



# **PENGANTAR MANAJEMEN & BISNIS**

**Mochamad Heru Riza Chakim**

**Felix Chandra**

**Abdul Hamid Arribathi**

**Rasyid Tarmizi**

**Nolchi Yudian Languyu**

**Lathifah Khairani**

**Arif Marjuki**

**Riny Chandra**

**Sugina**

**Ahmad Maulidizen**

**Nurul Maghfirah**

**Anna Valensia Christianty de Fretes**

**Feky Reken**

**Ferdinandus Sampe**

**Dhea Adinda**

**Fadila Almahdali**

# PENGANTAR MANAJEMEN & BISNIS

## Penulis:

Mochamad Heru Riza Chakim  
Felix Chandra  
Abdul Hamid Arribathi  
Rasyid Tarmizi  
Nolchi Yudian Languyu  
Lathifah Khairani  
Arif Marjuki  
Riny Chandra  
Sugina  
Ahmad Maulidizen  
Nurul Maghfirah  
Anna Valensia Christianty de Fretes  
Feky Reken  
Ferdinandus Sampe  
Dhea Adinda  
Fadila Almahdali

Editor : **Rizka Mukhlisiah, S.E., M.Si.**  
Tata Letak : **Asep Nugraha, S.Hum.**  
Desain Cover : **Septimike Yourintan Mutiara, S.Gz.**  
Ukuran : **UNESCO 15,5 x 23 cm**  
Halaman : **xi, 247**  
ISBN : **978-623-09-4500-7**  
Terbit Pada : **Juli 2023**  
Anggota IKAPI : **No. 073/BANTEN/2023**

Hak Cipta 2023 @ Sada Kurnia Pustaka dan Penulis  
*Hak cipta dilindungi undang-undang dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit dan penulis.*

## **PENERBIT PT SADA KURNIA PUSTAKA**

Jl. Warung Selikur Km.6 Sukajaya – Carenang, Kab. Serang Banten  
Email : [sadapenerbit@gmail.com](mailto:sadapenerbit@gmail.com)  
Website : [sadapenerbit.com](http://sadapenerbit.com) & [repository.sadapenerbit.com](http://repository.sadapenerbit.com)  
Telpon/WA : +62 838 1281 8431

# KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Tuhan Yang Maha Esa seru sekalian alam. Dengan Rahmat dan nikmatnya tim penulis telah dapat menyelesaikan kolaborasi buku ini yang berjudul Buku **Pengantar Manajemen & Bisnis**. Tim penulis dengan berbagai latar belakang dan kepakaran masing-masing mencoba menuangkan dalam gagasan dan pengetahuan untuk dapat memberikan sumbang sih yang bermanfaat bagi orang banyak. Komitmen tim penulis secara terus menerus merupakan langkah maju yang terus ditingkatkan dalam memberikan kontribusi ilmu pengetahuan.

Pengetahuan tentang manajemen dan bisnis sangat diperlukan dalam mengelola suatu perusahaan untuk dapat selalu tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. Ilmu manajemen dan bisnis terus berkembang dan diawali dengan memahami dengan baik dasar pengetahuan ini. Manajemen belum memiliki definisi yang “mapan” yang dapat diterima secara universal. Banyak ahli yang telah mendefinisikan atau merumuskan pengertian tentang manajemen. Manajemen didefinisikan sebagai seni untuk mencapai tujuan melalui orang-orang. Kesenian di sini mengacu pada keterampilan atau kemampuan seseorang dan sekelompok orang yang bermain dengan alat atau seseorang untuk menghasilkan keindahan dan kesuksesan. Manajemen sebagai sekumpulan proses unik yang melibatkan rencana, organisasi, arah, dan kontrol untuk menentukan dan mencapai berbagai macam tujuan-tujuan yang telah ditentukan sebelumnya dengan menggunakan orang dan sumber daya-sumber daya lainnya.

Manajemen sebagai suatu rangkaian proses dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian manusia dan sumber daya lainnya untuk mencapai tujuan. Manajemen sebagai suatu proses perencanaan, pengorganisasian, koordinasi, dan pengendalian sumber daya untuk mencapai tujuan-tujuan secara efisien dan efektif. Manajemen merupakan suatu proses pelaksanaan koordinasi terhadap berbagai kegiatan pekerjaan yang dilakukan

secara efektif dan efisien dengan dan atau melalui orang lain. Manajemen sebagai proses (perencanaan, pengorganisasian, penyusunan staf, pengarahan dan pengendalian) bekerja sama dengan orang-orang dan sumber daya organisasi lainnya untuk mencapai tujuan. Manajemen harus efisien (*input-output*) dan bekerja dengan baik (berorientasi pada pencapaian tujuan).

Sistematika dalam penulisan buku ini terdiri dari Enam Belas Bab meliputi: Konsep Dasar Manajemen & Bisnis, Pengambilan Keputusan Manajemen & Bisnis, Kepemimpinan Dalam Manajemen & Bisnis, Fungsi Manajemen & Bisnis, Fungsi Pengawasan, Evaluasi Manajemen & Bisnis, Fungsi Perencanaan Manajemen & Bisnis, Fungsi Organisasi Manajemen & Bisnis, Fungsi Penggerakan, *Staffing* Dalam Manajemen & Bisnis, Kewirausahaan, Bisnis Baru, & Kepemilikan Bisnis, Inovasi & Pengembangan Produk, Manajemen Sumber Daya Manusia & Hubungan Ketenagakerjaan, Manajemen Keuangan & Investasi, Proses Pemasaran & Perilaku Konsumen, Manajemen Operasi & Rantai Pasok, Mengembangkan & Menetapkan Harga Produk, Etika Bisnis & Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Tim penulis menyadari bahwa dalam buku ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak keterbatasan. Saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan ke depan sangat kami harapkan. Semoga kehadiran buku ini dapat menambah wawasan dan membawa perubahan untuk menjadi yang lebih baik, *Aamiin Yaarobbal 'Alamiin*.

*“Buku adalah sahabat paling setia. Rela mendampingi sepanjang waktu dimanapun aku berada tanpa pernah memikirkan dirinya.”*

Juli 2023

Tim Penulis

# DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>BAB 1 KONSEP DASAR MANAJEMEN &amp; BISNIS .....</b>	<b>1</b>
Pendahuluan .....	1
Pengertian Dasar Manajemen.....	1
Prinsip Manajemen .....	2
Proses Manajemen .....	5
Unsur-Unsur Manajemen.....	6
Sejarah Perkembangan dan Evolusi Teori Manajemen.....	7
Daftar Pustaka.....	13
Profil Penulis .....	14
<b>BAB 2 PENGAMBILAN KEPUTUSAN MANAJEMEN &amp; BISNIS .....</b>	<b>15</b>
Pendahuluan .....	15
Pengertian Pengambilan Keputusan .....	16
Jenis-Jenis Keputusan .....	16
Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan .....	18
Gaya Pengambilan Keputusan .....	20
Pengambilan Keputusan Dalam Berbagai Kondisi .....	22
Daftar Pustaka.....	22
Profil Penulis .....	27
<b>BAB 3 KEPEMIMPINAN DALAM MANAJEMEN &amp; BISNIS.....</b>	<b>28</b>
Pendahuluan .....	28
Pengertian Kepemimpinan .....	29
Teori Kepemimpinan .....	31

Gaya dan Tipe Kepemimpinan.....	34
Peran Kepemimpinan dalam Manajemen.....	37
<i>Skill</i> Kepemimpinan.....	38
Daftar Pustaka.....	39
Profil Penulis.....	41
<b>BAB 4 FUNGSI MANAJEMEN &amp; BISNIS.....</b>	<b>42</b>
Fungsi Perencanaan/ <i>Planning</i> .....	42
Fungsi Pengorganisasian/ <i>Organizing</i> .....	46
Fungsi Pengarahan/ <i>Actuating</i> .....	56
Karakteristik Pengarahan Ada Beberapa Karakteristik Dalam Penerapan Fungsi Pengarahan atau <i>Actuating</i> .....	62
Fungsi Mengontrol/ <i>Controlling</i> .....	63
Daftar Pustaka.....	67
Profil Penulis.....	68
<b>BAB 5 FUNGSI PENGAWASAN, EVALUASI MANAJEMEN &amp; BISNIS.....</b>	<b>69</b>
Pendahuluan .....	69
Pengertian Pengawasan .....	70
Faktor Kebutuhan Pengawasan.....	71
Prinsip Pengawasan .....	72
Jenis-jenis Pengawasan.....	73
Fungsi Pengawasan.....	74
Tujuan dan Manfaat Pengawasan .....	75
Definisi dan Tahapan Evaluasi .....	76
Fungsi Evaluasi .....	77
Langkah Pengawasan, Evaluasi pada Manajemen.....	78
Langkah Pengawasan, Evaluasi pada Bisnis.....	79
Daftar Pustaka.....	80

Profil Penulis.....	81
<b>BAB 6 FUNGSI PERENCANAAN MANAJEMEN &amp; BISNIS.....</b>	<b>82</b>
Perencanaan ( <i>Planning</i> ) .....	82
Definisi Perencanaan .....	83
Fungsi, Tujuan dan Manfaat Perencanaan.....	84
Jenis-Jenis Perencanaan .....	86
Tahapan Perencanaan .....	88
Keunggulan dan Kelemahan Perencanaan .....	90
Daftar Pustaka.....	92
Profil Penulis.....	93
<b>BAB 7 FUNGSI ORGANISASI MANAJEMEN &amp; BISNIS .....</b>	<b>94</b>
Pengertian Manajemen .....	94
Filsafat Dalam Manajemen .....	95
Praktik dari Manajemen .....	96
Fungsi-Fungsi Manajemen .....	96
Tingkatan Pada Suatu level Manajemen (Manajemen Level)....	97
Manajemen Terhadap Sumber Daya Manusia .....	98
Organisasi.....	100
Definisi dan Unsur dari Organisasi.....	100
Dimensi Dari Organisasi.....	102
Etika Bisnis.....	106
Prinsip Etika Bisnis.....	106
Manfaat Etika Bisnis Bagi Keberlangsungan Perusahaan .....	107
Manajemen pada Bisnis .....	108
Penerapan pada Manajemen Bisnis yang Baik.....	108
Komponen-Komponen dalam Manajemen Bisnis.....	109
Daftar Pustaka.....	111
Profil Penulis.....	113

<b>BAB 8 FUNGSI PENGGERAKAN, STAFFING DALAM MANAJEMEN &amp; BISNIS.....</b>	<b>114</b>
Fungsi Penggerakan ( <i>Actuating</i> ) dan <i>Staffing</i> .....	114
Pengertian Penggerakan ( <i>Actuating</i> ).....	114
Fungsi dan Tujuan Penggerakan .....	115
Prinsip-Prinsip <i>Actuating</i> (Penggerakan).....	117
Indikator-Indikator Pelaksanaan Penggerakan.....	118
Faktor yang Dapat Mempengaruhi Penggerakan.....	119
Pengertian <i>Staffing</i> .....	121
Tujuan Fungsi <i>Staffing</i> .....	123
Prinsip-Prinsip <i>Staffing</i> .....	124
Sifat <i>Staffing</i> .....	125
Daftar Pustaka.....	126
Profil Penulis.....	127
<b>BAB 9 TEORI KEWIRAUSAHAAN, BISNIS BARU &amp; KEPEMILIKAN BISNIS.....</b>	<b>128</b>
Teori Kewirausahaan.....	128
Teori Bisnis Baru.....	132
Teori Kepemilikan Bisnis.....	136
Daftar Pustaka.....	138
Profil Penulis.....	139
<b>BAB 10 INOVASI &amp; PENGEMBANGAN PRODUK.....</b>	<b>140</b>
Pendahuluan .....	140
Pentingnya Inovasi dan Pengembangan Produk Dalam Bisnis .....	141
Memahami Kebutuhan Pelanggan.....	143
Metode dan Proses Dalam Memilih Ide Inovatif yang Potensial .....	148

