

Editor:  
Ash Shadiq Egim, S.E., M.M.



# MANAJEMEN BISNIS

Sur Yanti | Aryan Eka Prastya Nugraha | Ganjar Winata Martoatmodjo  
Maidalena | Chadyan Fathurachman | Amiruddin Kalbuadi  
Aminatus Zakhra | Muhammad Umar A | Wulandari Dyah Pitaloka  
Siti Maesaroh | LD Gadi Djou | Rifka Utami Arofah | Fitri Lukiastuti  
Ratna Suryani | Mohammad Saiful Rifai | Rahmi Utami

# MANAJEMEN BISNIS

Manajemen bisnis diperlukan karena merupakan fondasi utama untuk menjalankan dan mengembangkan organisasi secara efektif dan efisien. Salah satu manfaatnya yaitu mengidentifikasi potensi risiko yang dapat mempengaruhi operasional dan keberlanjutan bisnis, yang memungkinkan perusahaan untuk mempersiapkan dan mengelola risiko tersebut. Kemudian mengembangkan strategi untuk mengurangi atau mengelola risiko tersebut, yang membantu perusahaan menghindari atau mengurangi dampak negatif dari risiko. Penerapan manajemen bisnis juga akan menciptakan dan memelihara keunggulan kompetitif di pasar, yang penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Dengan manajemen bisnis yang efektif, organisasi dapat mencapai efisiensi operasional, meningkatkan kinerja, dan mencapai tujuan strategis mereka, yang pada akhirnya membantu perusahaan tumbuh dan sukses dalam jangka panjang.

Dalam buku ini para pembaca diberikan gambaran yang lengkap dan terperinci tentang berbagai aspek dalam manajemen bisnis, mulai dari konsep dasar sebuah bisnis hingga manajemen bisnis pada era society 5.0. Buku ini dihadirkan sebagai bahan referensi bagi praktisi, akademis, mahasiswa ataupun siapa saja yang ingin mendalami lebih jauh tentang manajemen bisnis.

Bab yang dibahas dalam buku ini meliputi:

- Bab 1 Konsep Dasar Bisnis
- Bab 2 Konsep *Benchmarking* Bisnis
- Bab 3 Tata Kelola Organisasi
- Bab 4 Siklus Hidup Perusahaan
- Bab 5 Analisa SWOT Dalam Bisnis
- Bab 6 *Bauran Pemasaran (Konsep 7p)*
- Bab 7 Business Model Canvas (BMC)
- Bab 8 Konsep Perdagangan Internasional
- Bab 9 Manajemen Resiko Pada Perusahaan
- Bab 10 Manajemen Bisnis Ritel
- Bab 11 Manajemen Bisnis Waralaba
- Bab 12 Manajemen Bisnis Start-Up
- Bab 13 Manajemen Bisnis Internasional
- Bab 14 Manajemen Bisnis E-Commerce Pemasaran
- Bab 15 Manajemen Bisnis Syariah
- Bab 16 Manajemen Bisnis Pada Era Society 5.0



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



# MANAJEMEN BISNIS

Sur Yanti, S.E., M.Sc.  
Aryan Eka Prastya Nugraha, S.E., M.Pd.  
Dr. Ganjar Winata Martoatmodjo, A.Md., S.Pd., M.Pd.  
Dr. Maidalena, S.T., M.M.  
Chadyan Fathurachman, S.Kom., M.A.B.  
Amiruddin Kalbuadi, M.M.  
Aminatus Zakhra, S.E., M.M.  
Dr. Muhammad Umar A, S.E., M.M.  
Wulandari Dyah Pitaloka, S.M., M.M.  
Siti Maesaroh, S.IP., M.M.  
Dr. LD Gadi Djou, S.E., M.Si., Akt.  
Rifka Utami Arofah, S.M., M.M.  
Dr. Fitri Lukiastuti, S.E., M.M.  
Ratna Suryani, S.Psi., M.Si., M.M.  
Mohammad Saiful Rifai, S.T., S.E., M.M.  
Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A.



**eureka**  
media aksara

PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

## MANAJEMEN BISNIS

**Penulis** : Sur Yanti, S.E., M.Sc. | Aryan Eka Prastya Nugraha, S.E., M.Pd. | Dr. Ganjar Winata Martoatmodjo, A.Md., S.Pd., M.Pd. | Dr. Maidalena, S.T., M.M. | Chadyan Fathurachman, S.Kom., M.A.B. | Amiruddin Kalbuadi, M.M. | Aminatus Zakhra, S.E., M.M. | Dr. Muhammad Umar A, S.E., M.M. | Wulandari Dyah Pitaloka, S.M., M.M. | Siti Maesaroh, S.IP., M.M. | Dr. LD Gadi Djou, S.E., M.Si., Akt. | Rifka Utami Arofah, S.M., M.M. | Dr. Fitri Lukiasuti, S.E., M.M. | Ratna Suryani, S.Psi., M.Si., M.M. | Mohammad Saiful Rifai, S.T., S.E., M.M. | Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A.

**Editor** : Ash Shadiq Egim, S.E., M.M.

**Desain Sampul** : Eri Setiawan

**Tata Letak** : Amini Nur Ihwati

**ISBN** : 978-623-516-017-7

**No. HKI** : EC00202464742

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, JULI 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.

## PRAKATA

Puji syukur kami ucapkan kehadirat ALLAH SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan buku yang berjudul Manajemen Bisnis.

Manajemen bisnis adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya (termasuk manusia, keuangan, teknologi, dan informasi) untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Tujuan ini bisa bermacam-macam, seperti meningkatkan keuntungan, memperluas pangsa pasar, atau meningkatkan kualitas produk dan layanan. Manajemen bisnis adalah keterampilan esensial yang diperlukan untuk menjalankan dan mengembangkan perusahaan di lingkungan bisnis yang kompetitif dan dinamis. Dengan manajemen yang efektif, organisasi dapat mencapai tujuannya, meningkatkan efisiensi, dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di pasar.

Pembahasan dalam buku ini meliputi konsep dasar bisnis, konsep benchmarking bisnis, tata kelola organisasi, siklus hidup perusahaan, analisa SWOT dalam bisnis, bauran pemasaran (konsep 7p), business model canvas (BMC), konsep perdagangan internasional, manajemen resiko pada perusahaan, manajemen bisnis ritel, manajemen bisnis waralaba, manajemen bisnis start-up, manajemen bisnis internasional, manajemen bisnis e-commerce pemasaran, manajemen bisnis syariah dan manajemen bisnis pada era society 5.0. Pembahasan materi dalam buku ini telah disusun secara sistematis dengan tujuan memudahkan pembaca. Buku ini dihadirkan sebagai bahan referensi bagi praktisi, akademisi, terkhusus mahasiswa yang sedang mengikuti mata kuliah yang berhubungan dengan manajemen bisnis ataupun siapa saja yang ingin mendalami lebih jauh. Terbitnya buku ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada para pembaca mengenai konsep dalam manajemen bisnis.

Penulis merasa bahwa buku manajemen bisnis ini jauh dari sempurna, oleh karena itu segala masukan baik berupa saran maupun kritik yang membangun sangat diharapkan. Semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih bagi kepustakaan di Indonesia dan bermanfaat bagi kita semua.

Purbalingga, Juni 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
<b>BAB 1 KONSEP DASAR BISNIS</b>	
<b>Oleh : Sur Yanti, S.E., M.Sc. ....</b>	<b>1</b>
A. Pengertian Bisnis.....	1
B. Fungsi Dan Tujuan Bisnis.....	4
C. Jenis-Jenis Bisnis.....	18
D. Lingkungan Bisnis.....	21
E. Etika Bisnis.....	22
F. Kesimpulan.....	23
DAFTAR PUSTAKA.....	25
TENTANG PENULIS .....	27
<b>BAB 2 KONSEP <i>BENCHMARKING</i> BISNIS</b>	
<b>Oleh : Aryan Eka Prasty Nugraha, S.E., M.Pd.....</b>	<b>28</b>
A. Pendahuluan.....	28
B. Definisi <i>Benchmarking</i> .....	29
C. Tipe <i>Benchmarking</i> .....	30
D. Tahapan <i>Benchmarking</i> .....	31
E. Tujuan <i>Benchmarking</i> .....	32
F. Manfaat <i>Benchmarking</i> .....	34
G. Kesimpulan.....	35
DAFTAR PUSTAKA.....	36
TENTANG PENULIS .....	37
<b>BAB 3 TATA KELOLA ORGANISASI</b>	
<b>Oleh : Dr. Ganjar Winata Martoatmodjo, A.Md.,</b>	
<b>S.Pd., M.Pd.....</b>	<b>38</b>
A. Pendahuluan.....	38
B. Tata Kelola Organisasi Perusahaan .....	41
C. Indikator Pengukuran Tata Kelola Organisasi	
Perusahaan .....	43
D. Mekanisme Tata Kelola Organisasi Perusahaan .....	46
E. Kesimpulan.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....	51

	TENTANG PENULIS.....	54
<b>BAB 4</b>	<b>SIKLUS HIDUP PERUSAHAAN</b>	
	<b>Oleh : Dr. Maidalena, S.T., M.M.....</b>	<b>55</b>
	A. Pendahuluan.....	55
	B. Tahap Pemula ( <i>Startup</i> ).....	56
	C. Tahap Pertumbuhan ( <i>Growth</i> ).....	59
	D. Tahap Pematangan ( <i>Maturity</i> ).....	61
	E. Tahap Kejenuhan ( <i>Saturasion</i> ).....	63
	F. Tahap Penurunan ( <i>Decline</i> ).....	64
	G. Kesimpulan.....	66
	DAFTAR PUSTAKA.....	68
	TENTANG PENULIS.....	70
<b>BAB 5</b>	<b>ANALISA SWOT DALAM BISNIS</b>	
	<b>Oleh : Chadyan Fathurachman, S.Kom., M.A.B.....</b>	<b>71</b>
	A. Pendahuluan.....	71
	B. Analisa Swot Dalam Bisnis.....	71
	C. Lingkungan Bisnis.....	73
	D. Memahami Lingkungan Internal Bisnis.....	84
	E. Menyusun Analisa SWOT.....	86
	F. Kesimpulan.....	90
	DAFTAR PUSTAKA.....	91
	TENTANG PENULIS.....	93
<b>BAB 6</b>	<b>BAURAN PEMASARAN (KONSEP 7P)</b>	
	<b>Oleh : Amiruddin Kalbuadi, M.M.....</b>	<b>94</b>
	A. Pendahuluan.....	94
	B. Bauran Pemasaran (Konsep 7P).....	95
	C. Kesimpulan.....	121
	DAFTAR PUSTAKA.....	122
	TENTANG PENULIS.....	124
<b>BAB 7</b>	<b>BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)</b>	
	<b>Oleh : Aminatus Zakhra, S.E., M.M.....</b>	<b>125</b>
	A. Pendahuluan.....	125
	B. Kewirausahaan.....	126
	C. Perencanaan Bisnis.....	129
	D. BMC.....	131
	E. 9 Elemen BMC.....	132
	F. Langkah-Langkah Penyusunan BMC.....	134



	G. Contoh dalam penyusunan BMC .....	136
	H. Kesimpulan .....	139
	DAFTAR PUSTAKA .....	141
	TENTANG PENULIS .....	143
<b>BAB 8</b>	<b>KONSEP PERDAGANGAN INTERNASIONAL</b>	
	<b>Oleh : Dr. Muhammad Umar A, S.E., M.M. ....</b>	<b>144</b>
	A. Pendahuluan.....	144
	B. Konsep Perdagangan Internasional.....	144
	C. Kesimpulan .....	157
	DAFTAR PUSTAKA .....	158
	TENTANG PENULIS .....	160
<b>BAB 9</b>	<b>MANAJEMEN RESIKO PADA PERUSAHAAN</b>	
	<b>Oleh : Wulandari Dyah Pitaloka, S.M., M.M. ....</b>	<b>161</b>
	A. Pendahuluan.....	161
	B. Konsep Dasar Manajemen Risiko .....	162
	C. Enterprise Risk Management (ERM) .....	165
	D. Identifikasi Resiko .....	170
	E. Penilaian Resiko .....	173
	F. Pengendalian Risiko .....	179
	G. Pemantauan dan Evaluasi Manajemen Risiko.....	180
	H. Kesimpulan .....	181
	DAFTAR PUSTAKA .....	183
	TENTANG PENULIS .....	185
<b>BAB 10</b>	<b>MANAJEMEN BISNIS RITEIL</b>	
	<b>Oleh : Siti Maesaroh, S.IP., M.M. ....</b>	<b>186</b>
	A. Pendahuluan.....	186
	B. Pengertian Manajemen Bisnis Ritel.....	187
	C. Klasifikasi Bisnis Ritel .....	188
	D. Fungsi Dan Tujuan Manajemen Bisnis Ritel .....	190
	E. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Bisnis Ritel.....	190
	F. Jenis-Jenis Manajemen Ritel.....	191
	G. Tantangan Manajemenn Bisnis Ritel.....	192
	H. Stategi Manajemen Bisnis Ritel .....	194
	I. Proses Manajemen Bisnis Ritel.....	196
	J. Harga Ritel.....	198
	K. Kesimpulan .....	200

