



Pengantar

BISNIS

(Sebuah Tinjauan Konseptual dan Praktis)



Tim Penulis:

Febrianty | Acai Sudirman | Erni Yuningsih | Muh. Rasyid Ridha Rahman
Dewi Indriani Jusuf | Yoseph Arteurt Merung | Dewa Gede Satriawan
Muhammad Ramaditya | Sri Mulyono | Hartini | Rudy Irwansyah
Nugroho Djati Satmoko | Khairul Rijal | Siti Rosmayati.

Pengantar **BISNIS** (Sebuah Tinjauan Konseptual dan Praktis)

Tim Penulis:

Febrianty | Acai Sudirman | Erni Yuningsih | Muh. Rasyid Ridha Rahman
Dewi Indriani Jusuf | Yoseph Arteurt Merung | Dewa Gede Satriawan
Muhammad Ramaditya | Sri Mulyono | Hartini | Rudy Irwansyah
Nugroho Djati Satmoko | Khairul Rijal | Siti Rosmayati.



PENGANTAR BISNIS

(Sebuah Tinjauan Konseptual dan Praktis)

Febrianty, Acai Sudirman, Erni Yuningsih, Muh. Rasyid Ridha Rahman, Dewi Indriani Jusuf, Yoseph Arteurt Merung, Dewa Gede Satriawan, Muhammad Ramaditya, Sri Mulyono, Hartini, Rudy Irwansyah, Nugroho Djati Satmoko, Khairul Rijal, Siti Rosmayati.

Desain Cover:

Ridwan

Tata Letak:

Aji Abdullatif R

Proofreader:

Via Silvira F

ISBN:

978-623-6608-51-7

Cetakan Pertama:

Oktober, 2020

Hak Cipta 2020, Pada Penulis

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

Copyright © 2020

by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung

All Right Reserved

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI Cabang Jawa Barat

No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: @penerbitwidina

Kata Pengantar

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain mengucapkan rasa syukur. Karena berkat rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa, buku yang berjudul “Pengantar Bisnis” telah selesai di susun dan berhasil diterbitkan, semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan penambah wawasannya bagi siapa saja yang memiliki minat terhadap pembahasan tentang Pengantar Bisnis.

Akan tetapi pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sebagaimana pepatah menyebutkan *“tiada gading yang tidak retak”* dan sejatinya kesempurnaan hanyalah milik tuhan semata. Maka dari itu, kami dengan senang hati secara terbuka untuk menerima berbagai kritik dan saran dari para pembaca sekalian, hal tersebut tentu sangat diperlukan sebagai bagian dari upaya kami untuk terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan karya selanjutnya di masa yang akan datang.

Terakhir, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan turut andil dalam seluruh rangkaian proses penyusunan dan penerbitan buku ini, sehingga buku ini bisa hadir di hadapan sidang pembaca. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ilmu pengetahuan di Indonesia.

September, 2020

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1 PERKEMBANGAN BISNIS DAN LINGKUNGAN BISNIS	
MODERN	1
A. Pendahuluan	1
B. Ciri-ciri Bisnis Modern	4
C. Revolusi Industri 4.0 dan Perubahan Bisnis	4
D. Perbedaan Bisnis Tradisional dan Bisnis Modern	7
E. Manfaat Bisnis Modern Yang Mengusung Penggunaan teknologi dan Informasi	8
F. Jenis-jenis Bisnis Modern	9
G. Pembahasan Materi/Diskusi	11
H. Kesimpulan	12
BAB 2 KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN DAN KEPEMILIKAN	
BISNIS	15
A. Pendahuluan	15
B. Pengertian Kewirausahaan	17
C. Karakteristik Kewirausahaan	18
D. Prinsip-prinsip Kewirausahaan	22
E. Evaluasi dan Penilaian Risiko Bisnis	24
F. Kepemilikan Bisnis	25
G. Rangkuman Materi	27
BAB 3 BISNIS DAN GLOBALISASI (BISNIS INTERNASIONAL)	33
A. Pendahuluan	33
B. Pengertian Bisnis	34
C. Tujuan dari Bisnis	35
D. Mengapa Harus Belajar Bisnis	36
E. Menciptakan Ide Bisnis	37
F. Mengembangkan Rencana Bisnis	39
G. Pengertian Globalisasi	40
H. Faktor Pendukung Globalisasi	41
I. Empat Dampak Besar Dari Globalisasi	42

J. Hambatan Perdagangan Internasional	44
K. Rangkuman Materi	48
BAB 4 ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN BISNIS	51
A. Pendahuluan	51
B. Konsep Etika Bisnis	52
C. Prinsip Prinsip Etika dan Pendekatan Etika Bisnis	55
D. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (<i>Corporat Social Responsibility</i>)	57
E. Bentuk-Bentuk CSR	59
F. Konsep dan Desain Tata Kelola Program <i>Corporate Social Responsibility</i>	60
G. Rangkuman Materi	66
BAB 5 PENGELOLAAN BISNIS DENGAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)	71
A. Pendahuluan	71
B. Perbedaan Alur Membangun Bisnis Antara Dulu dan Sekarang (Sumber Arry Rahmawan)	73
C. BMC (<i>Businness Model Canvas</i>)	74
D. Contoh Aplikasi <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	83
E. Rangkuman Materi	87
BAB 6 PENGORGANISASIAN BISNIS	91
A. Pendahuluan	91
B. Pengorganisasian Sebagai Fungsi Manajemen	92
C. Definisi dan Fungsi Pengorganisasian Bisnis	93
D. Pentingnya Pengorganisasian	95
E. Prinsip Pengorganisasian Bisnis	97
F. Tipe Struktur Pengorganisasian Bisnis	101
G. Rangkuman Materi	106
BAB 7 MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DAN HUBUNGAN KERJA	109
A. Pendahuluan	109
B. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia	110
C. Pentingnya Manajemen Sumber Daya Manusia	111
D. Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia	112
E. Perencanaan Tenaga Kerja	114