Proses Pengembangan Produk.....	150
Daftar Pustaka.....	156
Profil Penulis.....	157
<b>BAB 11 MSDM &amp; HUBUNGAN KETENAGAKERJAAN.....</b>	<b>158</b>
Pendahuluan.....	158
Pengertian Manajemen SDM.....	159
Fungsi Manajemen SDM.....	160
Tujuan Manajemen SDM.....	162
Manfaat Manajemen SDM.....	164
Hubungan Kerja.....	165
Hubungan Industrial.....	166
Daftar Pustaka.....	168
Profil Penulis.....	169
<b>BAB 12 MANAJEMEN KEUANGAN &amp; INVESTASI.....</b>	<b>170</b>
Konsep Dasar Manajemen Keuangan.....	170
Fungsi Manajemen Keuangan.....	171
Tujuan Manajemen Keuangan.....	172
Manajer Keuangan.....	173
Tugas dan Tanggung Jawab Manajer Keuangan.....	173
<i>Financial Management Strategic</i> .....	174
Investasi.....	175
Tujuan Investasi.....	176
Manfaat Investasi.....	176
Jenis Investasi.....	178
Strategi Berinvestasi.....	179
Gaya Investasi.....	181
Daftar Pustaka.....	182
Profil Penulis.....	183

<b>BAB 13 PROSES PEMASARAN &amp; PERILAKU KONSUMEN .....</b>	<b>184</b>
Pendahuluan .....	184
Menyampaikan Nilai Produk Barang/Jasa .....	185
Nilai dan Utilitas .....	185
Strategi Bauran Pemasaran .....	187
Strategi <i>Segmenting</i> .....	187
Strategi <i>Targeting</i> .....	189
Strategi <i>Positioning</i> .....	190
Pengertian Perilaku Konsumen .....	192
Pentingnya Perilaku Konsumen .....	192
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	193
Daftar Pustaka.....	196
Profil Penulis.....	197
<b>BAB 14 MANAJEMEN OPERASI &amp; RANTAI PASOK .....</b>	<b>198</b>
Manajemen Operasi.....	198
Komponen-Komponen Manajemen Operasional .....	199
Manajemen Rantai Pasok.....	201
Komponen Manajemen Rantai Pasok .....	204
Daftar Pustaka.....	208
Profil Penulis.....	211
<b>BAB 15 PENGEMBANGAN &amp; PENETAPAN HARGA PRODUK .....</b>	<b>211</b>
Definisi Produk .....	211
Jenis Dan Klasifikasi Produk.....	212
Daur Hidup Produk.....	213
Persoalan Dalam Pengembangan Produk.....	215
Ciri-ciri Pengembangan Produk yang Sukses .....	219
Proses Mengembangkan Produk Baru .....	220
Pengertian dan Penetapan Harga .....	221

Konsep Untuk Menetapkan Harga.....	222
Tujuan Penetapan Harga.....	223
Aspek-aspek yang Mempengaruhi Penetapan Harga.....	224
Cara-cara Menetapkan Harga .....	226
Menyusun Strategi Penetapan Harga.....	229
Strategi Penetapan Harga Produk Baru.....	230
Daftar Pustaka.....	231
Profil Penulis.....	233
<b>BAB 16 ETIKA BISNIS &amp; TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN</b> .....	<b>234</b>
Pendahuluan .....	234
Pentingnya Etika Bisnis .....	235
Prinsip Etika Bisnis.....	236
Pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau	237
Pengelompokkan Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	239
.....	
Manfaat Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	241
Motif Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	242
Perkembangan Penerapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	
di Indonesia.....	244
Daftar Pustaka.....	246
Profil Penulis.....	247

# BAB 1

## KONSEP DASAR MANAJEMEN & BISNIS

Dr. Ir. Mochamad Heru Riza Chakim, M.M.

Universitas Raharja

### Pendahuluan

Bagian ini menjelaskan tentang pengetahuan dasar, prinsip, proses dan unsur-unsur manajemen, serta sejarah perkembangan dan evolusi ilmu tersebut, dengan tujuan untuk memberikan pemahaman tentang manajemen sebagai suatu ilmu dan latar belakang perkembangannya.

### Pengertian Dasar Manajemen

Arti kata manajemen secara bahasa berasal dari kata Perancis Kuno "*management*", yang artinya adalah "seni penerapan dan pengelolaan". Kata manajemen juga dapat berasal dari kata Itali "*maneggiare*", yang artinya adalah "mengendalikan" terutama dalam konteks pengelolaan kuda, kata manajemen juga dapat berasal dari kata Latin "*manus*", yang artinya adalah "tangan".

Manajemen belum memiliki definisi yang "mapan" yang dapat diterima secara universal. Banyak ahli yang telah mendefinisikan atau merumuskan pengertian tentang manajemen (Gheorghide & Zannad, 2005). *Mary Parker Follett* telah menyebutkan bahwa "*management is the art of getting thing done through people*" (*Mary Parker Follett's Management Theory*, n.d.). yang berarti manajemen adalah seni untuk mencapai tujuan melalui orang-orang. Kesenian di sini mengacu pada keterampilan atau kemampuan seseorang dan sekelompok orang yang bermain dengan alat atau seseorang untuk menghasilkan

## Daftar Pustaka

- Abijaya, S., Wildanu, E., & Jamaludin, A. (2021). Peranan Kepemimpinan Dalam Organisasi. *Jurnal Soshum Insentif*. <https://doi.org/10.36787/jsi.v4i1.442>.
- Carmeli, A., & Tishler, A. (2004). The Relationships Between Intangible Organizational Elements And Organizational Performance. *Strategic Management Journal*. <https://doi.org/10.1002/smj.428>.
- Cheng, Y., Zhang, J., & Liu, Y. (2022). The Impact Of Enterprise Management Elements On College Students Entrepreneurial Behavior By Complex Adaptive System Theory. *Frontiers in Psychology*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.769481>.
- Gheorghide, M., & Zannad, F. (2005). Modern Management Of Acute Heart Failure Syndromes. In *European Heart Journal, Supplement*. <https://doi.org/10.1093/eurheartj/sui006>.
- Muzzio, H., & Paiva Júnior, F. G. (2018). Organizational Creativity Management: Discussion Elements. *Revista de Administração Contemporânea*. <https://doi.org/10.1590/19827849rac2018170409>.
- Niknazar, P., & Bourgault, M. (2017). Theories For Classification Vs. Classification As Theory: Implications Of Classification And Typology For The Development Of Project Management Theories. *International Journal of Project Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2016.11.002>.
- Przetacznik, S. (2022). The Evolution Of Risk Management. *Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie*. <https://doi.org/10.25944/znmwse.2022.01-2.95107>.
- Wren, D. A. (1995). Henri Fayol: Learning From Experience. *Journal of Management History*, 1(3), 5–12. <https://doi.org/10.1108/13552529510095116/FULL/HTML>
- Yoo, J. W., Lemak, D. J., & Choi, Y. (2006). Principles Of Management And Competitive Strategies: Using Fayol To Implement Porter. *Journal of Management History*, 12(4), 352–368. <https://doi.org/10.1108/17511340610692734/FULL/HTML>

## PROFIL PENULIS



### **Dr. Ir. Mochamad Heru Riza Chakim, M.M.**

Ketertarikan penulis terhadap ilmu manajemen dimulai sejak kelas 2 SD di SD Negeri Sultan Agung Ponorogo ketika Ibu mendoakan untuk menjadi Pemimpin Perusahaan (Direksi). Tahun 1975 lulus dari SMP Negeri 1 Ponorogo dan tahun 1979 lulus dari SMA Negeri I Ponorogo. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi dan berhasil menyelesaikan studi S1 di prodi Teknik Kimia Institut Teknologi Bandung 1985. Kemudian melanjutkan pendidikan Magister Manajemen di prodi Magister Bisnis Administrasi Teknologi Institut Teknologi Bandung sesuai harapan saya di bidang manajemen serta pendidikan doktoral di prodi Bisnis Administrasi Universitas Padjadjaran lulus tahun 2021.

Penulis memiliki kepakaran dibidang strategi korporat dan bisnis, korporat meliputi market development, pengembangan jasa, perluasan jaringan, analisa strategi, pertumbuhan anorganik. Pada tahun 2014 penulis diangkat menjadi Direktur Komersial PT SUCOFINDO (Persero) sebuah perusahaan BUMN di bidang jasa Testing, Inspeksi, Konsultasi, Laboratorium dan Training sampai dengan tahun 2019. Saat ini penulis juga mengelola Yayasan Sosial Abdul Chakim yang bergerak di bidang Pendidikan dan sosial, serta menjadi Ketua Bidang Pendidikan di Yayasan Masjid As Sajadah.

Selain itu juga aktif mengajar di Universitas Raharja dan Universitas Padjadjaran. Dalam mewujudkan karier sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenristekdikti berupa Kedaireka senilai lebih dari Rp 1,9 milyar.

Email Penulis: [heruriza11@gmail.com](mailto:heruriza11@gmail.com).

# BAB 2

## PENGAMBILAN KEPUTUSAN MANAJEMEN & BISNIS

Felix Chandra, S.E., M.M.  
Universitas Pattimura

### **Pendahuluan**

Pengambilan keputusan adalah kegiatan yang dilakukan manusia untuk menentukan suatu pilihan diantara banyaknya pilihan yang ada. Pengambilan keputusan biasanya dilakukan untuk memecahkan permasalahan yang dijumpai. Pengambilan keputusan dikatakan sebagai seni untuk memilih berbagai alternatif yang ada karena berbeda orang, keputusan yang diambil pun dapat berbeda.

Dalam manajemen, pengambilan keputusan sangat erat kaitannya dengan kehidupan manajer. Dalam dunia manajemen dan bisnis terdapat banyak situasi yang menuntut adanya pengambilan keputusan. Hal ini terkait dengan informasi yang berubah dengan cepat, terutama informasi pasar global. Pengambilan keputusan dianggap sangat penting dalam manajemen karena keputusan dapat menjadi awal dari segala aktivitas manusia, baik secara individu, kelompok maupun organisasi ataupun menghentikan aktivitas yang ada. Pengambilan keputusan dilakukan untuk menghasilkan pemecahan masalah yang paling bermanfaat terhadap tujuan organisasi atau perusahaan. Setiap keputusan yang dibuat akan memiliki dampaknya masing-masing dan memiliki tingkat keefektifan yang berbeda-beda. Keberhasilan organisasi/perusahaan di masa yang akan datang bergantung dari keefektifan keputusan yang diambil dalam memecahkan masalah.

**Daftar Pustaka**

- Febriansah, R. E., & Meiliza, D. R. (2020). *Buku Ajar Mata Kuliah Teori Pengambilan Keputusan (Pertama)*. UMSIDA Press.
- Krisnandi, H., Efendi, S., & Sugiono, E. (2019). *Pengantar Manajemen*. LPU-UNAS.
- Nurmeylani, Hasibuan, M., & Harahap, J. M. (2020). Pengaruh Produk Tabungan Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Muamalat KCP. Rantauprapat. *Kapital: Jurnal Ilmu Manajemen*, 02(01), 47–64.
- Paramaartha, D. N. (2015). Pengaruh Kekuasaan Dan Pengambilan Keputusan Terhadap Komitmen Organisasi Guru Sekolah Dasar Bpk Penabur Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 6(1), 1087–1096. <https://doi.org/10.21009/jmp.v6i1.1843>.
- Prastyawan, A., & Lestari, Y. (2020). *Pengambilan Keputusan*. UNESA University Press.

## PROFIL PENULIS



### **Felix Chandra, S.E., M.M.**

Penulis lahir di Ambon pada tanggal 30 Agustus 1996. Ketertarikan penulis terhadap ilmu manajemen dimulai pada tahun 2013 saat penulis selesai menempuh pendidikan SMA di SMA Negeri 2 Ambon. Setelah lulus, penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi dengan mengambil program studi Manajemen di Universitas Kristen Indonesia Maluku (UKIM) dan berhasil menyelesaikan studi pada tahun 2017. Penulis kemudian melanjutkan studi S2 dengan mengambil program studi Manajemen pada Program Pasca Sarjana Universitas Pattimura Ambon di tahun 2018 dan lulus pada tahun 2021.