	DAFTAR PUSTAKA.....	202
	TENTANG PENULIS.....	203
<b>BAB 11</b>	<b>MANAJEMEN BISNIS WARALABA</b>	
	<b>Oleh : Dr. LD Gadi Djou, S.E., M.Si., Akt.....</b>	<b>204</b>
	A. Pendahuluan.....	204
	B. Pengertian Waralaba.....	205
	C. Jenis Waralaba.....	207
	D. Karakteristik Waralaba.....	212
	E. Implementasi Strategi dan Resolusi Konflik dalam Manajemen Bisnis Waralaba.....	212
	F. Kesimpulan.....	221
	DAFTAR PUSTAKA.....	222
	TENTANG PENULIS.....	224
<b>BAB 12</b>	<b>MANAJEMEN BISNIS <i>START-UP</i></b>	
	<b>Oleh : Rifka Utami Arofah, S.M., M.M. ....</b>	<b>225</b>
	A. Pendahuluan.....	225
	B. Mengelola Tujuan, Visi Misi, dan Sasaran <i>Start-Up</i> .....	227
	C. Struktur Organisasi <i>Start-Up</i> .....	229
	D. Manajemen Keuangan <i>Start-Up</i> .....	233
	E. Pengelolaan Sumber Daya Manusia <i>Start-Up</i> .....	236
	F. Manajemen Pemasaran di <i>Start-Up</i> .....	239
	G. Manajemen Operasional di <i>Start Up</i> .....	245
	H. Kesimpulan.....	247
	DAFTAR PUSTAKA.....	248
	TENTANG PENULIS.....	250
<b>BAB 13</b>	<b>MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL</b>	
	<b>Oleh : Dr. Fitri Lukiastruti, S.E., M.M. ....</b>	<b>251</b>
	A. Pendahuluan.....	251
	B. Pengertian.....	251
	C. Teori Proses Internasionalisasi.....	261
	D. Kesimpulan.....	268
	DAFTAR PUSTAKA.....	270
	TENTANG PENULIS.....	273

<b>BAB 14</b>	<b>MANAJEMEN BISNIS E-COMMERCE</b>	
	<b>PEMASARAN</b>	
	<b>Oleh : Ratna Suryani, S.Psi., M.Si., M.M.....</b>	<b>274</b>
	A. Pendahuluan.....	274
	B. Manajemen Bisnis <i>E-Commerce</i> .....	275
	C. Kesimpulan .....	287
	DAFTAR PUSTAKA.....	288
	TENTANG PENULIS .....	290
<b>BAB 15</b>	<b>MANAJEMEN BISNIS SYARIAH</b>	
	<b>Oleh : Mohammad Saiful Rifai, S.T., S.E., M.M.....</b>	<b>291</b>
	A. Pendahuluan.....	291
	B. Pengertian Manajemen Bisnis Syariah.....	292
	C. Sumber Hukum Bisnis Syariah.....	293
	D. Asas-Asas Bisnis Syariah .....	296
	E. Etika dalam Bisnis Syariah .....	298
	F. Studi Kelayakan Bisnis Syariah .....	300
	G. Perencanaan Bisnis Syariah.....	302
	H. Karakteristik Pemasaran Bisnis Syariah.....	304
	I. Transaksi dalam Bisnis Syariah.....	305
	J. Kesimpulan .....	308
	DAFTAR PUSTAKA.....	311
	TENTANG PENULIS .....	313
<b>BAB 16</b>	<b>MANAJEMEN BISNIS PADA ERA SOCIETY 5.0</b>	
	<b>Oleh : Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A. ....</b>	<b>314</b>
	A. Manajemen Bisnis di Era Society 5.0 .....	314
	B. Teknologi sebagai Penggerak Utama .....	316
	C. Pengalaman Konsumen ( <i>Customer Experience</i> ) .....	317
	D. Kolaborasi dan Kemitraan.....	319
	E. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.....	321
	F. Pengembangan Sumber Daya Manusia .....	322
	G. Keamanan Data dan Privacy .....	323
	H. Kesimpulan .....	324
	DAFTAR PUSTAKA.....	327
	TENTANG PENULIS .....	329

## DAFTAR TABEL

Tabel 7.1	BMC Salad Buah.....	137
Tabel 9.1	Contoh Matriks Analisis Risiko .....	177
Tabel 9.2	Level Risiko.....	178
Tabel 9.3	Selera Risiko.....	178
Tabel 14.1	Model Bisnis E-Commerce .....	277

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Siklus Hidup Perusahaan .....	56
Gambar 5.1	Analisa SWOT dengan Faktor Internal dan Eksternal.....	73
Gambar 5.2	Layer Lingkungan Bisnis .....	75
Gambar 5.3	General Environment (analisa PESTLE).....	77
Gambar 5.4	<i>Porter's Five Forces</i> .....	79
Gambar 5.5	Analisa Kompetitor .....	83
Gambar 5.6	Sumber Daya.....	85
Gambar 5.7	Menyusun Daftar SWOT .....	87
Gambar 5.8	<i>TOWS Matrix</i> .....	88
Gambar 11.1	Pendekatan Perumusan Strategi dalam Sistem Bisnis Waralaba .....	220
Gambar 12.1	Stuktur Organisasi Hirearki .....	230
Gambar 12.2	Stuktur Organisasi 'Flat' .....	231
Gambar 12.3	Struktur Organisasi Matriks .....	232
Gambar 12.4	Tujuh Tahap untuk Menarik Modal Ventura .....	240
Gambar 12.5	Model Pemasaran AIDMA dan AISAS .....	242
Gambar 12.6	Model Pemasaran AISAS sebagai Model Non-Linear .....	243
Gambar 13.1	Empat Kegiatan Operasional dalam Bisnis Internasional .....	255
Gambar 13.2	Faktor-faktor Yang Memaksa Organisasi Beroperasi di pasar Internasional.....	260
Gambar 13.3	Komitmen Stratejik Pada Proses Internasionalisasi.....	266
Gambar 16.1	Ilustrasi Era Society 5.0 .....	315



## **MANAJEMEN BISNIS**

**Sur Yanti, S.E., M.Sc.**

**Aryan Eka Prastya Nugraha, S.E., M.Pd.**

**Dr. Ganjar Winata Martoatmodjo, A.Md., S.Pd., M.Pd.**

**Dr. Maidalena, S.T., M.M.**

**Chadyan Fathurachman, S.Kom., M.A.B.**

**Amiruddin Kalbuadi, M.M.**

**Aminatus Zakhra, S.E., M.M.**

**Dr. Muhammad Umar A, S.E., M.M.**

**Wulandari Dyah Pitaloka, S.M., M.M.**

**Siti Maesaroh, S.IP., M.M.**

**Dr. LD Gadi Djou, S.E., M.Si., Akt.**

**Rifka Utami Arofah, S.M., M.M.**

**Dr. Fitri Lukiasuti, S.E., M.M.**

**Ratna Suryani, S.Psi., M.Si., M.M.**

**Mohammad Saiful Rifai, S.T., S.E., M.M.**

**Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A.**



# BAB

# 1

# KONSEP DASAR BISNIS

Sur Yanti, S.E., M.Sc.

Universitas Teknologi Digital Indonesia

## A. Pengertian Bisnis

Bisnis berawal dari adanya kegiatan ekonomi dasar manusia, yang terus berevolusi dan bertransformasi secara signifikan seiring dengan kemajuan peradaban manusia, tuntutan pasar, perubahan lingkungan bisnis yang dinamis dan kemajuan teknologi yang sangat pesat. Evolusi bisnis yang terjadi antara lain adalah pada transaksi bisnis yang bermula dari sistem barter kemudian berkembang menggunakan uang dan saat ini sebagian besar telah menggunakan dompet digital, dari yang lingkup bisnis hanya bersifat lokal menjadi global dan kompleks, serta dari yang dilaksanakan secara manual telah bertransformasi dengan memanfaatkan teknologi digital. Pakar manajemen strategis, Hamel (2007) mengemukakan bahwa teknologi digital telah mengubah aturan permainan, memaksa organisasi untuk meninjau ulang model dan proses bisnisnya. Dengan demikian, para pelaku bisnis dituntut untuk terus meningkatkan inovasi produk dan memanfaatkan teknologi terkini dalam menghadapi tantangan dan persaingan global.

Dalam ilmu ekonomi, bisnis merujuk pada kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh individu, perusahaan, atau organisasi dengan tujuan menghasilkan barang atau jasa untuk dipertukarkan atau dijual di pasar. Kata bisnis sendiri berasal dari bahasa Inggris yaitu *business*, dengan kata dasar *busy* yang

## DAFTAR PUSTAKA

- Barney, J. B., & Mackey, A. (2016). Text and metatext in the resource-based view. *Human Resource Management Journal*, 26(4), 369-378.
- Crane, A., & Matten, D. (2016). *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*. Oxford University Press.
- David Whetten dan Kim Cameron. (2011). *Developing Management Skills*. Pearson.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases*. Pearson.
- Ebert, R.J. and Griffin, R.W. 2020, *Business Essentials*, Twelfth Edition, Pearson Education Limited.
- Gary Dessler. (2020). *Human Resource Management*. Pearson.
- Hamel, G. (2007). *The Future of Management*. Harvard Business School Press.
- Hamzah, R. E., & Putri, C. E. (2020). Analisis Self-Disclosure Pada Fenomena Hyperhonest Di Media Sosial. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 221-229
- Henry Mintzberg. (1980). *The Nature of Managerial Work*. Harper & Row
- James C. Van Horne dan John M. Wachowicz Jr. (2008). *Fundamentals of Financial Management*. Pearson
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. Pearson
- Maslow, A. H. (2019). *A theory of human motivation*. Ravenio Books.
- Nickels, William. G., McHugh, James. M., & McHugh, Susan. M. (2010). *Understanding Business* (9th ed.). McGraw-Hill.



- Richins, M. L. (2017). Materialism pathways: The processes that create and perpetuate materialism. *Journal of Consumer Psychology, 27*(4), 480-499.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness*. Guilford Press, London
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (2019). An integrative theory of intergroup conflict. In *Political psychology* (pp. 33-47). Palgrave Macmillan, Cham.
- Whetten, D. A., & Cameron, K. S. (2002). *Developing Management Skills* (5th ed.). Prentice Hall.

## TENTANG PENULIS



**Sur Yanti, S.E., M.Sc.**

Universitas Teknologi Digital Indonesia

Penulis adalah dosen di Universitas Teknologi Digital Indonesia. Awal pendidikan tinggi penulis dimulai sejak berhasil menyelesaikan studi S1 di prodi Akuntansi Universitas Janabadra. Selanjutnya, penulis menyelesaikan studi magister di prodi Akuntansi Universitas Gadjah Mada. Penulis memiliki kepakaran dibidang Akuntansi, Sistem Informasi dan Metodologi Penelitian guna menunjang karir sebagai dosen, penulis, dan peneliti. Berbagai penelitian telah dilakukan oleh penulis dan telah dipublikasikan di berbagai jurnal nasional maupun jurnal internasional yang bereputasi. Selain sebagai peneliti, penulis juga telah menulis beberapa buku yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan membantu meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia.

# BAB 2

## KONSEP *BENCHMARKING* BISNIS

Aryan Eka Prastya Nugraha, S.E., M.Pd.

