. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty
- Djokosantoso Moeljono, *Beyond Leadership, 12 Konsep Kepemimpinan*, Jakarta, Elex Media Komputindo, 2004.
- Fuad, Muhammad, dkk. 2005. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2007. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Hendro. 2012. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta : Erlangga
- Nasharuddin Baidan & Erwati Aziz, *Etika Islam dalam Berbisnis*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2014, h. 127
- Pearce, John A. and Robinson Richard B. Jr. (2003). *Strategic management formulation, implementation and control*. Boston: Mc Graw Hill.
- Rangkuti, F. (2009). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Rukka, Muhammad Rusli. 2011. *Buku Ajar Kewirusahaan -1.* Makassar : Lembaga Kajian dan Pengembangan Pendidikan Universitas Hasanuddin.
- Sidik, Ignas G. 2013. *Bisnis Sukses: Menyusun Rencana Bisnis Lengkap-Terpadu*. Jakarta: PT Gramedia.
- Suhaeni, Tintin. 2020. *Modul Konsep Dasar Kepemimpinan dan Ruang Lingkup Bisnis Bandung*
- Suryana. 2003. *Kewirausahaan : Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses, Edisi Revisi* . Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Tangkilisan, Hessel Nogi S. (2007). *Manajemen publik*. Jakarta: Grasindo.

- Turner, Suzanne. 2005. *Tools for Success: Acuan Konsep Manajemen bagi Manajer dan Praktisi Lainnya*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Ulrich, Karl T., Eppinger, Steven D. 2008. *Product Design & Development (5<sup>th</sup> Edition)*. New York: Mc.Graw-Hill.
- Usman Effendi, *Asas Manajemen*, Jakarta; PT Raja Grafindo, 2011, h.188-189
- \_\_\_\_\_. *Menyusun Business Plan Bagi Pemula*. Jakarta : Kementrian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia
- \_\_\_\_\_. *Modul Proyek Kewirausahaan*
- West A. Michael, *Developing Creativity in Organizations*, terjemah Bambang Shakuntala. Yogyakarta: Penerbit Kanisius. 2000.
- Yager, Jan. 2005. *Creative Time Management*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.

## TENTANG PENULIS



**Dr. Drs. Ma'mun Sutisna, S.Sos., M.Pd.** Lahir di Bandung, 2 Mei 1962 Lektor Kepala Bidang Administrasi Bisnis Pendidikan formal S1 Teknologi Pendidikan tahun 1987, S2 Pengembangan Kurikulum tahun 1998, S1 Administrasi Bisnis-Manajemen Ekonomi Perusahaan Publik, tahun 2002, dan S3 Manajemen Pendidikan tahun 2015. Pelatihan yang

berkaitan dengan Aplikasi Komputer Bisnis antara lain 1) Data Entry Operator - atar Maret, tahun 1993, 2) Computer Projection Panel September tahun 1993, 3) Advance Lotus Spreadsheet - Agustus tahun 1995, 4) Basic Word Perfect Windows - Oktober 1995, 5) Advance Excel-Oktober 1995, 6) Basic Ami Pro For Windows- Desember 1995, 7) Aplikasi Komputer Agustus tahun 1996, 8) Advance MS Word - September tahun 1996, dan 9) Elektronik Filing System Juli tahun 2005. Pengalaman mengajar di Politeknik Negeri Bandung, 5 tahun terakhir: 1) IT Application 1 & 2, 2) Electronic Filing System (EFS), 3) Aplikasi Komputer Kantor Bisnis, 4) E- Business, 5) Office Automation, dan 6) Business Creation Menulis Buku Ajar 1) Pengetikan Bisnis 2), Information Technology Application 1, 3) Information Technology Application 2, 4) Information Technology Application 3, 4) Electronic Filing System Pernah menjadi 1) Master Teacher in Vocatioal Teaching Methodology, di Polytechnic Education Development Centre (PEDC) DIKTI Depdiknas tahun 1988-2003; 2) Kepala Unit pengembangan kurikulum politeknik, PEDC tahun 1991; 3) Ketua Jurusan MKU PEDC, tahun 1992, 4) Kepala Unit Hubungan Industri Satuan Pengembangan Pendidikan Tata Niaga PEDC, tahun 1993; 5) Ka.subid. Kerjasama dalam dan Luar Negeri PEDC; tahun 1995, 6) Tim Pengembangan Politeknik dan Program Diploma, PEDC tahun 1998-2002; 7) Assessor Penilaian Studi Kelayakan Pendirian perguruan Tinggi Diploma dan Pembukaan Program Studi Baru PEDC, tahun 2000-2007, 8) Ketua Laboratorium EFS Politeknik

Negeri Bandung, tahun 2005-2009, 9) Ketua Program Studi Sarjana Terapan (S.Tr.) Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bandung, tahun 2015-2019.



**Abdul Malik Sayuti, S.Fil., M.B.A.**

lahir di Lubuk Tampang, Kabupaten Lahat, Provinsi Sumatera Selatan pada 21 Juni 1990. Penulis menyelesaikan pendidikan sarjana di Program Sarjana Ilmu Filsafat Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta pada tahun 2013. Setelah menamatkan pendidikan jenjang sarjana, penulis melanjutkan pendidikan di Program Magister Manajemen di universitas yang sama dan lulus pada tahun 2016. Selama menempuh pendidikan di Universitas Gadjah Mada, penulis aktif di berbagai organisasi kemahasiswaan seperti Badan Penerbitan Pers Mahasiswa (BPPM) Balairung, Unit Kesehatan Mahasiswa (Ukesma) dan *Human Resources Community*.

Penulis memiliki pengalaman kerja sebagai Staf Seksi Operasional dan Penjualan di PT Asuransi Jiwasraya (Persero) selama kurang lebih 3 (tiga) tahun (2016-2019). Penulis bertanggung jawab pada proses perencanaan, dukungan dan evaluasi penjualan produk asuransi jiwa di PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Bandung Timur, serta bertanggung jawab pada kepersonaliaan agen penjualan di kantor cabang tersebut. Sejak Maret 2019, penulis menjadi staf pengajar di Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung. Saat ini, penulis diberi tanggung jawab untuk menjadi Koordinator Program Studi Diploma 3 Administrasi Bisnis. Penulis dapat dihubungi melalui alamat surel: [abdulmaliksayuti@gmail.com](mailto:abdulmaliksayuti@gmail.com).