Penulis memiliki kepakaran di bidang Manajemen khususnya Manajemen Sumber Daya Manusia. Penulis sekarang aktif bekerja sebagai dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, jurusan Manajemen Universitas Pattimura Ambon sejak tahun 2022. Selain mengajar, penulis aktif dalam penulisan jurnal dan pengabdian kepada masyarakat. Penulis menyadari bahwa ilmu akan selalu mengalami perkembangan dan pembaharuan setiap harinya, maka dari itu penulis tidak akan berhenti untuk belajar dan mengetahui ilmu-ilmu baru terkhususnya ilmu manajemen sumber daya manusia.

Email Penulis: [felixchandra80@gmail.com](mailto:felixchandra80@gmail.com).

# BAB 3

## KEPEMIMPINAN DALAM MANAJEMEN & BISNIS

**Dr. H. Abdul Hamid Arribathi, S.Ag., M.M., ICM.**  
Universitas Raharja Kota Tangerang

### **Pendahuluan**

Secara kodrati, dari sudut tanggungjawab, setiap manusia terlahir sebagai pemimpin, dan ia akan diminta pertanggungjawabannya terhadap apa yang telah ia pimpin (Abu Abdullah bin Muhammad Ismail al- Bukharī, tt, p. 139). Pandangan ini masih bersifat umum, maksudnya di luar konteks dengan menafikan atau tidak memperdulikan jabatan apapun yang disandang, seberapa banyak bawahannya, apapun strata pendidikan terakhirnya, suku dan bangsa mana ia berasal. Manusia terlahir murni memiliki tanggung jawab sebagai pemimpin, baik untuk dirinya, keluarga, dan orang lain. Dalam lingkup kecil, sedang, maupun dalam lingkup besar dan luas. Oleh karenanya setiap individu dari manusia dituntut untuk mampu mengayomi, memberi teladan, dan memberi dorongan atau motivasi. Dan ini merupakan bagian dari sifat sifat Tuhan, yang dalam konteks keagamaan manusia dituntut mencontoh-Nya.

Saat manusia membentuk kelompok lebih dari dua orang, atau dengan kata lain berorganisasi dalam bentuk apapun (bersifat bisnis, sosial, kenegaraan, dan keagamaan) maka membutuhkan seorang pemimpin, termasuk dalam perusahaan. Mudahnya, pemimpin diibaratkan bagai seorang nahkoda dalam sebuah kapal, atau seorang kapten dalam tim olahraga. Dalam konteks perusahaan, apapun perusahaannya berpotensi tidak akan berjalan dengan baik dan

## Daftar Pustaka

- Abdul Hamid Arribathi; Asri Kunda; Ita Erliyani dll. (2023). *Pengantar Manajemen* (1st ed.). PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Abu Abdullah bin Muhammad Ismail al- Bukharī. (tt). *Shahih Al-Bukhari*. Dar as -S a'bu.
- Ajeng Quamila. (2021, July 29). *Tujuh Teori Kepemimpinan yang Mesti Kamu Tahu untuk Jadi Pemimpin Hebat*. <https://glints.com/id/lowongan/teori-kepemimpinan/#:~:text=Teori%20kepemimpinan%20berdasar%20perilaku%20adalah,karakter%20bawaan%20dari%20orang%20tersebut>.
- Anthony Robbins. (2021). *Awaken The Giant Within*.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Balai Pustaka.
- Esther Novita Inochi. (2022, September 5). *Mengenal Apa Itu Konsep Kepemimpinan Dalam Manajemen Bisnis*. *ToffeeDev*. <https://toffeedev.com/blog/kepemimpinan-dalam-manajemen/>.
- Faisal Sastra Maryono Rivai. (2021). *Peran dan Fungsi Kepemimpinan Dalam Organisasi Peradilan Agama*. *Mahkamah Agung Republik Indonesia Direktorat Jenderal Badan Peradilan Agama*. <https://badilag.mahkamahagung.go.id/artikel/publikasi/artikel/peran-dan-fungsi-kepemimpinan-dalam-organisasi-peradilan-agama>.
- Gibson, James L., John M. Ivancevich, dan James H. Donnelly, Jr. (2007). *Organisasi: Perilaku, Struktur, dan Proses, Terjemahan: Nunuk Adiarni*. Bina Rupa Aksara.
- Hendrikus Dasrimin. (2022, September 2). *Analisis Konsep dan Perbedaan Teori Dasar Kepemimpinan (Trait Theory, Behavioral dan Situational/Contingenc)*. *Kompasiana*. <https://www.kompasiana.com/dasrimino/623e5460bb44860476038e85/analisis-konsep-dan-perbedaan-teori-dasar-kepemimpinan-trait-theory-behavioral-dan-situational-contingency>.
- John M. Echols, H. S. (2014). *Kamus Inggris—Indonesia*. Gramedia.

- Kementerian Keuangan Indonesia. (2014, Desember). *Pemimpin dan Kepemimpinan Kita*.  
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/7018/Pemimpin-dan-Kepemimpinan-Kita.html#:~:text=Sedangkan%20kepemimpinan%20adalah%20kema.>
- Kruse, K. (2013). *What is authentic leadership*.  
<http://www.forbes.com/sites/kevinkruse/2013/05/12/what-is-authentic-leadership/#197b2f012ddd>.
- Kubik Leadership. (2022, Desember). *Leadership Skill, Kunci Sukses Pemimpin*.
- Muslim, I. (2007). Terjemah Hadis Shahih Muslim. *Jakarta: Klang Book Centre*.
- Rendra Krestyawan. (2022, Mei). *Manajemen SDM From A to Z*.  
<https://manajemen-sdm.com/leadership/gaya-kepemimpinan-afiliasi-bag-2/>.
- Yuniantoro Sudrajad. (2022, Oktober). *Analisa Gaya Kepemimpinan Otokratis, Demokratis, Laissez-Fire dalam Birokrasi Pemerintahan. Kementerian Keuangan Republik Indonesia*.
- Zeitchik, S. (2012). *Apa Arti The Hunger Games Sebenarnya. LosAngeles Times, 24*.

## PROFIL PENULIS



**Dr. H. Abdul Hamid Arribathi, S.Ag., M.M., ICM.**

Lahir di Tegal, 13 Juli 1970. Anak ketujuh dari sembilan bersaudara pasangan bapak HM. Ladri bin Japin (almarhum) dan ibu Hj. Rosidah binti H. Yahya bin H. Abdul Latif al- Kaaf (al-marhumah). Suami dari Hj. Nurliah, S.Ag binti Ustib. Saat ini tinggal di Kp. Gaga RT 07/03 Nomor 98 Semanan, Kalideres Jakarta Barat.

Pendidikan yang telah ditempuh adalah: SDN Tanjung Harja 01 Tegal lulus 1984, SMP PGRI Kramat Tegal lulus 1987, SPGN Kodya Tegal lulus 1990, Takhasus Pesantren Ashidiqiyah Jakarta Barat lulus 1994, STAI Imam Syafi'i Jakarta program Strata-1 jurusan Pendidikan Agama Islam lulus 2000, Pascasarjana STIMA IMMI Jakarta Strata-2 Program Studi Manajemen Pendidikan lulus 2012, dan Program *Ilearning Certificate Master (ICM)* di Universitas Raharja tahun 2019 serta Pascasarjana UMJ Strata-3 (Doktoral) Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) lulus 2022. Telah melakukan penelitian dengan menghasilkan berbagai jurnal nasional terindeks sinta, dan internasional terindeks scopus.

Dalam Hibah Penelitian Dosen Pemula (PDP) di bawah Kemenristek-Dikti, penulis berturut- turut berhasil masuk seleksi nasional dan tuntas menyelesaikannya tahun 2018/2019 judul: Pengembangan Model *Knowledge Management System* Konseling Mahasiswa Berbasis *Website* dan Android, dan Hibah PDP tahun 2019/2020 dengan judul : Perancangan Aplikasi Smart Seminar dan *Workshop* Berbasis *Website* dan Android. Ia telah menyelesaikan berbagai buku ber-ISBN. Penulis merupakan dosen tetap dengan status Sertifikasi Dosen (Serdos) di Universitas Raharja Tangerang Banten, Fakultas Sains dan Teknologi Program Studi Sistem Informasi (SI) dengan jabatan fungsional Lektor Kepala (*Associate Professor*). Dan ia juga sebagai pendakwah.

Email Penulis: [abdulhamid@raharja.info](mailto:abdulhamid@raharja.info)

# BAB 4

## FUNGSI MANAJEMEN & BISNIS

Rasyid Tarmizi, S.E., M.M.  
Universitas Raharja

### **Fungsi Perencanaan/*Planning***

Secara umum, perencanaan mengacu pada proses mengidentifikasi tujuan atau sasaran masa depan dan menetapkan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapainya. Intinya, perencanaan adalah metode pengambilan keputusan yang rasional dan pemikiran logis yang mendahului tindakan. Dengan terlibat dalam perencanaan, kita dapat mengantisipasi situasi masa depan dan mempersiapkannya sesuai dengan itu. Ini adalah komponen penting dari manajemen, yang melibatkan penentuan tujuan organisasi, merancang strategi, dan menyusun rencana kerja. Perencanaan merupakan tahapan pertama dalam kegiatan suatu organisasi yang bertujuan untuk mencapai tujuannya.

#### **1. Karakteristik Perencanaan**

Jika dibandingkan dengan fungsi manajemen lainnya, perencanaan memiliki atribut unik yang membedakannya. Sejumlah kualitas tersebut antara lain:

##### **a. Fungsi Manajerial**

Salah satu fungsi inti dalam manajemen adalah fungsi manajerial. Sebagai fungsi manajerial utama, perencanaan berfungsi sebagai dasar untuk kegiatan manajemen lainnya, termasuk pengorganisasian, pengaturan staf, pengarahan, dan pengendalian, karena dilaksanakan dalam kerangka rencana yang telah ditetapkan.

- c. Kemampuan untuk mengidentifikasi setiap inkonsistensi dalam pelaksanaan tugas staf sangat penting.
- d. Seseorang dapat menentukan apakah sumber daya mereka, termasuk waktu, telah digunakan secara efisien dan cukup untuk kebutuhan mereka.
- e. Seseorang memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi alasan di balik setiap penyimpangan.
- f. Kesempatan reguler bagi penyelia untuk terlibat dalam refleksi dan menerima umpan balik atas pekerjaan mereka sangat penting untuk mendapatkan wawasan dan perspektif yang berharga.
- g. Kebutuhan akan dukungan, baik secara pribadi maupun profesional, sangat penting.
- h. Untuk menjamin bahwa baik secara pribadi maupun profesional, seseorang berfungsi secara maksimal.
- i. Untuk menghindari komplikasi, yang terbaik adalah tidak mengabaikan situasi atau membawa kesulitan, masalah, atau proyeksi yang tidak perlu.
- j. Kuncinya adalah mengambil pendekatan proaktif daripada reaktif.
- k. Untuk menjamin tingkat keunggulan dalam pekerjaan.

\*\*\*\*\*

## Daftar Pustaka

- Cullen John B. (2002). *Multinational Management*, South, Western.
- Fatah, Nanang. (2001). *Landasan Manajemen Pendidikan*. Bandung: Remaja.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2011). *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- <https://beranekaberagam.blogspot.com/2020/05/definisi-fungsi-dan-tujuan-pengarahan.html>.
- Maman Ukas. (2004). *Manajemen Konsep, Prinsip dan Aplikasi*. Bandung: Agnini.
- Ohio Pidarta, Made. (2004). *Manajemen Pendidikan Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Robbins, Stephen P., Coulter, Mary. (2002). *Management*. Prentice Hall: International Inc.
- T. Hani Handoko. (2012). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Usman, Husaini. (2008). *Manajemen Teori Praktik & Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.

## PROFIL PENULIS



### **Rasyid Tarmizi, S.E., M.M.**

Buku ini adalah buku kedua yang ditulis oleh saya bersama dengan Tim penulis buku Ekonomi, sedangkan buku pertama saya tulis adalah Buku Manajemen Ritel yang diterbitkan oleh Yayasan Nirwana Nusantara pada Tahun 2021. Rasyid Tarmizi, S.E., M.M. Lulus S1 Fakultas Ekonomi (FEB) Universitas Muhammadiyah Jakarta 1996 dan menyelesaikan Program Studi Magister Manajemen S2 di Fakultas Ekonomi (FEB)

Universitas Tarumanagara Jakarta 2022, saat ini sedang tahap menyelesaikan pendidikan Program Doktor S3 pada Fakultas Ekonomi (FEB) Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah (UIN) Jakarta.