Universitas PGRI Semarang

### A. Pendahuluan

Lanskap ekonomi ditandai dengan persaingan yang ketat, ketidakpastian yang meningkat, dan gangguan. Manajer, pemilik, dan investor memerlukan pengetahuan tentang kinerja perusahaan. Dengan memiliki pemahaman yang komprehensif tentang kondisi keuangan perusahaan, mereka dapat mengambil keputusan yang tepat terkait akuisisi sumber daya keuangan, menentukan struktur keuangan yang paling efektif, memanfaatkan uang tunai yang tersedia, mengelola tingkat suku bunga, memperpanjang kredit perdagangan, dan mendistribusikan keuntungan. (Jetmarová, 2011). Memahami persaingan sangat penting untuk menilai proyeksi untuk kemajuan di masa depan. Dalam dunia yang sangat kompetitif saat ini dan ekonomi global yang berkembang pesat, sangat penting bagi setiap perusahaan untuk memiliki pengetahuan tidak hanya tentang status ekonominya, tetapi juga tentang lingkungan bisnis dan kompetitornya. Pengetahuan ini sangat penting bagi perusahaan untuk secara efektif mempromosikan dan mempertahankan posisi persaingan.

*Benchmarking* melibatkan evaluasi metodelis yang berkelanjutan terhadap kinerja dan efisiensi perusahaan dalam memberikan layanan atau menghasilkan produk. Jika teknik-teknik tersebut lebih efektif di tempat lain dalam hal ini di posisi

## DAFTAR PUSTAKA

- Dragolea, L., Cotîrlea, D., (2009). BENCHMARKING-A VALID STRATEGY FOR THE LONG TERM? *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica* 11.
- Elmuti, D., Kathawala, Y., (1997). An overview of benchmarking process: a tool for continuous improvement and competitive advantage. *Benchmarking for Quality Management & Technology* 4.
- Jetmarová, B., (2011). BENCHMARKING - METHODS OF RAISING COMPANY EFFICIENCY BY LEARNING FROM THE BEST-IN-CLASS. *E+M Ekonomie a Management; Liberec*.
- Moriarty, J.P., Smallman, C., (2009). En route to a theory of benchmarking. *Benchmarking* 16, 484-503.
- Sitnikov, C., Giurca Vasilescu, L., (2008). A Global Vision over Benchmarking Process: Benchmarking Based Enterprises. *Munich Personal RePEc Archive*.

## TENTANG PENULIS



**Aryan Eka Prastya Nugraha, S.E., M.Pd.**  
Universitas PGRI Semarang

Penulis lahir di Grobogan tanggal 30 Desember 1989. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Manajemen Pemasaran di Universitas Negeri Semarang dan melanjutkan S2 pada Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Penulis menekuni bidang pemasaran, analisis konsumen, manajemen bisnis online, studi bisnis dan statistik.

# BAB 3

## TATA KELOLA ORGANISASI

**Dr. Ganjar Winata Martoatmodjo, A.Md., S.Pd., M.Pd.**  
Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung

### **A. Pendahuluan**

Tata kelola organisasi sangat penting bagi suatu organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Tata kelola organisasi sangat penting bagi semua perusahaan di seluruh dunia. Hal ini tidak hanya menjamin transparansi operasi, namun juga berkontribusi terhadap pencapaian pengakuan internasional. Praktik manajemen meningkatkan akuntabilitas manajemen, sehingga menghasilkan operasional yang lebih baik. Lingkungan bisnis global yang sangat kompetitif saat ini, tekanan dan beberapa penipuan perusahaan telah meningkatkan pentingnya manajemen organisasi perusahaan di negara-negara berkembang. Analisis komprehensif terhadap manajemen organisasi dan kinerja perusahaan harus dilakukan untuk mengurangi sumber inefisiensi di dunia usaha (Saini dan Singhanian, 2017).

Tata kelola yang baik dalam dunia keuangan dianggap sama pentingnya dengan tata kelola suatu negara. Menerapkan tata kelola perusahaan yang baik bukan lagi sekedar kewajiban, namun sudah menjadi kebutuhan bagi setiap perusahaan dan organisasi. Pernyataan tersebut menegaskan bahwa perusahaan mempunyai peran penting dalam penerapan tata kelola yang baik dalam kehidupan ekonomi dan sosial kita.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andini, R., et.al. (2021). *Pengaruh GCG (Good Corporate Governance) dan Profitabilitas Terhadap Penghindaran Pajak dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating* (M. I. Syairozi (ed.)). Jakarta: Media Sains Indonesia.
- Arya. (2014). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Praktik Perataan Laba (income smoothing)*. Universitas Diponegoro.
- Choughri, R. (2018). *The Role and Benefits of a Corporate Governance Framework as a Risk Intelligence Success Factor for Large Enterprises in Mea Business Analytics Importance and Implementation View Project Risk Management View Project The Role and Benefits of a Corporate Go*. International Journal of Business and Management Invention (IJBMI).
- D. Sulistyia (ed.); 1st ed.). Jakarta: Absolute Media.
- Faisal. (2014). *Dasar Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi keempat. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Firmansyah, A., & Estutik, R. S. (2021). *Kajian Akuntansi Keuangan: Peran Tata Kelola Perusahaan dalam Kinerja Tanggung Jawab Lingkungan, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial, Agresivitas Pajak* (R. A. Qadri (ed.)). Jakarta: Penerbit Adab.
- Ghofar, A., & Islam, S. M. N. (2014). *Corporate Governance and Contingency Theory: a Structural Equation Modeling Approach and Accounting Risk Implications*. Jakarta: Springer International Publishing.
- Gunawan, R. M. B. (2021). *GRC (Good Governance, Risk Management, and Compliance) Konsep dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hasnati. (2014). *Komisaris Independen & Komite Audit: Organ Perusahaan yang Berperan untuk Mewujudkan Good Corporate Governance di Indonesia* (A.

- Herdjiono, I. & Sari. (2017). *Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management Behaviour*. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Volume 9(3).
- Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG). (2016). *Pedoman Umum GCG Indonesia*, Jakarta.
- Lessambo, F. I. (2014). *The International Corporate Governance System Audit Roles and Board Oversight*. Palgrave Macmillan.
- Mahrani, M. (2018). *The Effect of Good Corporate Governance Mechanism and Corporate Social Responsibility on Financial Performance with Earnings Management as Mediating Variable*. Asian Journal Of Accounting Research. Volume 3(1).
- Naimah, Z. & Hamidah. (2017). *The Role of Corporate Governance in Firm Performance*. SHS Web Conf., 34.
- Nguyen, A. H., et.al. (2020). *Corporate Governance and Stock Price Synchronicity: Empirical Evidence from Vietnam*. International Journal of Financial Studies Volume 8(2).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 21/POJK.04/ 2015*. *Ojk.Go.Id*, 1–8. [http://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/regulasi/lembaga-keuangan-mikro/peraturan-ojk/Documents/SAL-POJK PERIZINAN FINAL F.pdf](http://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/regulasi/lembaga-keuangan-mikro/peraturan-ojk/Documents/SAL-POJK%20PERIZINAN%20FINAL%20F.pdf).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2014). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 33/POJK.04/2014 Tentang Direksi dan Dewan Komisaris Emiten Atau Perusahaan Publik*. <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/POJK-tentang-Direksi-dan-Dewan--Komisaris-Emiten-atau-Perusahaan-Publik/POJK>
- Permanasari, W. I. (2014). *Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan*. Semarang: Universitas Diponegoro. <http://www.enprints.undip.ac.id>.



- Putra, D. & Rahmini. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Jasa Yang Listing di BEI*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* Volume 8(1).
- Rahayu, et.al. (2020). *Analisis Efisiensi Ekonomi Penggunaan Faktor-Faktor Produksi pada Usaha Tani Kedelai di Kabupaten Sukoharjo*. *Caraka Tani* Volume 25(1).
- Saini, N. & Singhanian, M. (2017). *Corporate Governance, Globalization and Firm Performance in Emerging Economies: Evidence from India*. *International Journal of Productivity and Performance Management* Volume 67(8).
- Sudana, I. (2016). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: Erlangga.
- Sudarmanto, E., et.al. (2021). *Good Corporate Governance (GCG)*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Umbu. (2018). *Pengaruh karakteristik terhadap pendapatan petani jagung di Kabupaten Sumba Timur (studi kasus: Desa Kiritana, Kecamatan 68 Kampera, Kabupaten Sumba Timur)*. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* Volume 2(2).
- Wicaksono, M. (2014). *Pengkajian Prosa Fiksi (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Grundhawaca.
- Widyati, M. F. (2016). *Pengaruh Dewan Direksi, Komisaris Independen, Komite Audit, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional terhadap Kinerja Keuangan*. *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 1(1).

## TENTANG PENULIS



**Dr. Ganjar Winata Martoatmodjo, A.Md., S.Pd., M.Pd.**

Universitas Muhammadiyah Pringsewu  
Lampung

Penulis lahir di Kotabumi, Lampung Utara pada tanggal 31 Mei 1985. Penulis merupakan anak kedua dari pasangan Drs. Lasiman, M.Pd. dan Siti Aisyah, S.Pd. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Magister Administrasi Pendidikan Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung. Penulis menyelesaikan pendidikan D3 Bahasa Inggris, S1 Pendidikan Matematika dan S2 Manajemen Pendidikan di Universitas Lampung. Selanjutnya Penulis meneruskan studi Doktoral pada S3 Manajemen Pendidikan Universitas Negeri Jakarta dan selesai pada tahun 2016. Pada tahun 2013, saat menyelesaikan pendidikan Magisternya, Penulis mendapatkan predikat sebagai lulusan terbaik pertama pada tingkat Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dan juga tingkat Universitas Lampung. Saat ini Penulis aktif menghasilkan berbagai karya tulis, diantaranya buku-buku yang sudah diterbitkan dan artikel-artikel penelitian dalam berbagai jurnal pendidikan. Email Penulis: abotnatha@yahoo.co.id

# BAB 4

# SIKLUS HIDUP PERUSAHAAN

**Dr. Maidalena, S.T., M.M.**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

## **A. Pendahuluan**

Setiap perusahaan, baik yang baru berdiri maupun yang sudah lama beroperasi, akan melalui serangkaian tahapan yang dikenal sebagai siklus hidup perusahaan. Memahami siklus ini sangat penting bagi manajemen dan pemangku kepentingan untuk merencanakan strategi yang tepat pada setiap fase. Gambar 1 menunjukkan siklus hidup perusahaan menurut Adizes (2004), konsep ini menggambarkan perjalanan sebuah perusahaan dari awal pendiriannya, melalui fase-fase pertumbuhan dan perkembangan, hingga mencapai titik jenuh dan akhirnya, mungkin, mengalami kematian. Memahami siklus ini sangat penting bagi manajemen dan pemangku kepentingan untuk merencanakan strategi yang tepat pada setiap fase.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A.A. and Mohd-Saleh, N. (2014) 'Impact of Firms' Life-cycle on Conservatism: The Malaysian Evidence', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 145, pp. 18–28. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.06.007>.
- Adizes, I. (2004) *Managing corporate lifecycles*. The Adizes Institute Publishing.
- Amin, A. et al. (2023) 'Firm Life Cycle and Cost of Debt', *Journal of Banking and Finance*, 154. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2023.106971>.
- Blank, S. and Dorf, B. (2020) *The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company*. John Wiley & Sons.
- Chatterjee, B. et al. (2023) 'CEO Remuneration, Financial Distress and Firm Life Cycle', *Pacific Basin Finance Journal*, 80. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2023.102050>.
- Chen, C. et al. (2023) 'Uncertainty, Imperfect Information, And Expectation Formation Over The Firm's Life Cycle', *Journal of Monetary Economics*, 140, pp. 60–77. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jmoneco.2023.08.001>.
- Dufour, Y., Steane, P. and Corriveau, A.M. (2018) 'From the Organizational Life-Cycle to "Ecocycle": a Configurational Approach to Strategic Thinking', *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 10(2–3), pp. 171–183. Available at: <https://doi.org/10.1108/APJBA-05-2018-0095>.
- Elsayed, K. and Wahba, H. (2016) 'Reexamining The Relationship Between Inventory Management and Firm Performance: An Organizational Life Cycle Perspective', *Future Business Journal*, 2, pp. 65–80. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.fbj.2016.05.001>.
- Hammer, M. and Champy, J. (2009) *Reengineering the Corporation: Manifesto for Business Revolution*. a. Zondervan.