Dosen Tetap di FEB Universitas Raharja Tangerang sejak April 2006 hingga sekarang, mengampu Mata Kuliah Perpajakan, Pemeriksaan Akuntansi dan Manajemen Ritel. Aktif menulis di beberapa Jurnal Nasional dan Internasional dan juga menjadi Narasumber Pembicara di seminar-seminar, Lembaga Pendidikan serta Perguruan Tinggi tentang Perpajakan dan Perbankan Syariah.

Menjadi Direktur Keuangan di PT. Salju Rubber Industri tahun 2000 sd 2006 dan saat ini masih menjadi *Auditor* di beberapa perusahaan dan Konsultan Pajak, Direktur Operasional di PT. Harapan Permai Indonesia sejak 2015 hingga sekarang serta sebagai *Advisor* di PT. Sahid Putra Harapan perusahaan Properti dari 2016 hingga sekarang.

Email Penulis: [rasyid@raharja.info](mailto:rasyid@raharja.info).

# BAB 5

## FUNGSI PENGAWASAN, EVALUASI MANAJEMEN & BISNIS

**Nolchi Yudian Languyu, S.Pd., M.Pd.**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Miftahul Huda Subang

### **Pendahuluan**

Definisi manajemen menurut John R. Schermerchon, Jr. 1996 yakni *“Management is the process of planning, organizing, leading and controlling the use of resources to accomplish performance goals”* yang berarti Manajemen ialah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengawasan/pengendalian dalam penggunaan sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Dalam melaksanakan sebuah manajemen, tentunya proses-proses tersebut harus dijalankan dengan sebaik-baiknya, dari mulai perencanaan awal, kemudian diorganisir dengan baik, diarahkan oleh pimpinan dengan baik serta proses akhirnya adalah pengawasan. Pengawasan inilah yang menjadi pedoman dan evaluasi agar proses manajemen berjalan sesuai dengan tujuan utamanya.

Berbagai permasalahan yang biasa terjadi dalam suatu organisasi maupun lembaga seperti program atau kegiatan yang tidak sesuai dengan rencana, ketidaksesuaian anggaran maupun administrasi keuangan, adanya tugas dan tanggung jawab yang belum diselesaikan dan permasalahan lainnya. Pengawasan ini menjadi proses yang sangat penting dalam suatu organisasi karena dapat mengawasi kinerja setiap orang yang ada di dalamnya dan sudah memiliki tugas, peran dan tanggung jawabnya masing-masing. Dengan demikian

### **3. Membandingkan Kegiatan Dengan Standar yang Telah Ditetapkan**

Hal ini perlu dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan. Penyimpangan-penyimpangan ini selanjutnya dianalisis untuk mengetahui mengapa standar tidak tercapai dan mengidentifikasi berbagai faktor penyebab penyimpangan atau permasalahan.

### **4. Melakukan Tindakan Koreksi Terhadap Hasil**

Jika hasil analisis menunjukkan perlu adanya tindakan koreksi, maka harus dilakukan tindak lanjut seperti:

- a. Mengubah atau merevisi standar awal.
- b. Mengubah atau mengganti pengukuran kegiatan.
- c. Mengubah metode dalam menganalisis dan menginterpretasikan penyimpangan-penyimpangan.

### **Langkah Pengawasan, Evaluasi pada Bisnis**

Langkah-langkah dalam pengawasan dan evaluasi yang dilakukan pada bisnis/perusahaan bisa dilakukan dengan tahapan berikut:

1. Pengamatan terhadap kinerja karyawan.
2. Melakukan inspeksi langsung secara berkala untuk mengetahui bagaimana karyawan melakukan tugasnya, bisa dilakukan dengan cara melakukan audit, analisis rasio, dan lain-lain.
3. Membuat laporan lisan berisi informasi kinerja karyawan, berisi kelebihan dan kekurangan dalam melaksanakan kegiatannya.
4. Melakukan evaluasi dengan membuka diskusi yang komunikatif dan efektif antara atasan maupun bawahan untuk menyelesaikan permasalahan.

\*\*\*\*\*

## Daftar Pustaka

- Firmansyah, Anang dan Mahardika., & Budi W. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Krisnandi H., Efendi S., Sugiono E. (2019). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: LUP-UNAS.
- Sadikin, A., Misra, I., Hudin, M.S. (2020). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Yogyakarta: K-Media.
- Sujamto. (1986). *Beberapa Pengertian di Bidang Pengawasan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

## PROFIL PENULIS



### **Nolchi Yudian Languyu, S.Pd., M.Pd.**

Penulis lahir di Subang, 18 Oktober 1995 dan berasal dari keluarga sederhana. Lama mengampu pendidikan di madrasah swasta dan pondok pesantren tidak membuat penulis ragu dalam berkarya dan mengenyam pendidikan. Ketertarikan penulis terhadap ilmu manajemen berawal dari pendidikan yang ditempuh di Madrasah Aliyah Miftahul Huda dan mengambil jurusan IPS hingga lulus tahun 2013. Penulis melanjutkan pendidikan S1 ke Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Miftahul Huda Subang dan mengambil khasanah keilmuan Pendidikan Agama Islam tahun 2013-2017. Dengan tekad kuat, Penulis langsung melanjutkan pendidikan S2 ke Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon guna berfokus dalam mempelajari ilmu manajemen khususnya di bidang pendidikan.

Penulis memulai kiprahnya di dunia pendidikan dengan menjadi guru di beberapa sekolah seperti MTs, MA, DTA, SMK serta Pondok Pesantren. Saat ini, penulis berusia 27 tahun ini menjadi salah satu dosen muda di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Miftahul Huda Subang dan mengampu mata kuliah umum serta eksak. Selain itu, penulis memiliki beberapa cabang usaha dan berupaya dalam memaksimalkan pengelolaan manajemen pada usaha tersebut.

Email Penulis: [yudianlanguyu@gmail.com](mailto:yudianlanguyu@gmail.com).

# BAB 6

## FUNGSI PERENCANAAN MANAJEMEN & BISNIS

Lathifah Khairani, S.P., M.Sc.  
Universitas Bengkulu

### Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan atau *planning* merupakan fondasi awal bagi seorang manajer dalam melakukan fungsi-fungsi manajemen di suatu organisasi. Perencanaan menjadi tolok ukur fungsi-fungsi manajemen yang lain yaitu *organizing* (mengorganisasikan), *actuating* (memimpin) dan *controlling* (mengendalikan). Perencanaan yang baik akan menghasilkan tujuan-tujuan organisasi yang efektif dan efisien bagi fungsi dari setiap orang yang berada dalam organisasi baik secara vertikal maupun horizontal. Seorang manajer memerlukan skill *project management* dalam melakukan perencanaan organisasi. Salah satunya adalah metode perencanaan yang SMART (*specific, measurable, achievable, relevant* dan *time-bound*). Seorang manajer harus melakukan perencanaan yang jelas dan spesifik, perencanaan yang terukur, mudah untuk dicapai, relevan dengan visi dan misi suatu organisasi dan memiliki waktu perencanaan yang jelas.

Suatu perencanaan selalu berubah mengikuti tantangan lingkungan bisnis yang bergejolak dan transformasi digital yang dinamis. Perencanaan tidak hanya dilakukan pada saat awal kegiatan namun sampai kegiatan selesai. Perencanaan yang dilakukan bukan lagi terstruktur namun harus bersifat *agile* terhadap perubahan dan dituntut memiliki alternatif dan mitigasi atas risiko perubahan yang terjadi. Untuk itu seorang manajer harus memiliki perencanaan yang

- e. Memungkinkan koordinasi yang menimbulkan aktivitas-aktivitas yang teratur.
- f. Mendorong prestasi manajemen lebih baik.

## 2. Kelemahan Perencanaan

- a. Apabila orang tidak yakin betul akan keadaan yang akan datang maka perencanaan juga suli. Oleh karena itu kita perlu mengadakan beberapa anggapan. Beberapa tahun ke muka orang mengadakan perencanaan tergantung pada: bantuan forecasting, tersedianya fasilitas penanggung resiko dan kemungkinan adanya pengganti perencanaan.
- b. Apabila tidak ada peristiwa yang berulang kembali maka "*standard planning*" juga sukar dilakukan.
- c. Perencanaan cenderung mengarah pada kekakuan. Apabila diubah maka yang membuat merasa kehilangan muka padahal rencana tidak lagi sesuai dengan perubahan kondisi.
- d. Perencanaan itu membutuhkan biaya yang besar dan waktu yang lama.
- e. Perencanaan terkadang mempunyai nilai praktis yang terbatas
- f. Perencanaan menghambat kreativitas

\*\*\*\*\*

## Daftar Pustaka

- Elbadiansyah (2023). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hadiat and Syamsurijal (2023) *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: Harva Creative.
- Harahap, D.A. and Amanah, D. (2018). *Pengantar Manajemen*. Bandung: Alfabeta. Available at: <https://www.researchgate.net/publication/327631445>.
- Harto, B. *et al.* (2021). *Dasar Manajemen Bisnis*. Batam: Cendekia Mulia Mandiri.
- Krisnandi, H., Efendi, S. and Sugiyono, E. (2019). *Pengantar Manajemen, Pengantar Manajemen*. Jakarta Selatan: LPU-UNAS. Available at: <https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-18-8>.
- Kurniawan, A. *et al.* (2022) *Dasar Manajemen dan Bisnis*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Mulyadi (2001) *Balanced Scorecard. Alat Manajemen Pelipatgandaan Kinerja Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Novitasari, E. (2020) *Dasar-dasar Ilmu Manajemen: Pengantar Menguasai Ilmu Manajemen*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Reksohadiprodjo, S. (1999) *Dasar-Dasar Manajemen. Edisi 5*. Yogyakarta: BPFE.
- Terry, G.R. and Rue, L.W. (2019) *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.

## PROFIL PENULIS



### **Lathifah Khairani, S.P., M.Sc.**

Ketertarikan penulis terhadap ilmu Manajemen dimulai pada tahun 2015. Penulis melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi dan berhasil menyelesaikan studi S1 di prodi Agribisnis Universitas Sumatera Utara pada tahun 2015. Dua tahun kemudian, penulis menyelesaikan studi S2 di prodi Manajemen Agribisnis Universitas Gadjah Mada. Penulis memiliki kepakaran dibidang Manajemen Agribisnis. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi. Selain peneliti, penulis juga aktif memberikan pengabdian kepada masyarakat dan menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email Penulis: [Lathifah.khairani@unib.ac.id](mailto:Lathifah.khairani@unib.ac.id).

# BAB 7

## FUNGSI ORGANISASI MANAJEMEN & BISNIS

Arif Marjuki, S.Kom., M.M.  
Universitas Raharja

### Pengertian Manajemen

Kata Manajemen merupakan kata yang berasal dari bahasa Perancis kuno "*management*", yang berarti seni pelaksanaan dan pengendalian. Manajemen belum memiliki pemahaman yang mapan dan diterima secara umum. Kata manajemen mungkin berasal dari kata Italia "*maneggiare*" yang memiliki arti "mengendalikan," khususnya "mengendalikan kuda" berasal dari bahasa latin manus yang memiliki arti "tangan". Kata tersebut juga dipengaruhi oleh bahasa lain, yaitu bahasa Perancis *manège* yang berarti "kepemilikan kuda" (yang memiliki arti seni mengendalikan kuda berasal dari Bahasa Inggris). Belakangan, bahasa Prancis juga mewarisi kata tersebut dari bahasa Inggris dan menjadi *ménagement*, yang berarti seni pelaksanaan dan pengorganisasian.