- Kallunki, J.P. and Silvola, H. (2008) 'The Effect of Organizational Life Cycle Stage on The Use of Activity-Based Costing', *Management Accounting Research*, 19, pp. 62–79. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.mar.2007.08.002>.
- Kotler, P. *et al.* (2018) *Marketing management: an Asian perspective*. London: Pearson.
- Lester, D.L., Parnell, J.A. and Carraher, S. (2003) 'Organizational Life Cycle: a Five-Stage Empirical Scale', *The International Journal of Organizational Analysis*, 11(4), pp. 339– 354. Available at: <https://doi.org/10.1108/eb028979>.
- Mosca, L., Gianecchini, M. and Campagnolo, D. (2021) 'Organizational Life Cycle Models: A Design Perspective', *Journal of Organization Design*, 10, pp. 3–18. Available at: <https://doi.org/10.1186/s41469-021-00090-7>.
- Rahimi, F. and Fallah, S. (2015) 'Study of Organizational Life Cycle and its Impact on Strategy Formulation', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 207, pp. 50–58. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.10.152>.
- Su, S., Baird, K. and Schoch, H. (2017) 'Management Control Systems: The Role of Interactive and Diagnostic Approaches to Using Controls from an Organizational Life Cycle Perspective', *Journal of Accounting & Organizational Change*, 13(1–40). Available at: <https://doi.org/10.1108/jaoc.2010.31506baa.003>.
- Tang, J.P. and Basco, S. (2023) 'Banks, Credit Supply, and the Life Cycle of Firms: Evidence From Late Nineteenth Century Japan', *Journal of Banking and Finance*, 154. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2023.106937>.
- Yao, J. and Wang, D. (2023) 'The Impact of Analyst Attention on The Firms' Innovation Paths from A Life Cycle Perspective: Evidence From China', *Heliyon*, 9. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e18940>.

## TENTANG PENULIS



**Dr. Maidalena, S.T., M.M.**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Penulis bernama Maidalena, lahir pada 25 Mei 1981 di Kota Pekanbaru Provinsi Riau, adalah bungsu dari enam bersaudara dari pasangan luar biasa, H. Syahbudin Nasution dan Hj. Ambun Sari. Pendidikan Penulis dimulai dengan meraih gelar sarjana S1 di Fakultas Teknik dari Universitas Andalas - Padang. Setelah itu, Penulis melanjutkan studi S2 pascasarjana Magister Manajemen di Universitas Riau - Pekanbaru. Penulis menyelesaikan kuliah S3 di Universitas Andalas pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Program Doktor Ilmu Ekonomi yang telah memberikan Penulis dasar yang kuat dalam pemahaman tentang Ilmu Ekonomi dan juga Ilmu Manajemen Keuangan untuk dapat mempersiapkan dirinya untuk peran akademik yang lebih tinggi. Saat ini, Penulis merupakan salah satu pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Universitas Islam Negeri Sumatera Utara - Medan. Pengalaman ikut serta dalam penulisan book chapter ini memungkinkan Penulis untuk berbagi pengetahuan dan wawasan kepada mahasiswa, serta mengembangkan kemampuan. Penulis juga memiliki pengalaman mengajar berbagai mata kuliah yang terkait dengan ekonomi dan keuangan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Sumatera Utara - Medan. Di antara mata kuliah yang biasa diajarkan oleh Penulis adalah manajemen keuangan, statistik, matematika keuangan, evaluasi proyek, ekonomi manajerial, manajemen operasi, serta mata kuliah lainnya yang berkaitan dengan bidang ekonomi dan keuangan.

# BAB 5

# ANALISA SWOT DALAM BISNIS

Chadyan Fathurachman, S.Kom., M.A.B.  
Universitas PGRI Semarang

## A. Pendahuluan

Analisis SWOT adalah alat strategis yang digunakan oleh perusahaan untuk memahami Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman) yang dihadapi oleh bisnis. Analisis ini membantu perusahaan dalam merencanakan strategi bisnis yang efektif dan membuat keputusan yang lebih tepat. Analisis SWOT dapat membantu dalam mengidentifikasi risiko yang mungkin dihadapi perusahaan dan merencanakan tindakan mitigasi yang sesuai. Selain itu juga menyiapkan perusahaan untuk mengelola krisis dengan lebih baik melalui pemahaman mendalam tentang ancaman potensial. Dengan melakukan analisis SWOT, perusahaan dapat memiliki pemahaman yang komprehensif tentang situasi mereka saat ini dan merencanakan langkah-langkah strategis yang diperlukan untuk mencapai tujuan bisnis mereka dengan lebih efektif.

## B. Analisa SWOT Dalam Bisnis

Analisa SWOT merupakan *tools* atau alat fundamental bagi bisnis dalam melakukan evaluasi posisi bisnisnya di pasar (*market*). Pada dasarnya analisa SWOT berasal dari bidang perencanaan strategis dan manajemen. Analisa ini diaplikasikan dalam berbagai bidang dan telah digunakan dan dipelajari sejak

## DAFTAR PUSTAKA

- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., & Mousa, M. M. (2021). SWOT analysis applications: An integrative literature review SWOT analysis applications: An integrative literature review. *Journal of Global Business Insight*, 55-73.
- Dr. Mohamad Agus Salim, D. M. (2021). *Budidaya Microgreens: Sayuran Kecil Kaya Nutrisi dan Menyehatkan*. Kabupaten Bandung: Yayasan Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Multiliterasi.
- Gurel, E., & Tat, M. (2017). SWOT Analysis: A Theoretical Review. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hosskison, R. E. (2011). *Strategic Management: Competitiveness and Globalization*. Mason: South-Western Cengage Learning.
- Johnson, G., Kevan, S., & Withington, R. (2008). *Exploring Corporate Strategy*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. London: Pearson.
- Kumar C.R., S., & Praveena K. B. (2023). SWOT Analysis. *International Journal of Advanced Research*, 744-748.
- Leigh, D. (2009). SWOT Analysis. In R. Watkins, & D. Leigh, *Handbook of Improving Performance in the Workplace* (pp. 115-14-). San Fransisco: Wiley.
- Minsky, L., & Aron, D. (2021, February 23). *Are You Doing The SWOT Analysis Backwards*. Retrieved from hbr.org: <https://hbr.org/2021/02/are-you-doing-the-swot-analysis-backwards>
- Ommani, A. R. (2011). Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats (SWOT) Analysis for Farming System Business Management: Case of Wheat Farmers of Shadervan District, Shoustar Township, Iran. *African Journal of Business Management*, 9448 - 9454.



- Pant, P. (2019). SWOT Analysis: A Powerful Tool of Strategic Competitive Management Effectiveness. *Adhyayan: A Journal of Management Science*, 31-37.
- Taherdoost, H., & Madanchian, M. (2021). Determination of Business Strategies Using SWOT Analysis; Planning and Managing the Organizational Resources to Enhance Growth and Profitability. *Macro Management & Public Policies*, 19-22.
- Wehrich, H. (1982). The TOWS Matrix - A Tool for Situational Analysis. *Long Range Planning*, 54 - 66. Retrieved from <https://nonprofitbuilder.org/>.

## TENTANG PENULIS



**Chadyan Fathurachman, S.Kom., M.A.B.**  
Universitas PGRI Semarang

Penulis adalah dosen di Program Studi Bisnis Digital Universitas PGRI Semarang - UPGRIS. Penulis menyelesaikan studi S1 di Program Studi Teknik Informatika di Universitas Telkom. Selanjutnya, menyelesaikan program Master of Business and Management di Institut Teknologi Bandung. Penulis memiliki ketertarikan di bidang strategi bisnis, sumber daya manusia, dan pemasaran. Penulis berharap dapat ikut berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia.

# BAB 6

## BAURAN PEMASARAN (KONSEP 7P)

**Amiruddin Kalbuadi, M.M.**  
Universitas Teknologi Mataram

### **A. Pendahuluan**

Perkembangan bisnis saat ini memberikan pengertian terbaru mengenai aktivitas pemasaran di mana pemasaran merupakan aktivitas serangkaian institusi, dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat luas (AMA, 2017). Proses pemasaran tentu tidak lepas dari adanya peran manajemen pemasaran di dalamnya. Manajemen pemasaran adalah suatu kegiatan yang direncanakan dan dilaksanakan oleh suatu perusahaan. Perencanaan memerlukan strategi dan keahlian yang tepat untuk menentukan rencana tersebut. Peranan manajemen pemasaran dalam suatu perusahaan sangatlah penting. Hal ini mencakup penyiapan produk yang lebih inovatif, pemilihan pangsa pasar yang diinginkan perusahaan, dan promosi produk baru kepada calon pembeli potensial. Perkembangan dunia bisnis membuat manajemen semakin diperlukan untuk melakukan kegiatan pemasaran. Manajemen pemasaran merupakan pasar sasaran untuk menarik, mempertahankan dan meningkatkan konsumen dengan menciptakan dan memberikan kualitas penjualan yang baik (Kotler & Keller, 2016). Terobosan dalam kegiatan manajemen pemasaran tidak lepas dari berkembangnya model

## DAFTAR PUSTAKA

- American Marketing Association. (2017). *Definitions of Marketing*.  
[https://www-ama-org.translate.google.com/translate?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=id&\\_x\\_tr\\_hl=id&\\_x\\_tr\\_pto=tc](https://www-ama-org.translate.google.com/translate?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc)
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V. & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Fatihudin, D & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fubah, C. N., & Moos, M. (2021). Relevant Theories in Entrepreneurial Ecosystems Research: an Overview. *Academy of Entrepreneurship Journal*, Vol: 27 Issue: 6 Pp 1-18.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana.
- Lovelock, C., Wirtz, J. & Mussry, J.( 2010). *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi dan Strategi Perspektif Indonesia Edisi ke 7*. Jakarta: Erlangga.
- Nuryakin. 2019. *Manajemen Pemasaran Strategik*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Swastha, B. & Irawan. 2018. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Zeithaml, V. A. & Bitner, M. 2000. *Service Marketing 2nd edition : Integrating. Customer Focus*. New York: McGraw-Hill Inc.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D.D. 2013. *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. 6e. Boston: Mc.Graw-Hill.

## TENTANG PENULIS



**Amiruddin Kalbuadi, M.M.**

Universitas Teknologi Mataram

Lahir di Mataram Nusa Tenggara Barat pada 4 Desember 1991 dan menetap di Kota Mataram. Penulis menyelesaikan *travelling* pendidikan Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen dengan Konsentrasi Manajemen Pemasaran di Fakultas Ekonomi Universitas Mataram pada tahun 2014. Kemudian menyelesaikan pendidikan Magister Manajemen dengan Konsentrasi Manajemen Pemasaran di Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta pada tahun 2018. Saat ini penulis aktif mengajar di Universitas Teknologi Mataram dan aktif sebagai Tutor di Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka. Penulis pernah magang di Bank Mandiri Cabang Mataram Cakranegara sebagai *part time* pada Desember 2012. Pernah bekerja sebagai *Account Officer* di BNI Syariah Cabang Mataram pada tahun 2015. Pernah bekerja sebagai fasilitator Penanganan Rumah Berat akibat Gempa NTB tahun 2019. Pernah mengajar di Program Studi S1 Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Mataram. Selain aktif mengajar, penulis juga aktif meneliti untuk publikasi di jurnal, menjadi reviewer di jurnal nasional dan ikut serta menjadi Dosen Pendamping Program pada Kegiatan MSIB Kampus Merdeka angkatan 3 dan 5. Penulis juga memiliki hobi seperti bermain futsal, sepakbola dan mendaki gunung. Beberapa buku yang sudah ditulis melalui skema *Bookchapter* yakni Manajemen Pemasaran-Marketing Campaign (Penerbit Kimshafi Alung Cipta) dan Pengembangan Produk (Penerbit Eureka Media Aksara). Korespondensi dengan penulis bisa melalui surel [amiruddin.kalbuadi@gmail.com](mailto:amiruddin.kalbuadi@gmail.com).

# BAB

# 7

## *BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)*

**Aminatus Zakhra, S.E., M.M.**

Universitas Islam Madura

### **A. Pendahuluan**

UMKM di Indonesia ditandai dengan Peraturan No. 20 Tahun 2008 yang menggolongkan perusahaan independen sebagai badan usaha yang mempunyai manfaat yang dimiliki oleh orang atau individu yang substansi keuangannya memenuhi standar yang dikelola oleh peraturan Pemerintah. Usaha kecil dan menengah sebagaimana dimaksud dalam pasal Undang-undang ini adalah badan usaha yang memproduksi secara mandiri dan dikuasai oleh orang atau unsur terbuka. Kegiatan UMKM mencakup kegiatan keuangan yang berbeda-beda, meskipun sebagian besar merupakan perusahaan swasta di bidang kuliner menurut Ainia et al, (2021).

Salah satu dampak paling jelas dari Modern 4.0 adalah gangguan yang semakin parah dan ekonomi imajinatif itulah yang menjadi pendorong utamanya. Perusahaan kuliner, seni dan desain merupakan pilar yang memberikan komitmen besar terhadap produk-produk lokal. Usaha Kecil Menengah (UMKM) diyakini akan menjadi tulang punggung dan berkembang menjadi sektor penciptaan lapangan kerja yang berkelanjutan. Peran masyarakat dalam pengembangan keuangan masyarakat adalah Usaha Kecil dan Menengah. Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dan penting dalam perekonomian masyarakat. Karena banyaknya jumlah bisnis

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus, J. (2016) 'Pengelolaan Keuangan yang Efektif dan Efisien dalam Meningkatkan Kekuatan Ekonomi bagi Masyarakat Papua dan Papua Barat di Indonesia', *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(4), pp. 727-734. Available at: <https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.4.13>.
- Alfarisi, A. (2019) 'Perumusan Strategi Business Model Canvas (BMC) pada Perusahaan Sandal Toyosima Singosari', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, pp. 1-14. Available at: <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/582>.
- Aliwinoto, C., Hediayani, M. and Malinda, M. (2022) 'Analisis Business Model Canvas Usaha Mikro Kecil Menengah Toko Jif Bandung, Indonesia', *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1, pp. 173-182. Available at: <https://doi.org/10.36441/snpk.vol1.2022.35>.
- H. and Chandra, A. (2021) 'Perancangan Dan Pengembangan Online Shop Support System Berbasis Lean Canvas', *Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Science*, 1(1), pp. 843-850. Available at: <https://journal.uib.ac.id/index.php/combinest/article/view/4505>  
<https://journal.uib.ac.id/index.php/combinest/article/download/4505/1231>.
- Haryanti, I. and Pasha, A.D. (2023) 'Pelatihan Penyusunan Bisnis Model Kanvas Untuk Peningkatan Daya Saing Kelompok UMKM Desa Pesa Wawo', *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(7), pp. 1272-1277. Available at: <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i7.319>.
- Napitupulu, N.A.P. and Kamal, I. (2024) 'Perumusan Strategi Bisnis Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Pada PT Mojadi Aplikasi Indonesia)', *Indonesian Journal of Economics ...*, 1(1), pp. 24-36. Available at: <https://jurnal.intekom.id/index.php/ijema/article/view/2>



77%0Ahttps://jurnal.inteko m.id/index.php/ijema/article/download/277/239.

- Nuraini and Ani Widhajati (2019) 'Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Di PLUT KUMKM Tulungagung', *Jurnal Benefit*, 6(1), pp. 58-66.
- Osterwalder, A. et al., 2010 *Business Model Generation*, John Wiley & Sons, Inc., , Terjemahan Sihandrini, N.R, PT.Elex Media Komputindo, 2012
- Pramudita, A.S., Bisma, M.A. and Guslan, D. (2020) 'The Distribution Channel Preferences in Purchase Decision-Making of Backpacker Hostel Customers', *Binus Business Review*, 11(2), pp. 129-139. Available at: <https://doi.org/10.21512/bbr.v11i2.6241>.
- Prawijaya, A. et al. (2022) 'Strategi Bisnis Business Model Canvas pada Bumdes-Mart', 11(1), pp. 169-178. Available at: <https://doi.org/10.31289/perspektif.v11i1.5371>. Hafiz, Z. et al. (2023) 'Analisis Bisnis Model Canvas Pada UMKM ( Studi Kasus : Salad Buah Kak Yunie , Kota Tanjungpinang )', 3, pp. 2282-2290. 'tabel bmc salad'.
- Raihan Ariffianto, R. and Santoso, B. (2024) 'Pemanfaatan Business Model Canvas (BMC) Dan Analisis SWOT Dalam Mendesain Strategi Peningkatan Efektivitas UMKM Sidizert', *MUSYAWARAH: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), pp. 66-74. Available at: <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/musyawah/>. Sama,
- Suryana, P. and Dasuki, E.S. (2013) 'Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Implikasinya pada Minat Beli Ulang', *Trikonomika*, 12(2), p. 190. Available at: <https://doi.org/10.23969/trikononika.v12i2.479>

## TENTANG PENULIS



**Aminatus Zakhra, S.E., M.M.**

Universitas Islam Madura

Penulis lahir di Pamekasan Madura Jawa Timur tanggal 06 Januari 1982. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi di Universitas Islam Madura. Menyelesaikan pendidikan S1 Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi di Universitas Merdeka Malang dan S2 Magister Manajemen di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulis menekuni Ilmu Manajemen dan menulis karya ilmiah yang dipublikasi nasional maupun internasional baik dalam bidang penelitian serta melakukan pengabdian masyarakat yang berfokus pada UMKM. Sedangkan dalam referensi yakni Book Chapter dengan judul Pengantar Manajemen dan Book Chapter dengan judul Manajemen Keuangan Desa.

# BAB 8

## KONSEP PERDAGANGAN INTERNASIONAL

Dr. Muhammad Umar A, S.E., M.M.  
Universitas Alkhairaat Palu

### A. Pendahuluan

Perdagangan internasional adalah kegiatan pertukaran barang dan jasa antara negara-negara di seluruh dunia. Ini merupakan salah satu pilar utama dari perekonomian global dan memiliki sejarah panjang yang mencakup ribuan tahun. (Rinaldy, E., Ikhlas, D., & Utama, A. (2021).

Perdagangan internasional merupakan suatu aktivitas berdagang yang dilakukan oleh dua negara yang berbeda. Perdagangan internasional dapat disebut pula sebagai international trade dan telah ada sejak pertengahan abad, Lebih jelasnya, perdagangan internasional ini dapat terjadi ketika ada kegiatan perdagangan yang dilakukan oleh dua negara berbeda dan tentu saja kegiatan tersebut telah disetujui oleh keduanya (Sururi, 2017).

### B. Konsep Perdagangan Internasional

#### 1. Pengertian Perdagangan

Perdagangan merupakan proses tukar menukar barang dan jasa dari suatu wilayah dengan wilayah lainnya. Kegiatan sosial ini muncul karena adanya perbedaan kebutuhan dan sumber daya yang dimiliki (Sururi, 2017).

## DAFTAR PUSTAKA

- Agil, A. R. (2020). Perdagangan Internasional Dalam Pandangan Islam (Studi Kritik Terhadap Sistem Perdagangan Internasional Pada Organisasi WTO). *El-Kahfi | Journal of Islamic Economics*, 1(02), 88-97.
- Amanda, N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Kebijakan Perdagangan Internasional. *Journal Economy And Currency Study (JECS)*, 4(1), 14-23.
- Arifin, S., Rae, D. E., & Joseph, C. P. (2007). Kerja sama perdagangan internasional: peluang dan tantangan bagi Indonesia. *Elex Media Komputindo*.
- Diphayana, W. (2018). *Perdagangan internasional*. Deepublish.
- Ibrahim, H. R., & Halkam, H. (2021). *Perdagangan Internasional & Strategi Pengendalian Impor*. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Kurnianingrum, T. P., SH, M., Cahyaningrum, D., Nola, L. F., SH, M. K., & Novianti, S. H. (2021). Pelindungan kepentingan nasional dalam perdagangan internasional. *Publica Indonesia Utama*.
- Muis, A. R. C. (2019). *Sustainable Competitive Advantage Ekonomi Kreatif Indonesia dalam Dinamika Perdagangan Internasional*. Deepublish.
- Rinaldy, E., Ikhlas, D., & Utama, A. (2021). *Perdagangan Internasional: Konsep dan Aplikasi*. Bumi Aksara.
- Setiawati, R. I. S. (2021). *Buku Ajar Bisnis dan Perdagangan Internasional*.
- Supardi, E. (2021). *Ekspor Impor Perdagangan Internasional (Ekspor-Impor), Masalah-Masalah Di Dalam Kegiatan (Ekspor-Impor), Para Pihak Yang Terlibat Dalam Kegiatan Ekspor-Impor, Metode Pembayaran Dalam Perdagangan Internasional*. Deepublish.

- Susila, W. R. (2022). *Perdagangan Internasional: Teori, Kebijakan, dan Terapan*. Prasetiya Mulya Publishing.
- Widyastuti, T. V. (2023). *Problematika Perlindungan Lingkungan Hidup dalam Perspektif Perdagangan Internasional*. Penerbit NEM.
- Yusdja, Y. (2004). Tinjauan Teori Perdagangan Internasional dan Keunggulan Kooperatif. In *Forum Penelitian Agro Ekonomi* (Vol. 22, No. 2, pp. 126-141).

## TENTANG PENULIS



**Dr. Muhammad Umar A, S.E., M.M.**

Universitas Alkhairaat Palu

Penulis lahir di Palu tanggal 18 September 1985. Penulis dosen tetap pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Alkhairaat Palu. Menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Manajemen, melanjutkan S2 pada Jurusan Megister Manajemen dan melanjutkan S3 pada Jurusan Doktoral Ilmu Ekonomi. Sebagai penulis, ia telah menulis beberapa buku yang diterbitkan oleh penerbit nasional, serta telah memenangkan Hibah beberapa penelitian Kemenristekdikti. Sebagai dosen ia juga aktif menerbitkan hasil penelitiannya pada jurnal internasional bereputasi dan nasional terakreditasi.

# BAB 9

# MANAJEMEN RESIKO PADA PERUSAHAAN

Wulandari Dyah Pitaloka, S.M., M.M.  
Universitas YPPI Rembang

## A. Pendahuluan

Perusahaan beroperasi dalam lingkungan global yang dinamis dan kompleks, dengan berbagai risiko, termasuk ketidakpastian politik, regulasi lintas negara, dan pasar internasional. Rantai pasokan global yang kompleks dan terintegrasi dapat menimbulkan berbagai risiko, seperti masalah logistik, ketergantungan pada pemasok tertentu, dan fluktuasi harga bahan baku. Menurut manan (2018) risiko yang terkait dengan pengembangan produk baru, penelitian dan pengembangan, serta adaptasi terhadap perubahan pasar. Selain itu, perkembangan teknologi baru menghadirkan ancaman baru, seperti keamanan siber, kegagalan sistem, dan perubahan teknologi yang digunakan dalam operasi bisnis yang cepat. Menurut Maduka (2010) banyak dunia usaha yang saat ini mulai menerapkan strategi manajemen risiko ke dalam proses pengambilan keputusan perusahaan, dengan manajemen risiko sebagai titik fokusnya, dunia usaha diharapkan memberikan perhatian yang signifikan terhadap stabilitas operasi mereka. Kemampuan perusahaan untuk menjaga stabilitas bisnis dan mengelola risiko operasional juga menentukan kepercayaan pelanggan dan karyawan. Reputasi perusahaan, aset berharga, dapat rusak karena kejadian yang tidak dikelola dengan baik,

## DAFTAR PUSTAKA

- AsSajjad, M.B. et al. (2020) 'Analisis Manajemen Risiko Bisnis', *Jurnal AkuntansUniversitas Jember*, 18(1), p. 51. Available at: <https://doi.org/10.19184/jauj.v18i1.18123>
- Badan Standardisasi Nasional (2018) 'Penerapan Manajemen ISO 31000:2018', p. 173. Available at: [http://www.hzg.de/imperia/md/content/gkss/zentrale\\_einrichtungen/bibliothek/berichte/gkss\\_berichte\\_2008/gkss\\_2008\\_1.pdf](http://www.hzg.de/imperia/md/content/gkss/zentrale_einrichtungen/bibliothek/berichte/gkss_berichte_2008/gkss_2008_1.pdf).
- Crovini, C., Santoro, G. and Ossola, G. (2020) 'Rethinking risk management in entrepreneurial SMEs: towards the integration with the decision-making process', *Management Decision*, 59(5), pp. 1085–1113. Available at: <https://doi.org/10.1108/MD-10-2019-1402>.
- Fauzi, A. et al. (2022) 'Analisis Manajemen Resiko Bisnis: Studi Pada Produk Usaha Yozi Boba', *journal of Visions and Ideas*, 2(2), p. 2.
- Fauzi, F. (2016) 'Manajemen Resiko Di Tengah Perubahan Model Bisnis Telekomunikasi' *Jurnal Teknik Mesin*, 5(4), p. 32. Available at: <https://doi.org/10.22441/jtm.v5i4.1222>.
- Hommel, U., Li, W. and Pastwa, A.M. (2016) 'The state of risk management in business schools', *Journal of Management Development*, 35(5), pp. 606–622. Available at: <https://doi.org/10.1108/JMD-08-2014-0088>.
- Karim, A.J. (2013) 'Leveraging enterprise risk management (ERM) for boosting competitive business advantages in Bahrain', *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 9(1), pp. 65–75. Available at: <https://doi.org/10.1108/20425961311315728>.
- Maduka, E.S. (2010) 'The Impact of Risk Management Practice on the Development of African Businesses', *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 6(3), pp. 213–219.