Mary Parker Follet, menjelaskan bahwa manajemen juga merupakan seni dan terdiri dari mendelegasikan pekerjaan kepada orang lain. Definisi ini juga memiliki pengertian bahwa seseorang yang telah menjadi seorang manajer mempunyai hak dalam mengatur serta dapat untuk mengarahkan orang lain dengan tujuan untuk dapat mencapai sebuah tujuan dan harapan dari suatu organisasi manajer memiliki kewajiban untuk dapat membimbing dan mengarahkan orang lain dalam pencapaian tujuan dan harapan organisasi itu sendiri. Sedangkan penjelasan dari Ricky W. Griffin bahwa manajemen

### 3. Manajemen Operasional

Manajemen operasi atau juga operasional manajemen yang bertujuan untuk melakukan segala aktivitas terkait operasional perusahaan. Mulai dari proses produksi, distribusi produk, dan *quality control* yang dilakukan pada sebelum proses, selama proses dan setelah proses itu telah selesai dilakukan sebelum dikirimkan ke proses berikutnya. Manajemen operasi atau operasional manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk melaksanakan semua kegiatan yang berkaitan dengan operasional perusahaan. Distribusi dan kontrol kualitas produk dari proses produksi, sebelum, selama, dan setelah proses sampai proses selanjutnya.

\*\*\*\*\*

## Daftar Pustaka

- Agustina, T.; Gerhana, W.; Sulaiman. (2020). The Effect of Locus of Control, Learning, and Adversity Quotient Towards Micro Business Success (Study on Entrepreneurship Under Foster Group of the Banjarmasin). *Journal of Wetlands Environmental Management*.
- Agustina, Titien, et. al. (2017). MSMEs Challenges in Phenomena of Disruption Era. *Journal of Economics and Sustainable Development* 8(21): 116–21.
- Agustina, Titien, Muhammad Darwis Nasution, and Sampurnawati. (2018). Kecerdasan Adversitas Dan Karir Terhadap Intensi Berwirausaha. *Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Akbar, M. Ilham. 2019. (2020). Saatnya SDM Bertransformasi.” *Republika*. <https://republika.co.id/berita/q2gaih282/2020-saatn-sdmberttransformasi>.
- Anwar, Mahfuzil, Grahita Chandrarin, Junianto Tjahjo Darsono, and Harianto Respati. (2017). Lecturer Job Performance Study: Motivation, Emotional Intelligence, Organizational Culture and Transformational Leadership as Antecedents with Job Satisfaction as an Intervening. *IOSR Journal of Business and Management*.
- Ariani, Dorothea Wahyu. (2015). Manajemen Operasi Dan Strategi Operasional.” In, 1–59. <http://lingkarism.com/manajemenoperasional-dan-strategi-operasional/>.
- Budiharjo, Andreas. (2000). *Organisasi: Menuju Pencapaian Kinerja Optimum*. Jakarta: Prasetya Mulya Publishing.
- Gitosudarmo, Indriyo. (2002). *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Heizer, J. & B. Render. (2008). *Operations Management. 9th ed.* New Jersey: Prentice Hall International.
- Heizer, J. & Render, B. (2011). *Operations Management. Tenth Edition*. Pearson: New Jersey, USA.
- Heizer, J., and B. Render. (2008). *Production and Operations Management Strategic and Tactical Decisions. 9th ed.* New Jersey: Prentice Hall International.
- Rangkuti, Freddy, (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, diterbitkan oleh Kompas Gramedia.

Sedarmayanti, (2010). *Reformasi Administrasi Publik, Reformasi Birokrasi, Dan Kepemimpinan Masa Depan (Mewujudkan Pelayanan Prima dan Pemerintahan Yang Baik)*. Diterbitkan oleh PT. Refika Aditama.

Suryono, Agus, Pro (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia Etika dan Standar Profesional Sektor Publik*. Diterbitkan oleh Universitas Brawijaya Press (UB Press).

Torang, Syamsir, (2014). *Organisasi dan Manajemen; Perilaku, Struktur, Budaya & Perubahan Organisasi*. Diterbitkan oleh Alfabeta Bandung.

Umam, Khaerul, (2012). *Manajemen Organisasi*. diterbitkan oleh Pustaka Setia Bandung.

## PROFIL PENULIS



### **Arif Marjuki, S.Kom., M.M.**

Ketertarikan penulis terhadap ilmu Manajemen dimulai pada tahun 2017 silam. Penulis bersekolah di SMK Negeri 2 Kota Majalengka yang sekarang ini berubah nama menjadi SMK Negeri 1 Kota Majalengka menyelesaikan pendidikan di tahun 2007. Penulis selanjutnya menempuh pendidikan pada hingga tingkat Universitas walaupun di tengah-tengah kesibukan penulis sebagai karyawan swasta penulis akhirnya menyelesaikan studi S1 di prodi Teknik Informatika Universitas Raharja pada tahun 2012. Kemudian, penulis menyelesaikan studi S2 pada tahun 2015 Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Pamulang dengan Peminatan Manajemen Sumber Daya Manusia. Tak sampai disitu penulis pun sedang menyelesaikan kuliahnya di salah satu kampus swasta di kota Tangerang Jurusan Hukum guna menambah wawasan tentang hukum.

Penulis memiliki kepakaran dibidang *Web Technology, Data Science*, Manajemen Sumber Daya Manusia dan ketenagakerjaan hubungan industrial untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya tersebut, saat ini penulis menjadi dosen tetap di Universitas Raharja Kota Tangerang dan aktif bekerja juga di salah satu perusahaan Kabupaten Tangerang yang menjabat sebagai Ka. Sub. Dept HRD (*Human Resource Development*). Beberapa penelitian yang telah dilakukan, selain peneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini. Atas dedikasi dan kerja keras dalam menulis buku.

Email Penulis: [arifzhukii@gmail.com](mailto:arifzhukii@gmail.com).

# BAB 8

## FUNGSI PENGGERAKAN, *STAFFING* DALAM MANAJEMEN & BISNIS

Riny Chandra, S.E., M.Si.  
Universitas Samudra

### **Fungsi Penggerakan (*Actuating*) dan *Staffing***

Fungsi penggerakan dan *staffing* dalam manajemen dan bisnis merupakan dasar yang harus diimplementasikan secara benar sesuai dengan karakteristik budaya organisasi yang dianut agar manajemen organisasi dapat berjalan efektif dan efisien. Adapun fungsi penggerakan berkaitan dengan bagaimana orang-orang didalam organisasi secara sukarela mau digerakkan dalam pelaksanaan kerja sehingga tujuan organisasi tercapai.

Tingkat keberhasilan penggerakan atau biasa dikenal dengan istilah *actuating* ditentukan dari pengaruh gaya kepemimpinan dalam memberikan perangsang kepada anggota organisasi. Selanjutnya fungsi *staffing* berkenaan tentang delegasi dan wewenang dalam organisasi untuk membantu pimpinan mencapai visi misi organisasi.

### **Pengertian Penggerakan (*Actuating*)**

Para ahli mendefinisikan penggerakan memiliki beberapa maksud diantaranya sebagai berikut:

George R. Terry, penggerakan (*actuating*) ialah “*Actuating is setting all members of the group to want to achieve and to strike to*

## Daftar Pustaka

- Andri, F., & Endang, S. T. (2015). *Pengantar Manajemen*. Kebumen: Mediatera.
- Janet, B. P., Joreme, Q., & Lucie, T. (2006). *Contemporary Sport Management, Third Edition*. USA: Human Kinetics.
- Jhon Bratton, J. G. (2007). *Human Resource Management, Fourth Edition: Theory and Practice*. United Kingdom: Palgrave Macmillan.
- Koontz, H. (1968). *Principles Of Management An Analysis Of Managerial Functions 4th Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Mahardika, M. A. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Malayu, S. P. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rahul, M. (2015). *Principles of Management*. PUNE: Knowledge Management and Research Organization.
- Rivai, V. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori ke Praktek*. Depok: Rajawali Pers.
- Rue, G. R. (2005). *Dasar- Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sadikin, A., & Hudin, I. M. (2020). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Yogyakarta: K-Media.
- Siregar, E. (2021). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Suhardi. (2018). *Pengantar Manajemen dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Gaya Media Yogyakarta.
- Sukarna. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: CV. Mandar Maju Bahasa.

## PROFIL PENULIS



### **Riny Chandra, S.E., M.Si.**

Penulis adalah lulusan S1 Manajemen pada STIE Teladan Medan dan S2 Ilmu Manajemen pada Universitas Sumatera Utara (USU). Mengawali karir sebagai Dosen sejak Tahun 2008 sampai saat ini dengan konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia. Penulis aktif sebagai Wirausaha, telah melakukan kunjungan industri bersama mahasiswa ke beberapa Negara di ASIA, pernah menjabat sebagai Sekretaris Direktur pada Lembaga Asuransi Kesehatan Cabang Medan, *Supervisor* pada Lembaga Keuangan Milik Swasta di Kota Medan dan Kader Konservasi Kehutanan pada PEMPROVSU.

Penulis tergabung dalam organisasi profesi ISEI Kota Langsa dan IAIE Kota Langsa. Penulis aktif pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dan Penelitian yang didanai oleh Kemenristek DIKTI ataupun internal Perguruan Tinggi sebagai penunjang kegiatan Tridharma Perguruan Tinggi. Untuk kebermanfaatannya ilmu dan kepakaran penulis sudah menulis buku “Pengantar Manajemen” yang digunakan oleh kalangan Perguruan Tinggi tempat penulis berafiliasi dan buku “Manajemen Penguatan Kapasitas Mustahik dalam Menata Usaha Produktif Baitul Mal” yang dijual bebas.

Email Penulis: [rini.chandra@unsam.ac.id](mailto:rini.chandra@unsam.ac.id).

# BAB 9

## TEORI KEWIRAUSAHAAN, BISNIS BARU & KEPEMILIKAN BISNIS

Sugina, S.Sos., MM.  
Universitas Raharja

### **Teori Kewirausahaan**

Era global sebut saja sebagai masa persaingan usaha, yang terbungkus oleh persaingan industri, sebaliknya jika ingin hidup lebih berkembang dengan segala ide yang diusahakan menjadi kenyataan, jangan berdiam di tempat yang sejuk saja, Bagaikan ikan dalam ember, istilah ini digunakan sebagai praktek pepatah “mengejar usaha seakan hidup selamanya”, jadi, untuk berkembang atas usaha yang diupayakan menghasilkan lebih besar dari tujuan, haruslah mempersiapkan persaingan dalam segala ide dan berani mempraktikkan setiap ide usaha. Menjadi pengusaha atau wirausahawan tentulah perlu didukung dengan modal dan ide-ide cemerlang dalam melihat kebutuhan bisnis yang lebih menjanjikan, dimana segala usaha yang akan digambarkan dapat ditempuh dengan efektif.

Istilah kewirausahaan (*entrepreneurship*) berasal dari Bahasa Perancis yang secara harfiah diterjemahkan sebagai perantara. Secara umumnya, kewirausahaan dikatakan sebagai proses penciptaan ide yang berbeda nilainya dengan menggunakan usaha dan waktu yang diperlukan, memikul risiko finansial, psikologi, dan sosial yang menyertainya dan menerima balas jasa moneter dan kepuasan pribadi

masih sangat tinggi di terapkan pelayanan usaha, artinya pebisnis masih sangat dibutuhkan memberikan pelayanan bisnis untuk pemenuhan konsumsi para konsumennya.

\*\*\*\*\*

## Daftar Pustaka

- Agoes, S., & Ardana, I. (2009). *Etika Bisnis Dan Profesi Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ariani, D. (2021). *Pengertian Dasar Bisnis, Kewirausahaan, Dan Lingkungan Bisnis*. Jakarta: Media Pers.
- ASA. (2020). *8 Penyebab Usaha Gagal Akibat Lalai Yang Tidak Disadari*. Jakarta: Bisnis Dan Kerja Sampingan.
- Azra, F. (2023). *8 Kisah Pengusaha Indonesia Sukses Yang Pernah Gagal*. Jakarta: IDN Entrepreneur.
- Pristyadi, B., & Sukaris. (2019). *Pengantar Teori Ekonomi Makro Pendekatan Teoritis Praktis Dilengkapi Dengan Soal-Soal*. Jakarta: Indomedia Pustaka.
- Sugina, & Isrial. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Edu Pustaka.

## PROFIL PENULIS



### **Sugina, S.Sos., M.M.**

Lahir 24 Oktober 1968 di Gunung Kidul Daerah Istimewa Yogyakarta Lulus S.1 Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial di Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik STISIP Widuri Jakarta tahun 1999, Lulus Magister Manajemen di Universitas Muhammadiyah Tangerang Pascasarjana UMT tahun 2016. Saat ini saya sebagai Dosen Tetap di Program Studi Manajemen Ritel Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Universitas Raharja Tangerang. Mengampu Mata Kuliah yang berkaitan dengan Manajemen, salah satunya adalah Mata Kuliah Koperasi. Sebagai Tenaga Ahli Anggota DPR MPR RI dari tahun 2007 sampai dengan sekarang. Alamat: Jl Jayakatwang XVII no 2 RT.08 RW.14 Keluharan Uwung Jaya Kecamatan Cibodas Kota Tangerang Banten, No HP: 08780350027.

Penulis Email: [sugina@raharja.info](mailto:sugina@raharja.info).

# BAB 10

## INOVASI & PENGEMBANGAN PRODUK

**Ahmad Maulidizen, S.E. Sy., M.Sh., AWP.**  
STIMIK ESQ

### **Pendahuluan**

Bisnis Inovasi dan pengembangan produk merupakan konsep penting dalam dunia bisnis yang melibatkan upaya untuk menciptakan produk baru atau meningkatkan produk yang sudah ada. Inovasi dapat diartikan sebagai pengenalan atau penerapan ide baru, metode, atau teknologi yang membawa perubahan positif dalam cara kita berpikir, bekerja, atau hidup (A Khoirul Anam & M. Setyawan, 2019)

Pengembangan produk, di sisi lain, merujuk pada proses menyempurnakan atau memperluas produk yang ada melalui perubahan desain, fitur, kinerja, atau penggunaan teknologi baru. Tujuan utama dari inovasi dan pengembangan produk adalah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, menciptakan keunggulan kompetitif, dan meningkatkan nilai bisnis.

Dalam dunia bisnis yang dinamis dan kompetitif, inovasi dan pengembangan produk menjadi kunci untuk bertahan dan berkembang. Perusahaan yang mampu menghasilkan produk yang inovatif dan relevan dengan pasar akan memiliki keunggulan dalam menarik pelanggan, memperluas pangsa pasar, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Proses inovasi dan pengembangan produk melibatkan beberapa langkah yang meliputi pemahaman kebutuhan pelanggan, identifikasi peluang pasar, generasi ide inovatif, pengembangan prototipe, uji coba, produksi, dan pemasaran. Penting

mengurangi biaya yang timbul akibat kegagalan, dan memastikan produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas dan kepuasan pelanggan.

\*\*\*\*\*

### Daftar Pustaka

- A Khoirul Anam, & M. Setyawan. (2019). Strategi Pengembangan Produk Unggulan Daerah Berbasis Klaster Pada Sentra Kawasan Industri Rotan Di Kabupaten Jepara. *Management Development and Applied Research Journal*, 1(2), 1–8.
- Hesty Heryani, Agung Cahyo Legowo, & Indra Prapto Nugroho. (2020). Strategi Pengembangan Industri Kreatif untuk Inovasi. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(3), 290–298.
- Muhammad Bukhori Dalimunthe. (2017). Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 18–31.
- Novita Ekasari, Nur Hasanah, Ade Perdana Siregar, Novita Sari, & Ade Titi Nifita. (2019). Implementasi Digital Marketing dan Inovasi Kemasan Kue Bengen Produk Kuliner Khas Jambi. *Jurnal Inovasi, Teknologi Dan Dharma Bagi Masyarakat*, 1(1), 37–42.
- Nugraha, A. E. P., & Murniawaty, I. (2018). Syariah Digital Business: Strategi dan Pengembangan Bisnis Berkelanjutan. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(2), 241–252.
- Nurchayani, L. (2018). Strategi Pengembangan Produk Kain Tenun Ikat Sintang. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 3(1), 56–72. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v3i1.530>.
- Widya Dewi Anjaningrum, & Agus Purnomo Sidi. (2018). Kreativitas dan Inovasi Produk Industri Kreatif. *Conference on Innovation and Application of Science and Technology*, 61–70.

## PROFIL PENULIS



### **Ahmad Maulidizen, SE.Sy., M.Sh., AWP.**

Lulus S1 di Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau tahun 2014, lulus S2 di Program Master of Shariah, University of Malaya tahun 2016 dan sedang menyelesaikan S3 di Program Doktor Pengkajian Islam bidang Ekonomi di Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah. Penulis merupakan dosen tetap Program Studi Manajemen STIMIK ESQ. Penulis juga merupakan *Associate Wealth Planner* Syariah dari FPSB Indonesia, dan Dewan Pengawas Syariah Sertifikasi MUI. Selain itu, penulis telah publikasi artikel di jurnal bereputasi dan *reviewer* pada jurnal akreditasi dan Internasional seperti *Cogent Business and Management* (Scopus Q2), *Quality: Access to Success* (Scopus Q2), *European Journal of Islamic Finance University of Turin, Italy* dan *Malaysia Journal of Syariah and Law*.

# BAB 11

## MSDM & HUBUNGAN KETENAGAKERJAAN

**Nurul Maghfirah, S.E., M.M.**

Universitas Pattimura

### **Pendahuluan**

Sumber daya manusia, atau disingkat SDM, mengacu pada kapasitas yang dimiliki setiap orang untuk mewujudkan potensinya sebagai makhluk sosial yang mampu beradaptasi dan bertransformasi. Fungsi manusia sebagai makhluk sosial yang mampu beradaptasi dan bertransformasi yang mampu mengelola dirinya sendiri dan seluruh potensi yang ada di alam untuk mencapai kesejahteraan hidup dalam tatanan yang sehat dan berkelanjutan. SDM lebih baik dipahami dalam dunia nyata sebagai komponen penting dari struktur yang mendukung perusahaan. Oleh karena itu, para profesional SDM harus mengambil jurusan psikologi organisasi dan industri dalam mata kuliah psikologi.

Manajemen sumber daya manusia (MSDM) adalah ilmu yang mempelajari tentang SDM. Kombinasi antara ilmu manajemen dan psikologi ada dalam bidang studi ini. Mengingat struktur organisasi untuk sumber daya manusia, psikologi mempelajari manusia sebagai aktor sedangkan ilmu manajemen mempelajari organisasi secara keseluruhan.

Sumber daya manusia sekarang dipandang oleh kemajuan modern sebagai modal atau aset bagi lembaga atau organisasi daripada hanya sekedar sumber daya lainnya dan dapat menjadi

**Daftar Pustaka**

- A.F Stoner. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Nawawi, H. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*. Penerbit Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Schuler Randall S, Dowling, Peter J Smart, John P, & Huber. (1992). *Human Resource Management*. Harper Educational Publisher.
- Siagian, & Sondang P. (1994). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Simanjuntak, & Payaman. (1985). *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia*. LP-FEUI.
- Werther, William B, & Keith Davis. (1996). *Human Resources and Personnel Management*. Mc Graw-Hill, Inc.

## **PROFIL PENULIS**



### **Nurul Maghfirah, S.E., M.M.**

Perempuan kelahiran kabupaten Gowa pada 02 Agustus 1993 di Provinsi Sulawesi Selatan. Penulis merupakan istri dari seorang karyawan BUMN yang bernama Akram Al' Ayubi, S.E.I. dan mempunyai dua orang anak laki-laki yang bernama Azka Zikri Al' Ayyubi dan Azzam Zafran Al' Ayyubi. Lulusan Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, pada Tahun 2015. Kemudian melanjutkan studi jenjang Magister Manajemen Konsentrasi Sumber Daya Manusia di Universitas Muslim Indonesia, pada tahun 2017 sampai 2019.

Tahun 2022, Penulis diangkat menjadi Aparatur Sipil Negara (ASN) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia. Saat ini penulis menjadi Dosen Tetap PNS di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pattimura. Sebagai Dosen Manajemen, penulis juga aktif menulis dengan membuat karya tulis berupa artikel penelitian yang dipublikasi di jurnal nasional dan aktif melakukan pengabdian masyarakat. Keterlibatan penulis dalam *book chapter* ini merupakan pengalaman pertama dalam penulisan buku dan semoga memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara. Penulis juga berharap kontribusi pada buku chapter ini dapat memotivasi penulis untuk lebih aktif menghasilkan karya-karya yang bermanfaat di bidang akademik dan bidang-bidang lainnya.

Email Penulis: [nurul.maghfirah@feb.unpatti.ac.id](mailto:nurul.maghfirah@feb.unpatti.ac.id).

# BAB 12

## MANAJEMEN KEUANGAN & INVESTASI

**Anna Valensia Christianty de Fretes, S.E., M.M.**  
Universitas Pattimura

### **Konsep Dasar Manajemen Keuangan**

Tanpa kita sadari setiap hari, kita sudah melakukan pengelolaan keuangan secara berkala. Hal ini terlihat jelas ketika kita memiliki uang atau penghasilan maka kita secara alamiah membagi atau mengatur pengeluaran dengan hati-hati sehingga semua yang kita butuhkan terpenuhi. Contohnya, jika anda menerima Gaji bulanan, tentunya anda akan menyusun rencana penggunaan gaji tersebut. Mulai dengan membayar tagihan listrik rumah, tagihan wifi, biaya transport harian, biaya makan harian, dan biaya-biaya lainnya yang anda butuhkan dalam kurun waktu satu bulan. Hal inilah yang disebut dengan konsep dasar manajemen keuangan.

Berdasarkan konsep dasar di atas maka para ahli pun mengemukakan hasil penelitiannya. Manajemen Keuangan adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian kegiatan keuangan seperti pengadaan dan pemanfaatan dana usaha (Purba et all, 2021). Manajemen keuangan juga didefinisikan sebagai Tindakan pengurusan atau ketatausahaan keuangan yang meliputi pencatatan, perencanaan, pelaksanaan, pertanggungjawaban, dan pelaporan (Depdiknas, 2003). Secara sederhana, Manajemen Keuangan dapat diartikan sebagai suatu aktivitas perencanaan, pengelolaan, dan pertanggungjawaban keuangan dalam suatu kegiatan ataupun aktivitas untuk memenuhi kebutuhan tertentu.

### Daftar Pustaka

- Ady, S. U. (2015). *Manajemen Psikologis Dalam Investasi Saham*. Yogyakarta: ANDI.
- Alief K. (2020). *Dasar Investasi Saham*. Pekalongan: AK Pedia.
- A Purba, Ramen. (2021). *Media Dan Teknologi Pembelajaran*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Dadang Prasetyo Jatmiko. (2017). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Cetakan. Pertama. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Depdiknas. (2003). *Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Fahmi, Irham. (2012). *Pengantar Pasar Modal*. Bandung: Alfabeta.
- Hery. (2017). *Analisis Laporan Keuangan (Integrated and Comprehensive Edition)*. Jakarta: Grasindo.
- Mulyadi. (2001). *Sistem Akuntansi Edisi Tiga*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mustari, Mohammad. (2014). *Nilai Karakter Refleksi Untuk Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, Sadono. (2015). *Makroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

## PROFIL PENULIS



### **Anna Valensia Christianty de Fretes, S.E., M.M.**

Penulis merupakan lulusan dari Sekolah Menengah Kejuruan di SMK Negeri 1 Ambon dengan memilih Jurusan Pariwisata. Namun, setelah itu penulis langsung bekerja setahun menjadi Tenaga Administrasi merangkap *staff* keuangan lapangan pada Pusat Studi Lingkungan Tahun 2009 di Universitas Pattimura. Setahun penulis menimba pengalaman, penulis melanjutkan Studi pada Fakultas Ekonomi di Universitas Pattimura pada tahun 2010. Lulus menjadi S1 Ekonomi Manajemen, membuat penulis kembali bekerja menjadi *General Manager Officer* pada *iNews TV Ambon* merangkap *Financial Staff*. Itulah yang memicu penulis untuk kembali mengambil Magister Manajemen pada tahun 2016 dengan Minat Keuangan.

Penulis memiliki keahlian dibidang Keuangan bukan berdasarkan hasil studi saja, namun karena pengalaman menjadi bagian keuangan yang membuat penulis lebih mendalami tentang manajemen keuangan. Selain menjadi Dosen Manajemen Keuangan, penulis pun aktif membuat beberapa penelitian mandiri dan penelitian yang didanai oleh perguruan tinggi. Selain peneliti, penulis juga aktif pada pengabdian masyarakat dengan memberikan ceramah dan pelatihan keuangan kepada UMKM maupun generasi muda.