- Manan, Y.M. (2018) 'Halal Awareness, Halal Certification, and Food Ingredients on Purchase Intention of Halal Food Sistem Integrasi Proteksi & Manajemen Resiko Platform Fintech peer to peer (P2P) Lending dan Payment Gateway untuk Meningkatkan Akselerasi Pertumbuhan UMKM 3.0', *Ihtifadz*, 1(1), pp. 2622-4798. Available at: <https://doi.org/10.12928/ijiefb.v2i1.847>.
- Setiawan, H and Laulita, N.B (2023) 'Perancangan dan Penerapan Sistem Manajemen Resiko pada UMKM Menantea Mitra Dua', *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2), pp. 1860-1866.
- Siregar, H.O. and Amalia, N. (2020) 'Manajemen Resiko Dan Efisiensi Investasi Pada Perusahaan Bumn Di Indonesia Bumn Non Keuangan Risk Management And Investmen Efficiency Of Indonesia State-Owned Enterprises', *Jurnal MONEX*, 9(1), pp. 97-108.

## TENTANG PENULIS



**Wulandari Dyah Pitaloka, S.M., M.M.**

Universitas YPPI Rembang

Penulis bernama lengkap Wulandari Dyah Pitaloka, SM., MM., tempat lahir di Pati tanggal 10 Mei 1994. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YPPI Rembang. Menyelesaikan pendidikan D3 Manajemen Perkantoran di Universitas Negeri Semarang, melanjutkan pendidikan S1, dan S2 pada Jurusan Manajemen di UNISSULA Semarang. Penulis menekuni bidang Manajemen Sumber Daya Manusia dan Manajemen Operasional. Motivasi penulis "I Do More, I Get More". Semoga bermanfaat.

# BAB 10 | MANAJEMEN BISNIS RITEIL

**Siti Maesaroh, S.IP., M.M.**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tamansiswa Banjarnegara

## **A. Pendahuluan**

Bisnis merupakan kegiatan individu atau kelompok yang memiliki tujuan mendapatkan keuntungan (laba) dengan cara menjual barang atau jasa kepada konsumen. Dengan adanya kegiatan bisnis dapat membuka lapangan pekerjaan, memenuhi kebutuhan hidup, meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan mengurangi pengangguran. Berkembangnya sebuah bisnis tidak luput dengan adanya peran manajemen dalam mencapai tujuan dari sebuah perusahaan.

Peran manajemen dalam pengelolaan bisnis sangat penting, karena manajemen dijadikan sebagai pedoman dalam pengelolaan bisnis, seperti perencanaan, pengarahan serta pengawasan dalam mencapai tujuan organisasi. Menurut Winardi (2016) Manajemen adalah sebuah proses yang khas dan terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lain. Sedangkan menurut Stoner dan Freeman (1996). Manajemen merupakan suatu proses perencanaan, pengorganisasian, memimpin dan mengawasi pekerjaan anggota organisasi dan menggunakan semua sumber daya

## DAFTAR PUSTAKA

- Ernanda, D. (2023). *Pengertian Harga Retail dan Cara Menentukannya dalam Bisnis*. <https://majoo.id/solusi/detail/pengertian-harga-retail-dan-cara-menentukannya-dalam-bisnis>
- Farichatul Chusna. Strategi manajemen ritel. <https://magnate.id/strategi-manajemen-ritel/> September 21, 2022. Akses 29 Mei 2024
- Gilbert, David, (2003), *Retail Marketing Management*, Second Edition, Prentice Hall.
- Kotler, Philip (2000). *Prinsip - Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo.
- Rifzan. 2018. Jenis bisnis ritel berdasarkan klasifikasi dan contohnya. <https://carainvestasibisnis.com/6-jenis-bisnis-ritel-berdasarkan-klasifikasi-dan-contohnya/>\_15 Juli 2018. Akses 27 Mei 2024
- Wanardi dan Triyono Aris.(2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. CV Budi Utama.

## TENTANG PENULIS



**Siti Maesaroh, S.IP., M.M.**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tamansiswa  
Banjarnegara

Penulis Lahir di Banjarnegara pada tanggal 22 Januari 1990. Menyelesaikan pendidikan SI di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada bidang ilmu pemerintahan pada 2012, dan pendidikan S2 di jurusan Magister Manajemen di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada 2015. Konsentrasi pada bidang ilmu manajemen pemasaran. Saat ini penulis aktif sebagai dosen pada program studi manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tamansiswa Banjarnegara.

# BAB | MANAJEMEN 11 | BISNIS WARALABA

Dr. LD Gadi Djou, S.E., M.Si., Akt.  
Universitas Flores

## A. Pendahuluan

Menurut (Poedjiono, 2023) waralaba atau franchise berarti hak atau kebebasan. Sehingga dalam arti luas, waralaba didefinisikan sebagai hak antara pemilik merek suatu produk dan pengguna merek. Hak ini berupa kebebasan menggunakan merek, produk, hingga pada sistem operasionalnya untuk jangka waktu tertentu. Oleh karena itu, perjanjian waralaba menjadi sangat penting baik bagi franchisor dan franchisee. Kecepatan ekspansi dengan penguasaan pasar yang baik dan mudahnya manajemen menjadi keuntungan tersendiri bagi seorang franchisor dalam mewaralabakan usahanya. Hanya dengan menggunakan modal orang lain untuk mengembangkan usaha, sebuah bisnis mampu meraup keuntungan yang lebih banyak dengan resiko yang lebih minim. Ditambah dengan *passive income* yang baik seperti *fee*, *loyalty*, dan biaya pelatihan membuat model bisnis ini sangat banyak digemari entrepreneur. Hal ini yang menyebabkan model bisnis waralaba menjadi sangat menguntungkan terkhusus bagi *franchisor*. Dalam pertimbangannya, model bisnis waralaba juga cukup menguntungkan bagi *franchisee*. Ketika seseorang membeli waralaba, maka merek dagang, produk, dan operasional sudah bukan menjadi permasalahan utama. Bahkan hampir semua bisnis waralaba memiliki peluang keberhasilan yang tinggi

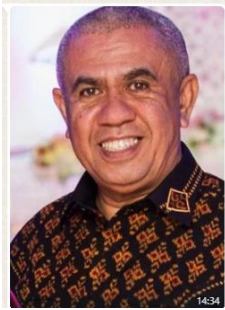
## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, F., Rashidee Alwi, M., Lee, N., & Boo Ho, V. (2008). Measuring and managing franchisee satisfaction: a study of academic franchising. *Journal of Modelling in Management*, 3(2), 182–199.
- Davis, P. (2004). Maximizing productivity and capability: issues of professional development for franchisees. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 53(4), 345–352.
- Davis, P. J. (2012). A model for strategy implementation and conflict resolution in the franchise business. *Strategy and Leadership*, 40(5), 32–38. <https://doi.org/10.1108/10878571211257168>
- Duckett, B. (2008). Business format franchising: a strategic option for business growth—at home and abroad. *Strategic Direction*, 24(2), 3–4.
- Fernández Monroy, M., & Melian Alzola, L. (2005). An analysis of quality management in franchise systems. *European Journal of Marketing*, 39(5/6), 585–605.
- Frazer, L., Weaven, S., Giddings, J., & Grace, D. (2012). What went wrong? Franchisors and franchisees disclose the causes of conflict in franchising. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 15(1), 87–103.
- Kwong-yin Fock, H. (2001). Retail outlet location decision maker—franchisor or franchisee? *Marketing Intelligence & Planning*, 19(3), 171–179.
- Lim, K. D. L., Budiarta, I. N. P., & Ujianti, N. M. P. (2020). Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Pempek Farina Di Kota Denpasar. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 1(1), 60–65.
- Poedjiono, N. F. (2023). *Mengenal Lebih Dalam tentang Bisnis Waralaba*.

- Sumarsono, S. (2009). *Manajemen Bisnis Waralaba*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Weaven, S., Frazer, L., & Giddings, J. (2010). New perspectives on the causes of franchising conflict in Australia. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 22(2), 135–155.
- White, D. W. (2010). The impact of marketing strategy creation style on the formation of a climate of trust in a retail franchise setting. *European Journal of Marketing*, 44(1/2), 162–179.
- Widjaja, G. (2003). *Suatu Panduan Praktis – LISENSI atau WARALABA*. Jakarta: Rajawali Pers.



## TENTANG PENULIS



**Dr. LD Gadi Djou, S.E., M.Si., Akt.**

Universitas Flores

Dr. LD Gadi Djou, SE., MSi, Akt. Dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores, Ende, NTT. Lahir di Kupang Nusa Tenggara Timur. Menyelesaikan pendidikan S1 (Akuntansi) di Universitas Brawijaya Malang tahun 1994, S2 di Magister Sains bidang ilmu Akuntansi UGM tahun 2002, dan menempuh S3 di PDIE UNDIP lulus tahun 2011. Fokus pada Akuntansi Keperilakuan dan Akuntansi Manajemen. Aktif sebagai pengurus IAI NTT. Beberapa kegiatan dalam workshop, pelatihan dan seminar antara lain sebaga Webinar Gerakan Literasi Digital Nasional 2021. “Peran dan Fungsi E-Market Dalam Mendukung Produk Local UMKM Flores; Pelatihan Perbaikan Teknik Budidaya Ubikayu Varietas Lokal Nuabosi Pada Kelompok Tani Harapan Baru Di Desa Ndetundora Kabupaten Ende Propinsi NTT; Pengenalan Ekonomi Kreatif Sebagai Tolak Ukur Berwira Usaha Untuk Memajukan Perekonomian Masyarakat.

# BAB 12

## MANAJEMEN BISNIS *START-UP*

Rifka Utami Arofah, S.M., M.M.  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto

### A. Pendahuluan

Perusahaan *start-up* adalah organisasi bisnis yang didesain untuk bertumbuh dengan cepat dan mampu membuat produk atau jasa baru dengan model bisnis yang dapat diukur. Istilah *start-up* pun menjadi hal yang sangat populer di dalam bisnis modern, yang kerap digambarkan sebagai perusahaan teknologi inovatif dan bisnis yang ambisius. Definisi umum perusahaan *start-up* juga tak lepas dari perusahaan baru yang berada pada tahap awal pengembangan. Menurut Eric Ries, pencipta metodologi *Lean Start Up*, mendefinisikan bisnis *start-up* sebagai institusi manusia yang dirancang untuk menciptakan produk atau jasa baru dalam kondisi ketidakpastian yang ekstrim. Maka, perusahaan *start-up* menjadi identik dengan bisnis yang menggunakan teknologi sebagai inti produk dan jasa yang ditawarkan dalam menyelesaikan permasalahan yang ada, sehingga aspek inti dari *start-up* adalah berfokus pada pertumbuhan, inovasi, dan pengembangan model bisnis yang dapat diskalakan di bawah kondisi yang tidak menentu.