Email Penulis: [anna.defretes92@gmail.com](mailto:anna.defretes92@gmail.com).

# BAB 13

## PROSES PEMASARAN & PERILAKU KONSUMEN

**Feky Reken, S.E., M.M.**  
Universitas Pattimura

### **Pendahuluan**

Perubahan besar diperlukan untuk sebuah perusahaan sebagai akibat dari kemajuan yang dinamis dan persaingan yang ketat dalam dunia bisnis, khususnya dalam cara mereka melayani konsumen, bersaing dengan saingan, dan memperkenalkan barang baru. Pasar menjadi lebih kompetitif harus bekerja lebih keras untuk menyediakan hal-hal yang disukai orang. Sebuah bisnis mungkin tidak dapat bersaing dengan barang lain yang memenuhi persyaratan pasar tanpa produk inovatif. Di sisi lain, pelanggan modern menjadi semakin sensitif terhadap kualitas barang yang mereka beli. Pelanggan atau konsumen akan terus membeli suatu produk jika mereka puas dengan produk tersebut. Sebaliknya, jika produk perusahaan tidak memenuhi harapan konsumen mereka berisiko mengasingkan pelanggan saat ini dan masa depan. Pemasaran merupakan aktivitas yang dilakukan oleh manusia agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran barang dan jasa. Sama halnya melakukan ekspansi ekonomi, pemasaran telah menjadi perhatian penting dalam kehidupan kita sehari-hari.

Untuk mendapatkan dan mempertahankan pasar, perusahaan telah mengadopsi berbagai strategi pemasaran. Sekalipun suatu perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya, perusahaan yang tidak dapat memperoleh laba tidak dapat bertahan dan

Sensasi pelanggan yang termotivasi pasti akan mengambil tindakan. Karena dalam beberapa keadaan, persepsi mempengaruhi motivasi dan perilaku seseorang

c. Pengetahuan

Berdasarkan pengalaman, pengetahuan akan digunakan untuk menggambarkan perilaku konsumen.

d. Keyakinan dan Sikap

Konsumen akan memperoleh keyakinan dan sikap melalui tindakan berdasarkan pengetahuan. Kedua elemen ini akan mempengaruhi bagaimana perilaku konsumen dalam melakukan pembelian barang maupun jasa. Citra suatu produk dan merek akan dibentuk oleh kepercayaan diri.

\*\*\*\*\*

## Daftar Pustaka

- Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen* (Edisi Pertama). Graha Ilmu Jakarta.
- Kasali, R. (2003). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Positioning*. Gramedia.
- Keegan, W. J., Marc. C., & Green. (2008). *Global Marketing*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2001). *Marketing Management*. Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 13* (T. B.Molan, Ed.; Edisi 13). PT.Erlangga.
- Mangkunegara, P. A. (2002). *Perilaku Konsumen* (Cetakan Kedua). PT. Refika Aditama Bandung.
- Susanti Noevie, Halin Hamid, & M. Kurniawan. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Berlian Bersaudara Propertindo (Studi Kasus Perumahan Taman Arizona 1 Taman Arizona 2 Dan Taman Arizona 3 Di Talang Jambi Palembang). *Jurnal Ekonomi Global Masa Kini. Universitas Indo Global Mandiri, 8 No 1*.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4* (Edisi 4). CV. Andi Offset.

## PROFIL PENULIS



### **Feky Reken, S.E., M.M.**

Lahir di Palopo 7 Agustus 1990. Tamat Sarjana Ekonomi Akuntansi (2013) dari Universitas Indonesia Timur Makassar. Kemudian penulis bekerja di PT. Arta Boga Cemerlang (OT Group) sebagai *Management Trainee* dari Tahun 2013-2016. Setelah itu penulis bekerja di PT. Ciputra Nusantara. Tbk dari tahun 2016-2022 sebagai *Marketing Komunikasi*. Karena kecintaan kepada dunia pemasaran membuat penulis melanjutkan program Magister Manajemen Pemasaran di Universitas Muslim Indonesia Makassar dan Lulus pada tahun 2020. Saat ini penulis mengabdikan diri untuk menjadi seorang dosen Manajemen Pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada salah satu Universitas Negeri di Ambon yaitu Universitas Pattimura.

Email Penulis: [feky.reken@feb.unpatti.ac.id](mailto:feky.reken@feb.unpatti.ac.id).

# BAB 14

## MANAJEMEN OPERASI & RANTAI PASOK

**Ferdinandus Sampe, S.E., M.Bus., Ph.D.**  
Universitas Atma Jaya Makassar

### **Manajemen Operasi**

Manajemen operasi merupakan kumpulan orang, teknologi, dan sistem dalam suatu organisasi yang memiliki tanggung jawab utama untuk menyediakan produk atau layanan organisasi (Roth & Singhal, 2022). Manajemen operasi merupakan proses yang berkaitan dengan perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan proses produksi secara keseluruhan dari suatu perusahaan. Proses mengubah bahan baku menjadi barang jadi dan memindahkan barang jadi tersebut ke pengguna akhir tepat waktu. Jadi manajemen operasi mencakup bidang yang sangat luas dan mencakup banyak komponen aktivitas perusahaan.

Misalnya sebuah industri furnitur kayu yang membuat kursi. Bahkan untuk produk sebuah kursi, serangkaian aktivitas yang harus dilakukan untuk mengubah kayu mentah menjadi kaleng kursi jadi menjadi luar biasa pada awalnya. Kayu mentah tiba sebagai input ke pabrik, mungkin dengan truk atau bahkan gerbong kereta. Kayu tersebut kemudian dibongkar dan dipindahkan ke lantai pabrik. Dengan menggunakan mesin-mesin pemotong yang berasal dari pabrik-pabrik pembuat mesin yang mungkin berasal bukan hanya dari pabrik berbeda namun juga dari negara berbeda. Setelah dipotong-potong diproses lebih lanjut untuk menjadi kursi, dipoles dan dicat sebelum disalurkan kepada grosir atau toko-toko pengecer agar sampai ke tangan pengguna akhir.

pasca jual dalam periode tertentu. Jika pengiriman dilakukan secara kredit, juga termasuk penagihan setelah produk dikirimkan.

### **6. Pengembalian Layanan Purna Jual**

Perusahaan memerlukan proses yang lancar dan mudah bagi pelanggan untuk mengembalikan produk yang cacat (Gong et al., 2018). Ini juga akan mencakup cara menangani produk "habis masa pakainya" ketika saatnya tiba bagi perusahaan untuk berhenti membuat, menjual, dan mendukung produk tertentu. Untuk produk cacat juga mencakup aturan yang ditetapkan perusahaan Anda untuk memantau kinerja, biaya, dan inventaris untuk produk yang dikembalikan.

Manajemen operasional dan rantai pasok sangat penting untuk keberhasilan bisnis apa pun. Ini membantu perusahaan mengidentifikasi bagaimana mereka akan mendapatkan produknya dari awal sampai akhir dan apa yang perlu dilakukan selama beroperasinya perusahaan (Chandak, Chandak & Dalpati, 2019). Tanpa rantai pasokan yang baik, sebuah perusahaan dapat menghadapi kesulitan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dan dapat membuat perusahaan kalah dalam persaingan dan mengalami kebangkrutan.

\*\*\*\*\*

### Daftar Pustaka

- Ali, Z., Gongbing, B., & Mehreen, A. (2019). Predicting Supply Chain Effectiveness Through Supply Chain Finance: Evidence From Small And Medium Enterprises. *International Journal of Logistics Management*, 30(2), 488-505.
- Aslam, H., Blome, C., Roscoe, S., & Azhar, T. M. (2018). Dynamic Supply Chain Capabilities: How Market Sensing, Supply Chain Agility And Adaptability Affect Supply Chain Ambidexterity. *International Journal of Operations & Production Management*, 38(12), 2266-2285.
- Ayman, B. A., Alfar, N. A., & Alhyari, S. (2021). The Effect Of Supply Chain Quality Management On Supply Chain Performance: The Indirect Roles Of Supply Chain Agility And Innovation. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 51(7), 785-812.
- Boubaker, S., Jemai, Z., Sahin, E., & Dallery, Y. (2023). A Supply Chain Flow Model To Assess Agility In Supply Chains. *International Journal of Production Research*, 61(2), 485-502.
- Chandak, A., Chandak, S., & Dalpati, A. (2019). The Impact Of Supply Chain Strategy And Supply Chain Flexibility On Supply Chain Performance: A Study In The Indian Context. *IUP Journal of Supply Chain Management*, 16(1), 52-69.
- Cousins, P. D., Lawson, B., Petersen, K. J., & Fugate, B. (2019). Investigating Green Supply Chain Management Practices And Performance: The Moderating Roles Of Supply Chain Ecocentricity And Traceability. *International Journal of Operations & Production Management*, 39(5), 767-786.
- Fisher, M., & Raman, A. (2022). Innovations In Retail Operations: Thirty Years Of Lessons From Production And Operations Management. *Production and Operations Management*, 31(12), 4452-4461.
- Gong, Y., Jia, F., Brown, S., & Koh, L. (2018). Supply Chain Learning Of Sustainability In Multi-Tier Supply Chains: A Resource Orchestration Perspective. *International Journal of Operations & Production Management*, 38(4), 1061-1090.

- Grando, A., Belvedere, V. & Stabilini, G. & Secchi, R. (2021). *Production, Operations And Supply Chain Management*. Bocconi University Pres. Millan, Italia.
- Jacobs, F.R., & Chase, R.B. (2023) *Operations and Supply Chain Management: The Core*, Singapore: McGraw Hill.
- Kwame, O. K., Tetteh, F. K., Asare, N., & Manu, D. (2022). Can Intercluster Coordination Mediate The Relationship Between Supply Chain Flexibility And Humanitarian Supply Chain Performance? *Journal of Humanitarian Logistics and Supply Chain Management*, 12(3), 449-470.
- López-Morales, B., Gutierrez, L., Llorens-Montes, F., & Rojo-Gallego-Burin, A. (2023). Enhancing Supply Chain Competences Through Supply Chain Digital Embeddedness: An Institutional View. *The Journal of Business & Industrial Marketing*, 38(3), 533-552.
- Ngoc, H. D., & Quang-An Ha. (2021). The Links Between Supply Chain Risk Management Practices, Supply Chain Integration And Supply Chain Performance In Southern Vietnam: A Moderation Effect Of Supply Chain Social Sustainability. *Cogent Business & Management*, 8(1) doi:<https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1999556>
- Roth, A. M., & Singhal, V. R. (2022). Pioneering Role Of The Production And Operations Management In Promoting Empirical Research In Operations Management. *Production and Operations Management*, 31(12), 4529-4543.
- Russo, I., Confente, I., Gligor, D., & Cobelli, N. (2019). A Roadmap For Applying Qualitative Comparative Analysis In Supply Chain Research: The Reverse Supply Chain Case. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 49(1), 99-120
- Slack, N., Brandon-Jones, A., & Burgess, N. (2022) *Operations Management*, River Side, USA: Pearson.

## PROFIL PENULIS



### **Ferdinandus Sampe, S.E., M.Bus., Ph.D.**

Penulis adalah Dosen Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Atma Jaya Makassar. Pendidikan formal S1, pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin; S2 pada *Graduate College of Business, Southern Cross University, Australia* dengan beasiswa *Australian Development Scholarship*; S3 pada *School of Commerce and Management, juga Southern Cross University* dengan beasiswa Luar Negeri DIKTI dan tahun ke-4 mendapatkan *International Postgraduate Research Scholarship* dari pemerintah Australia.

Penulis juga telah menerbitkan sejumlah jurnal internasional dan *book chapter*. Dalam lingkungan kampus Universitas Atma Jaya Makassar, Penulis pernah menjabat sebagai Kepala Pusat Bahasa Universitas Atma Jaya Makassar, Wakil Dekan Fakultas Ekonomi, Ketua Jurusan Manajemen, Dekan Fakultas Ekonomi dan Rektor Universitas Atma Jaya Makassar masa bakti 2017-2021. Di luar lingkungan kampus, penulis juga pernah menjadi anggota Tim Ahli Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sulawesi Selatan, Anggota Tim Peneliti Sistem drainase Kota Makassar dan pernah memenangkan penelitian fundamental dan terapan dari Ristek Dikti/Kemendikbud.

Email Penulis: [ferdisampe1404@gmail.com](mailto:ferdisampe1404@gmail.com).

# BAB 15

## PENGEMBANGAN & PENETAPAN HARGA PRODUK

**Dhea Adinda**  
STIE Miftahul Huda Subang

### **Definisi Produk**

Produk merupakan suatu barang yang akan ditawarkan ke pasaran agar mereka memperhatikan, memakai, memiliki, atau mengonsumsi sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen (Sudaryono, 2016:207). Sementara menurut J. Stanton (dalam Sadikin, 2020:176) mengartikan bahwa produk bisa diartikan secara sempit yakni merupakan himpunan atribut fisik yang bersifat nyata berupa bentuk yang dapat diidentifikasi. Adapun secara luas dapat diartikan bahwa produk merupakan himpunan atribut yang secara nyata dan tidak nyata yang di dalamnya terdiri dari warna, harga, kemasan, pengecer, dan pelayanan dari pabrik yang dapat diterima oleh konsumen sebagai hal yang dapat memberikan kepuasan atas keinginan konsumen.

Lebih lanjut Setyaningrum dkk, (2015:87) mengemukakan bahwa produk merupakan satu kumpulan atribut fisik, jasa, psikis, serta simbol yang dibuat agar bisa memuaskan semua keinginan serta kebutuhan konsumen. Begitu juga Sadikin (2020) mengelompokkan pengertian produk itu menjadi tiga yaitu:

1. Secara sempit bahwa produk adalah komponen yang bersifat fisik bisa berwujud pada sebuah bentuk yang sama yang dikenal.
2. Secara luas produk diartikan sebagai kelompok sifat yang berwujud atau tidak yang berisi mengenai warna, harga, prestise

- c. *Promotion Price*, yaitu penetapan harga yang rendah dengan kualitas yang sama yang bertujuan dalam mempromosikan produk yang dipasarkan.
- d. *Keep-Out Price*, yaitu penetapan harga yang dilakukan pada tahap tertentu dengan tujuan agar bisa mencegah pesaing memasuki pasar konsumen.

\*\*\*\*\*

## Daftar Pustaka

- Abdurrahman, (2020). *Modul Pengantar Bisnis*. Universitas Esa Unggul. Jakarta.
- Agustinus P. Irawan. (2017). *Perancangan dan Pengembangan Produk Manufaktur*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Anang Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategi*. Qiara Median, Pasuruan.
- David W, Craven. (1996). *Strategic Marketing, 4th Edition*. Richard D.Irwin, Inc.
- Ebert, RJ., Griffin, Ricky W. (2003). *Introduction of Business. 6th Edition*. Prentice Hall. Inc. New York.
- Gugup Kismono. (2001). *Bisnis Pengantar*. Edisi Pertama. BPFE. Yogyakarta.
- <https://serupa.id/produk-pengertian-pengembangan-jenis-siklus-harga/> Gamal Thabrani, 2022. Diunggah tanggal 1 Juni 2023.
- Karl T Ulrich. Steven D. Eppinger. (1995). *Product Design and Development 2nd Edition*. The Mc Graw Hill Companies.
- Kotler. Phillip, (2003). *Marketing Manajemen. 11th*, Pearson Education, Inc. Upper Saddle River, New Jersey.
- Kotler. Phillip, Amstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedelapan. Erlangga. Jakarta.

- Marianti, Nyoman. (2018). *Manajemen Biaya*. Celebes Media Perkasa. Makasar.
- Misra Sadikin. Hudin, MS. (2020). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Andi. Yogyakarta.
- Nurhayani. Sunaryo D. (2019). *Strategi Pemasaran Kontemporer*. Qiara Media. Pasuruan.
- Pappas, Jame L, Hirschey, Mark. (1995). *Ekonomi Manajerial*. Bina Rupa Aksara Indonesia, Jakarta.
- Setyaningrum, Udaya. A. Jusuf. Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.
- Stanton, William J. (1984). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Andi. Yogyakarta
- Swasta, Basu. Irawan. (1986). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.

## PROFIL PENULIS



### **Dhea Adinda**

Lahir di Subang Jawa Barat pada tanggal 30 Januari 2004, merupakan anak ke 2 dari dua bersaudara. Penulis menempuh pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan di SMK Plus Al-Azhar Tambakdahan lulus pada tahun 2021. Penulis saat ini tercatat sebagai mahasiswa di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Miftahul Huda Subang. Program Studi Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM). Penulis juga aktif di berbagai kegiatan Organisasi kampus yaitu IMAGE (Ikatan Mahasiswa Manajemen). Bahkan juga aktif di organisasi luar kampus yaitu di HMI (Himpunan Mahasiswa Islam) Koordinator STIE Mifda Subang.

Selain itu juga penulis sebagai Guru (Honorar) di SMP Fatahillah Tambak dahan. Bahkan saat ini penulis berkecimpung di Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK) Kecamatan Tambak dahan Kabupaten Subang. Penulis aktif mengikuti berbagai seminar dan *workshop* tentang manajemen. Selain itu juga menulis artikel dan buku dengan harapan bisa membantu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan serta bangsa dan negara.

Email Penulis: [dheadinda23@gmail.com](mailto:dheadinda23@gmail.com).

# BAB 16

## ETIKA BISNIS & TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Dr. Fadila Almahdali, S.E., M.M.  
Universitas Abdul Aziz Lamadjido Panca Bhakti Palu

### **Pendahuluan**

Dalam menjalankan sebuah bisnis diperlukan adanya rasa tanggung jawab dan sebuah aturan untuk mengatur tindakan-tindakan yang akan dilakukan. Karena dalam kegiatan bisnis akan ada factor-faktor yang mempengaruhi kelancaran dari bisnis tersebut. Mulai dari cara berbisnis, hubungan dengan konsumen, hingga cara bersikap kepada masyarakat luas. Semua hal tersebut umumnya berkaitan dengan etika bisnis. Dengan adanya etika, bisnis yang dijalankan dapat menjadi teratur dan menjaganya agar tidak membawa dampak yang negatif.

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengacu pada kepercayaan umum yang dipegang oleh semakin banyak warga bahwa bisnis modern memiliki tanggung jawab kepada masyarakat yang melampaui kewajiban merek kepada pemegang saham atau investor di perusahaan. Konsep investor, tentu saja, adalah untuk menghasilkan keuntungan bagi pemilik dan memaksimalkan kekayaan pemegang saham untuk jangka Panjang. Pemangku kepentingan sosial lainnya yang bisnis juga memiliki tanggung jawab terhadap biasanya mencakup konsumen, karyawan, masyarakat luas, pemerintah dan lingkungan alam. Konsep tanggung

Konsep *Corporate Social Responsibility* melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga, sumberdaya komunitas, juga komunitas lokal (setempat). Kemitraan ini tidaklah bersifat pasif atau statis. Kemitraan ini merupakan tanggung jawab Bersama secara sosial antara *stakeholders*. Praktik tanggung jawab sosial perusahaan akan berdampak positif jika dipandang sebagai investasi jangka panjang, karena dengan melakukan praktik tanggung jawab sosial perusahaan yang berkelanjutan, perusahaan akan mendapat tempat di hati dan ijin operasional dari masyarakat, bahkan mampu memberikan kontribusi bagi pembangunan berkelanjutan.

Salah satu bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan yang sering diterapkan di Indonesia adalah *community development*. Perusahaan yang mengedepankan konsep ini akan lebih menekankan pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga akan menggali potensi masyarakat lokal yang menjadi modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang. Selain dapat menciptakan peluang-peluang sosial-ekonomi masyarakat, menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan, cara ini juga dapat membangun citra sebagai perusahaan yang ramah dan peduli lingkungan. Selain itu, akan tumbuh rasa percaya dari masyarakat. Rasa memiliki perlahan-lahan muncul dari masyarakat sehingga masyarakat merasakan bahwa kehadiran perusahaan di daerah mereka akan berguna dan bermanfaat.

\*\*\*\*\*

## **Daftar Pustaka**

- Azheri, Busyra, (2011). *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntari Menjadi Mandatory*. Penerbit: PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Ardani, Ni K.S dan Mahyuni, L.P, (2020). Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Manfaatnya Bagi Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis* 17(1):12.
- Corporate Finance Institute. (2022). *Business Ethics*.  
<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/other/business-ethics/> (Diakses 12 Juni 2023).
- Dwi Kartini (2009). *Corporate Social Responsibility*, Bandung: Refika Aditama. Hal 65 – 66.
- Griffin, R. W. (2013). *Management (J. W. Calhoun, S. Person, J. Chase, & R. Belanger (eds.); 11th ed.)*. Cengage Learning.
- Lin Lindawati dan Marsella Eka Puspita. (2015). Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Paradigma*. 6(1):161.
- Prajarto, Nunung. (2012). *CSR Indonesia: Sinergi Pemerintah, Perusahaan Dan Public*. Penerbit: Fisipol UGM. Yogyakarta.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2002). *Management (7th Edn)*. Pearson Education Company.
- Sonny, Keraf. (1993). *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*. Jakarta: Pustaka Filsafat.
- Velasquez, M. G. (2018). *Business Ethics; Concepts and Cases (8th ed.)*. Pearson.
- Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. PT Gramedia: Jakarta.

## PROFIL PENULIS



### **Dr. Fadila Almahdali, S.E., M.M.**

Ketertarikan penulis terhadap ilmu manajemen dimulai pada tahun 2007 silam. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk masuk Perguruan Tinggi Universitas Tadulako Palu, Jurusan Manajemen Konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia dan berhasil lulus pada tahun 2011. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi dan berhasil menyelesaikan studi S2 di prodi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Tadulako Palu dan berhasil lulus pada tahun 2013. Selanjutnya delapan tahun kemudian, penulis menyelesaikan studi S3 di prodi Doktoral Ilmu Ekonomi Program Pascasarjana Universitas Tadulako Palu.

Penulis memiliki kepakaran di bidang Manajemen dan Manajemen Sumber Daya Manusia. Dan untuk mewujudkan karier sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenristek DIKTI. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email: [fadilalmahdali@gmail.com](mailto:fadilalmahdali@gmail.com).

# Pengantar MANAJEMEN & BISNIS

Pengetahuan tentang manajemen dan bisnis sangat diperlukan dalam mengelola suatu perusahaan untuk dapat selalu tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. Ilmu manajemen dan bisnis terus berkembang dan diawali dengan memahami dengan baik dasar pengetahuan ini. Manajemen belum memiliki definisi yang “mapan” yang dapat diterima secara universal. Banyak ahli yang telah mendefinisikan atau merumuskan pengertian tentang manajemen. Manajemen didefinisikan sebagai seni untuk mencapai tujuan melalui orang-orang. Kesenian di sini mengacu pada keterampilan atau kemampuan seseorang dan sekelompok orang yang bermain dengan alat atau seseorang untuk menghasilkan keindahan dan kesuksesan. Manajemen sebagai sekumpulan proses unik yang melibatkan rencana, organisasi, arah, dan kontrol untuk menentukan dan mencapai berbagai macam tujuan-tujuan yang telah ditentukan sebelumnya dengan menggunakan orang dan sumber daya-sumber daya lainnya.

Sistematika dalam penulisan buku ini terdiri dari Enam Belas Bab meliputi: Konsep Dasar Manajemen & Bisnis, Pengambilan Keputusan Manajemen & Bisnis, Kepemimpinan Dalam Manajemen & Bisnis, Fungsi Manajemen & Bisnis, Fungsi Pengawasan, Evaluasi Manajemen & Bisnis, Fungsi Perencanaan Manajemen & Bisnis, Fungsi Organisasi Manajemen & Bisnis, Fungsi Penggerakan, *Staffing* Dalam Manajemen & Bisnis, Kewirausahaan, Bisnis Baru, & Kepemilikan Bisnis, Inovasi & Pengembangan Produk, Manajemen Sumber Daya Manusia & Hubungan Ketenagakerjaan, Manajemen Keuangan & Investasi, Proses Pemasaran & Perilaku Konsumen, Manajemen Operasi & Rantai Pasok, Mengembangkan & Menetapkan Harga Produk, Etika Bisnis & Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