Beberapa karakteristik perusahaan *start-up*, sebagai berikut: 1) adanya disrupsi dan inovasi, yang diasosiasikan dengan pengembangan produk dan jasa yang unik dan tak tergantikan sehingga bertujuan untuk mendisrupsi pasar yang sudah ada atau menciptakan hal baru, 2) adanya risiko dan

## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, T., Helmi, A.F. and Riyono, B., (2023). Differences in Organizational Behavior amongst Startup and Established Company: A Literature Review. *Buletin Psikologi*, 31(2).
- Bennett, N. and Lemoine, G.J., (2014). What a difference a word makes: Understanding threats to performance in a VUCA world. *Business horizons*, 57(3), pp.311-317.
- Boudlaie, H., Mahdiraji, H.A., Jirandeh, M.S. and Jafari-Sadeghi, V., (2022). The role of human resource management in the growth of startups: a multiple case study from the perspective of entrepreneurs and employees. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 18(3), pp.307-324.
- Cerya, E., Wahid, R.N., Maulidina, Y. and Hildayati, A. (2021), November. The Use of Digital Economy Learning Media in the VUCA Era: A Literature Review. In *Seventh Padang International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA 2021)* (pp. 290-295). Atlantis Press.
- David, F.R. and David, F.R., (2024). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases*. Pearson.
- Davila, A., Foster, G., He, X. and Shimizu, C., (2015). The rise and fall of startups: Creation and destruction of revenue and jobs by young companies. *Australian Journal of Management*, 40(1), pp.6-35.
- Egiyi, M. A. (2023). Financial Management in Startups: Analysing Unique Accounting Challenges and Strategies. *Contemporary Journal of Management*, 5(4), pp 64-80. <https://asana.com/id/resources/matrix-organization>

- Kanishchenko, O. and Kuznetsova, Y., (2020). Startup marketing strategy to attract venture capital at the age of digitalization. *Economics & Education*, 5(1), pp.23-28.
- Karius, T., 2016. Intellectual property and intangible assets: Alternative valuation and financing approaches for the knowledge economy in Luxembourg (No. 3). EIKV-Schriftenreihe zum Wissens-und Wertemanagement.
- Lee, S., (2022). The myth of the flat start-up: Reconsidering the organizational structure of start-ups. *Strategic Management Journal*, 43(1), pp.58-92.
- Maria, I., 2024. Unlocking Success: Human Resource Management for Startuppreneur. *Startuppreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 3(1), pp.89-97.
- Puranam, P., (2018). *The microstructure of organizations*. Oxford University Press.
- Sugiyama, K. and Andree, T., (2010). *The dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the world's most innovative advertising agency*. McGraw Hill Professional.
- Sutton, R.I., Rao, H. and Rao, H., 2016. *Scaling up excellence: Getting to more without settling for less*. Random House.
- Triono, S.P., Rahayu, A., Wibowo, L.A. and Alamsyah, A., (2022), July. Factors Affecting Start-up Performance. In 6th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2021) (pp. 529-534). Atlantis Press.
- You, T.H., You, Y.Y. and Park, I.C.,( 2022). Study on the Effects of Startup Ecosystem Components on Overcoming Death-Valley in SMEs–Focusing on the Mediating Effect of the Win-Win Platform. *Cognitive Computing for Risk Management*, pp.63-73.

## TENTANG PENULIS



**Rifka Utami Arofah, S.M., M.M.**

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Penulis lahir di Banyumas, April 1996 dan saat ini bekerja sebagai dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Ketertarikan penulis terhadap bidang ekonomi dimulai sejak tahun 2011, sehingga pada tahun 2014 penulis memilih Program Studi Manajemen di Universitas Jenderal Soedirman untuk jenjang S1 dan lulus pada tahun 2018. Penulis kemudian melanjutkan Pendidikan S2 pada prodi Magister Ilmu Manajemen Universitas Jenderal Soedirman pada tahun 2019 dan lulus pada tahun 2022. Penulis memiliki kepakaran dibidang manajemen terutama pada tema manajemen sumber daya manusia, manajemen pemasaran, dan bisnis digital. Upaya penulis dalam mewujudkan karir sebagai dosen profesional dilakukan melalui beberapa hal, diantaranya bergabung dalam komunitas pengusaha, serta berusaha mengimplimentasikan dan membagikan keilmuan yang dimiliki dengan berkolaborasi dengan penulis lainnya dibidang terkait. Penulis dapat dihubungi melalui *e-mail*: [rifka.arofah@gmail.com](mailto:rifka.arofah@gmail.com).

# BAB 13

## MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL

Dr. Fitri Lukiastuti, S.E., M.M.  
STIE Bank BPD Jateng

### A. Pendahuluan

Manajemen bisnis internasional adalah disiplin yang penting dalam konteks globalisasi saat ini, di mana perusahaan tidak hanya beroperasi di pasar domestik tetapi juga di pasar internasional. Membantu perusahaan mengidentifikasi dan mengeksplorasi peluang di berbagai pasar internasional, sehingga tidak bergantung pada satu pasar domestik. Memahami tren, preferensi konsumen, dan dinamika persaingan di berbagai pasar global. Manajemen bisnis internasional memungkinkan perusahaan untuk tumbuh, beradaptasi, dan bersaing di pasar global yang terus berkembang. Dengan strategi yang tepat, perusahaan dapat memanfaatkan peluang global, mengelola risiko, dan mencapai keberhasilan jangka panjang dalam lingkungan bisnis internasional.

### B. Pengertian

Manajemen bisnis internasional adalah pengelolaan operasi bisnis untuk organisasi yang melaksanakan kegiatan bisnis pada lebih dari satu negara. Manajemen internasional membutuhkan pengetahuan dan keterampilan yang lebih dari keahlian bisnis biasa, seperti pemahaman terhadap peraturan

## DAFTAR PUSTAKA

- Ball, D. A., & McCulloch Jr, W. H. (2004). Paul L. Frantz, J. Michael Geringer, Michael S. Minor. *International Business–The Challenge of Global Competition*, New York, 23.
- Bembom, M., & Schwens, C. (2018). The role of networks in early internationalizing firms: A systematic review and future research agenda. *European Management Journal*, 36(6), 679–694.
- Cavusgil, S. T., & Knight, G. (2015). The born global firm: An entrepreneurial and capabilities perspective on early and rapid internationalization. *Journal of International Business Studies*, 46(1), 3–16. <https://doi.org/10.1057/jibs.2014.62>
- Cavusgil, S. T., Knight, G., Riesenberger, J. R., Rammal, H. G., & Rose, E. L. (2014). *International business*. Pearson Australia.
- Ciravegna, L., Kundu, S. K., Kuivalainen, O., & Lopez, L. E. (2019). The timing of internationalization – Drivers and outcomes. *Journal of Business Research*, 105(August), 322–332. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.08.006>
- Contractor, F. J., Kumar, V., & Kundu, S. K. (2007). Nature of the relationship between international expansion and performance: The case of emerging market firms. *Journal of World Business*, 42(4), 401–417.
- Griffin, R., & O’Toole, T. (2010). On the meanings of structure in the international business discourse. *Critical Perspectives on International Business*, 6(4), 237–255.
- Heizer, J., & Render, B. (2017). *Principles of Operations Management Sustainability and Supply Chain Management*. Designs and Patents Act.
- <https://www.quipper.com/id/blog/quipper-campus/campus-info/p-pengertian-bisnis-internasional/>
- <https://binus.ac.id/malang/2023/09/bisnis-internasional-pengertian-tantangan-dan-tahapannya/>

- <https://digilib.uinsgd.ac.id/79009/1/HO%20Manaj%20Perusahaan%20Internas%20ke3.pdf>
- Kabongo, J. D., & Okpara, J. O. (2019). Timing and speed of internationalization: Evidence from African banks. *Journal of Business Research*, 102, 12–20.
- Lu, J. W., & Beamish, P. W. (2004). International diversification and firm performance: The S-curve hypothesis. *Academy of Management Journal*, 47(4), 598–609.
- Meschi, P.-X., Ricard, A., & Moore, E. T. (2017). Fast and furious or slow and cautious? The joint impact of age at internationalization, speed, and risk diversity on the survival of exporting firms. *Journal of International Management*, 23(3), 279–291.
- Riviere, M., & Suder, G. (2016). Perspectives on strategic internationalization: Developing capabilities for renewal. *International Business Review*, 25(4), 847–858.
- Rusdiana, A. (2023). *Manajemen Perusahaan Internasional*.
- Sapienza, H. J., Autio, E., George, G., & Zahra, S. A. (2006). A capabilities perspective on the effects of early internationalization on firm survival and growth. *Academy of Management Review*, 31(4), 914–933.
- Schumacher, R. (2013). Deconstructing the theory of comparative advantage. *World Social and Economic Review*, 2013(2, 2013), 83.
- Shenkar, O., Luo, Y., & Chi, T. (2021). *International business*. Routledge.
- Sukirno, S. (2016). *Makroekonomi Modern: perkembangan pemikiran dari klasik hingga keynesian baru*.
- Tuppura, A., Saarenketo, S., Puumalainen, K., Jantunen, A., & Kyläheiko, K. (2008). Linking knowledge, entry timing and internationalization strategy. *International Business Review*, 17(4), 473–487.



- Williams, D. W., & Crook, T. R. (2021). Unpacking the age at initial internationalization-performance relationship: A meta-analytic investigation. *Journal of Business Venturing Insights*, 15, e00210.
- Wood, E., Khavul, S., Perez-Nordtvedt, L., Prakhya, S., Velarde Dabrowski, R., & Zheng, C. (2011). Strategic commitment and timing of internationalization from emerging markets: Evidence from China, India, Mexico, and South Africa. *Journal of Small Business Management*, 49(2), 252–282.
- Wu, A., & Voss, H. (2015). When does absorptive capacity matter for international performance of firms? Evidence from China. *International Business Review*, 24(2), 344–351.

## TENTANG PENULIS



**Dr. Fitri Lukiastuti, S.E., M.M.**

STIE Bank BPD Jateng

**Dr. Fitri Lukiastuti, SE., MM.** Dosen tetap STIE Bank BPD Jateng. Lahir di Jakarta. Menyelesaikan pendidikan S1 (Manajemen) di FE Undip tahun 1994, S2 di Magister Manajemen Undip tahun 2000, dan menempuh S3 di PDIE Undip tahun 2011. Fokus pada kajian tentang Manajemen Strategik, Manajemen Keuangan, Manajemen Operasi dan MSDM. Beberapa kegiatan organisasi yang diikuti antara lain ISEI, FMI, PDMI. Buku yang sudah pernah diterbitkan Manajemen Strategik dalam Organisasi, Statistik Non Parametrik, Manajemen Kinerja Operasional, Metode Penelitian Manajemen, Risk Register & ISO 3100, dll.

# BAB 14

## MANAJEMEN BISNIS *E-COMMERCE* PEMASARAN

Ratna Suryani, S.Psi., M.Si., M.M.  
STIE Tamansiswa Banjarnegara

### A. Pendahuluan

Saat ini, perdagangan digital terus berkembang pesat. Manajemen bisnis e-commerce telah menjadi kunci utama dalam meraih keberhasilan bisnis secara online. E-commerce tidak lagi hanya sekadar sebuah platform untuk bertransaksi, tetapi telah menjadi ekosistem yang kompleks yang melibatkan strategi pemasaran, pengelolaan operasional, kepatuhan peraturan, hingga pengelolaan risiko yang kompleks.

Berfokus pada strategi yang dapat disesuaikan dengan berbagai skala bisnis, pembahasan kali ini juga akan membahas peran teknologi, analisis data, hingga regulasi dan etika sebagai kunci sukses dalam manajemen bisnis e-commerce. Kita akan melihat bagaimana penggunaan teknologi dapat mendukung efisiensi operasional, sementara analisis data menjadi landasan pengambilan keputusan yang lebih cerdas.

Tujuan utama dari topik ini adalah memberikan pandangan menyeluruh tentang manajemen bisnis e-commerce yang komprehensif dan relevan dalam menghadapi perubahan cepat di dunia perdagangan online. Dengan memahami esensi dari manajemen bisnis e-commerce, diharapkan pembaca dapat mengambil langkah-langkah konkret untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka di ranah digital yang semakin kompetitif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Birudaraju, N., & Rao, A. P. (2018). Design methodology for effective user interface design for E-commerce applications. *Advances in E-Business Research Series*, February, 223–250. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-3646-8.CH010>
- Chaffey, D., Edmundson-Bird, D., Hemphill, T., & Pearson. (2019). *Digital Business and E-commerce Management*. Pearson.
- Djayapranata, G. F. (2023). Pengaruh Etika Penyedia Layanan Situs E-Commerce Pada Kepuasan Dan Loyalitas. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(4), 458–467. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i4.290>
- Irfan, M., Elvia, M., & Dania, S. (2023). Ancaman Cybercrime Dan Peran Cybersecurity Pada E-Commerce: Systematic Literature Review. *Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Larasati, D., & Hwihanus, H. (2023). Upaya Pengembangan Dan Peran Sistem Informasi Manajemen Dalam E-Commerce Shopee. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 1(1), 78–89.
- Purushothaman, S. (2022). *Logistics and Supply Chain Management*. Sultan Chand & Sons.
- Ramadhanti, A., & Slamet, A. S. (2020). Developing E-Commerce Success Model by Measuring Website Quality of Indonesian MSMEs. *Proceedings of the 5th Sriwijaya Economics, Accounting, and Business Conference (SEABC 2019)*, 16–23. <https://doi.org/10.2991/AEBMR.K.200520.004>
- Siyانبola, A. B. (2021). Development of a design framework for the promotion of African Arts and Crafts on an E-Commerce platform. *Nigerian Journal of Technological Research*, 16(1), 69–76. <https://doi.org/10.4314/NJTR.V16I1.10>

Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J., Liang, T.-P., & Turban, D. (2019). *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-58715-8>

Utami, Budi, Adrie Oktavio, dan Marshanda Anta Azzarah. (2023). *Manajemen E-Commerce*. Solok: PT Mafy Media Literasi Indonesia.

## TENTANG PENULIS



**Ratna Suryani, S.Psi., M.Si., M.M.**

STIE Tamansiswa Banjarnegara

Penulis lahir di Merauke tanggal 14 November 1985. Sebagai anak sulung, penulis memiliki seorang adik perempuan dan seorang anak perempuan yang sangat dekat dengannya. Kedua orang tuanya menikmati masa tua sebagai seorang pensiunan TNI dan ibu rumah tangga. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen, STIE Tamansiswa Banjarnegara. Setelah menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Psikologi di Semarang, ia lalu melanjutkan S2 pada Jurusan Sains Psikologi. Penulis juga mengikuti studi lanjut S2 pada Jurusan Manajemen Pemasaran di Yogyakarta. Hingga saat ini Penulis menekuni bidang Manajemen sesuai dengan bidang kerjanya. Penulis mengabdikan dirinya sebagai dosen dan melaksanakan Tridarma dengan baik sebagai wujud motto hidupnya bahwa “Urip Iku Urup” yang bermakna baginya bahwa hidup harus dapat menjadi manfaat bagi orang lain.

# BAB 15 | MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Mohammad Saiful Rifai, S.T., S.E., M.M.  
STAI Muhammadiyah Tulungagung

## A. Pendahuluan

Sulitnya memperoleh pekerjaan sebagai karyawan banyak sekali dikeluhkan oleh banyak orang. Hal tersebut bisa dilihat dari berbagai postingan di media sosial ataupun berbagai berita baik dari media cetak maupun elektronik. Kesulitan mendapatkan pekerjaan biasanya disebabkan oleh syarat administrasi yang sifatnya membatasi, misalnya batasan umur, jenjang pendidikan, dan pengalaman. Kesulitan mencari pekerjaan tersebut pada akhirnya memberikan ide atau kadang memaksa untuk menciptakan pekerjaan sendiri dengan mendirikan usaha baik skala kecil, menengah ataupun besar. Namun masih banyak yang belum memahami ilmu bisnis dan menganggap menjalankan bisnis itu hal yang gampang, padahal pada kenyataannya tidak semudah yang dibayangkan, perlu perencanaan yang matang agar mampu bersaing dan bertahan.

Tren syariah saat ini sedang marak, bisa dilihat dari berbagai macam bisnis mengusung *branding* syariah seperti contohnya perbankan, perhotelan, toko, rumah makan, dan lain sebagainya. Hal ini menjadi peluang tersendiri yang bisa dimanfaatkan untuk mendapatkan keuntungan dalam bisnis. Untuk menjalankan bisnis syariah tentu tidak bisa disamakan dengan bisnis yang bersifat konvensional. Terdapat perbedaan di dalamnya dimana perbedaan-perbedaan tersebut mencakup

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf, 2014, *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Ardiani, Ninda, et al., 2022, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Media Sains Indonesia.
- Asmuni, dan Siti Mujiatun, 2013, *Bisnis Syariah: Suatu Alternatif Pengembangan Bisnis yang Humanistik dan Berkeadilan*, Medan: Perdana Publishing.
- Astuti, An Ras Try, 2022, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*, Pare-Pare: IAIN Parepare Nusantara Press.
- Barotuttaqiyyah, A'yun., dan Sri Dwi Estiningrum, 2021, *Studi Kelayakan Bisnis (Bagi Badan Usaha Syariah)*, Malang: Madza Media.
- Bayanuloh, Ikhsan, 2019, *Marketing Syariah*, Yogyakarta: Deepublish.
- Harahap, Sunarji, 2018, *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif*, Medan: FEBI UIN-SU Press.
- Karim, Adiwarmann A., 2014, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Malahayatie, 2022, *Konsep Etika Bisnis Islam*, Aceh: CV. Sefa Bumi Persada.
- Marhari, Y., 2012, *Manajemen Bisnis Modern Ala Nabi Muhammad*, Jakarta Timur: Al Maghfirah.
- Monady, Hanief, et al., 2023, *40 Hadis Ekonomi dan Bisnis: Upaya Menggali Risalah Rasul dalam Ekonomi dan Bisnis*, Sleman: Putra Surya Santosa.
- Octaviany, Mega, et al., 2024, *Manajemen Bisnis Syariah*, Batam: CV. Rey Media Grafika.



- Rahim, Abd. Rahman, dan Muhammad Rusydi, 2016, *Manajemen Bisnis Syariah Muhammad SAW*, Makasar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Mustofa, M., 2013, *Enterpreneurship Syariah (Menggali Nilai-Nilai Dasar Manajemen Bisnis Rasulullah)*, Al-Mizan (e-Journal), 9(1), 29–46. <https://doi.org/10.30603/am.v9i1.136>.
- Rahman, Firdaus Abdul, dan Rona Naula Oktaviani, *Analisis Studi Kelayakan Bisnis Syariah pada Bisnis Kecil dan Menengah dalam Mendapatkan Pembiayaan dari Perbankan Syariah*, Jurnal Tabarru', Islamic Banking and Finance Volume 5 Nomor 1, Mei 2022, [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(1\).8864](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(1).8864).
- Setiawan, Alvin, 2024, *6 Ayat Al-qur'an tentang Ekonomi, dari Jual Beli hingga Utang Piutang*, diakses dari <https://www.detik.com/hikmah/khazanah/d-7251767/6-ayat-al-quran-tentang-ekonomi-dari-jual-beli-hingga-utang-piutang>.

## TENTANG PENULIS



**Mohammad Saiful Rifai, S.T., S.E., M.M.**

Sekolah Tinggi Agama Islam Muhammadiyah  
Tulungagung

Penulis lahir di Tulungagung pada tanggal 25 Juni 1996. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Muhammadiyah Tulungagung. Selain itu penulis juga menjadi dosen tidak tetap pada Program Studi Biokewirausahaan dan Program Studi Bisnis Digital di Institut Teknologi Bisnis dan Kesehatan Muhammadiyah Tulungagung. Menyelesaikan pendidikan S1 Program Studi Teknik Sipil di Universitas Islam Balitar Blitar tahun 2014-2018 dan Program Studi Ekonomi Syariah di Sekolah Tinggi Agama Islam Muhammadiyah Tulungagung tahun 2016-2020 yang saat ini menjadi tempat penulis mengabdikan. Melanjutkan pendidikan S2 Program Studi Manajemen di Universitas Islam Kadiri Kediri tahun 2020-2022. Selain menjadi dosen, penulis berprofesi sebagai arsitek perencana di sebuah *developer real estate* di Tulungagung. Manusia hidup di dunia ingin menjadi bermanfaat dengan memilih jalan yang dianggap terbaik, menjadi dosen adalah jalan kebermanfaatan terbaik yang penulis yakini saat ini.

# BAB 16 | MANAJEMEN BISNIS PADA ERA SOCIETY 5.0

Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A.  
Politeknik Tempo-Jakarta

## A. Manajemen Bisnis di Era Society 5.0

Industri di dunia selalu mengikuti perkembangan zaman dan juga ilmu pengetahuan dan teknologi, semua sisi kehidupan saling berkesinambungan mendukung revolusi industri. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), revolusi industri adalah perubahan radikal dalam usaha mencapai produksi dengan menggunakan mesin baik untuk tenaga penggerak maupun tenaga pemroses (KBBI).

Manajemen bisnis pada era Society 5.0 menempati posisi penting karena mencerminkan perubahan mendasar dalam paradigma ekonomi dan sosial. Society 5.0 adalah sebuah konsep yang diperkenalkan oleh pemerintah Jepang dimana menggabungkan teknologi digital dengan masyarakat untuk mencapai kesejahteraan yang lebih besar.

Di era ini, manajemen bisnis harus beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan yang disebabkan oleh inovasi teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), *Internet of Things (IoT)*, dan *big data*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrews, R. (2020) 'The Role of Technology in Business Transformation: A Case Study of Society 5.0', *Journal of Business Innovation*, 15(2), pp. 45-58.
- Brown, C., & Wilson, D. (2022) 'Integrating Environmental Values into Business Strategy: A Case Study of Global Companies', *Environmental Innovation Journal*, 8(1), pp. 201-215.
- Brown, C., & Wilson, D. (2022) 'Personal Data Protection in the Context of Digital Business', *Technology Security Journal*, 8(1), pp. 150-165.
- Johnson, A., & Smith, B. (2023) 'Social Responsibility and Environmental Accountability in Society 5.0 Era: Challenges and Opportunities', *Sustainable Business Journal*, 10(2), pp. 45-58.
- Johnson, E. (2024) 'Omnichannel Customer Experience in the Digital Era', *International Journal of Marketing Studies*, 8(3), pp. 102-115.
- KBBI (no date). Available at: <https://kbbi.lektur.id/revolusi-industri#:~:text=Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia%28KBBI%29%2C arti revolusi,baik untuk tenaga penggerak maupun untuk tenaga pemroses.>
- Lee, C., & Kim, D. (2022) 'Driving Innovation Through Partnerships: A Case Study of the Technology Industry.', *Business Innovation Journal*, 8(1), pp. 201-215.
- Lee, G., & Adams, H. (2022) 'Human Resource Transformation in the Context of Society 5.0 Era', *Journal of Organizational Development*, 9(1), p. 2022.
- Lee, S. (2024) 'Enhancing Efficiency and Consistency Through AI-driven Customer Interactions', *AI & Society*, 20(1), pp. 78-91.
- Meri Nur Amelia<sup>1\*</sup>, Y. E. P. and Maharani<sup>2</sup>, I. (2017) 'E-UMKM: APLIKASI PEMASARAN PRODUK UMKM BERBASIS ANDROID SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN

PEREKONOMIAN INDONESIA'. Available at: <https://media.neliti.com/media/publications/172021-ID-none.pdf>.

Putri, K. N. P. I. (2023) *Ilustrasi 5.0*. Available at: <https://ftmm.unair.ac.id/melihat-peluang-efisiensi-produksi-era-society-5-0/>.

Rodriguez, M., & Martinez, A. (2021) 'Internet of Things: Driving Innovation and Efficiency in Society 5.0', *International Journal of Engineering and Technology*, 13(6), pp. 45–53.

Smith, A., & Jones, B. (2023) 'Collaboration and Partnership in Business Management in Society 5.0 Era', *Modern Business Journal*, 10(2), pp. 445–48.

Smith, J., & Johnson, L. (2023) 'Data Security and Business Privacy Management in Society 5.0 Era', *Information Security Journal*, 11(2), pp. 35–48.

Williams, E., & Davis, F. (2023) 'Human Resource Development in Society 5.0 Era: Challenges and Prospects', *Journal of Innovative Management*, 12(3), pp. 78–92.

## TENTANG PENULIS



**Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A.**

Politeknik Tempo-Jakarta

Rahmi Utami kelahiran Jakarta tahun 1983, menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Indonesia FISIP-Ilmu Administrasi Fiskal dan melanjutkan S2 FEB-Magister Management Universitas Gadjah Mada, pengalaman sebelumnya sebagai praktisi di industri perbankan dan pernah mengajar sebagai dosen Luar Biasa di beberapa kampus, saat ini sebagai dosen tetap untuk prodi Manajemen Pemasaran Internasional di Politeknik Tempo dan dosen Luar Biasa FEB-Universitas Sahid, selain mengajar penulis aktif sebagai Asesor Sertifikasi BNSP-LSP Menprindo kompetensi profesi kewirausahaan, digital marketing, pelayanan prima dan pemasaran, juga sebagai pelaku usaha jasa, penulis bisa dihubungi melalui email: [utamirahmi13@gmail.com](mailto:utamirahmi13@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 : EC00202464742, 12 Juli 2024

**Pencipta**  
Nama : **Sur Yanti, Aryan Eka Prastyana Nugraha dkk**  
Alamat : Karanglo, RT 002 RW 025, Kelurahan/Desa Tlogoadi, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55286, Mlati, Sleman, DI Yogyakarta, 55286  
Kewarganegaraan : Indonesia

**Pemegang Hak Cipta**  
Nama : **Sur Yanti, Aryan Eka Prastyana Nugraha dkk**  
Alamat : Karanglo, RT 002 RW 025, Kelurahan/Desa Tlogoadi, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55286, Mlati, Sleman, DI Yogyakarta, 55286  
Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Buku**  
Judul Ciptaan : **Manajemen Bisnis**  
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 4 Juli 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 : 000640097

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  
u.b  
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

IGNATIUS M.T. SILALAH  
NIP. 196812301996031001

Disclaimer:

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