F. Pengadaan Tenaga Kerja (<i>Procurment</i>)	116
G. Pengembangan Tenaga Kerja	122
H. Pemeliharaan Hubungan Kerja	123
I. Rangkuman Materi	127
BAB 8 MOTIVASI DAN KEPEMIMPINAN	131
A. Pendahuluan	131
B. Pengertian Motivasi	132
C. Teori Motivasi klasik dan Modern	134
D. Motivasi Dari Konsep Menjadi Penerapan	138
E. Kepemimpinan	140
F. Teori Kepemimpinan	144
G. Kepemimpinan Era Industri 4.0	146
H. Rangkuman Materi	148
BAB 9 PEMASARAN DAN PERILAKU KONSUMEN	153
A. Pendahuluan	153
B. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	154
C. Konsep Pemasaran	156
D. Perilaku Konsumen	157
E. Proses Keputusan Pembelian Model Lima Tahap	158
F. Teori Pengambilan Keputusan Konsumen	161
G. Rangkuman Materi	162
BAB 10 PENGANTAR BISNIS	165
A. Pendahuluan	165
B. Kebijakan Produk	166
C. Kebijakan Harga	177
D. Rangkuman Materi	181
BAB 11 KEBIJAKAN PROMOSI DAN DISTRIBUSI	184
A. Pendahuluan	184
B. Kebijakan Promosi	186
C. Kebijakan Distribusi	191
D. Rangkuman Materi	199
BAB 12 KONSEP DASAR DALAM MANAJEMEN PRODUKSI	203
A. Pendahuluan	203
B. Sistem Produksi	204
C. Manajemen Produksi	205

D. Rangkuman Materi	218
BAB 13 SISTEM INFORMASI DAN TEKNOLOGI INFORMASI	225
A. Pendahuluan	225
B. Pengertian Sistem Informasi	229
C. Teknologi Informasi	229
D. Ruang Lingkup Teknologi Informasi	230
E. Peran Teknologi Informasi	231
F. Kecenderungan Teknologi Informasi Terhadap Sistem Informasi	232
G. Rangkuman Materi	233
BAB 14 KONSEP DASAR MANAJEMEN KEUANGAN DAN RISIKO	237
A. Konsep Dasar Manajemen Keuangan	237
B. Peran dan Tanggung Jawab Manajer Keuangan	246
C. Perkembangan Manajemen Keuangan	249
D. Pendekatan Manajemen Keuangan	250
E. Rangkuman Materi	250
PROFIL PENULIS	257
GLOSARIUM	267



BAB 10

KEBIJAKAN PRODUK

Dr. Hartini, SE., MM.

STKIP Pembangunan Indonesia Makassar

A. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat membawa dampak bagi perubahan selera konsumen. Setiap perusahaan menjalankan kegiatan usahanya dengan strategi tertentu, preferensi konsumen menuntut perusahaan untuk melakukan inovasi dengan mengembangkan produk baru guna mempertahankan pelanggan serta kelangsungan hidup usahanya. Pemasaran sangat penting kedudukannya di dalam sebuah perusahaan baik usaha yang bergerak di bidang industri, perdagangan maupun jasa. Seiring dengan semakin meningkatnya kebutuhan konsumen, maka aktivitas pemasaran berkembang yang meliputi kegiatan penjualan, pembelian, pengangkutan, penyimpanan, pembiayaan dan segala kegiatan produksi serta pendistribusian produk dari produsen ke konsumen.

Bab ini menguraikan dua materi yaitu kebijakan produk dan harga. Materi kebijakan produk terdiri dari pembahasan mengenai konsep dasar produk, klasifikasi produk, tingkatan produk, strategi pengembangan produk, siklus hidup produk (*product life cycle*). Adapun materi tentang kebijakan harga terdiri dari pembahasan mengenai jenis-jenis harga, peranan harga, serta tujuan penetapan harga



Pengantar **BISNIS**

Bisnis berkembang dari masa ke masa dimana setiap masa melahirkan cara-cara baru dalam berbisnis. Dengan demikian, bisnis mengalami perkembangan seiring perkembangan kebutuhan manusia dan teknologi. Bisnis modern merujuk pada ide-ide bisnis zaman baru yang sebagian besar telah mengubah lanskap dunia bisnis dengan menerapkan berbagai metode dalam menjalankan operasi. Revolusi industri 4.0 dan kemajuan teknologi menyebabkan tujuan utama bisnis modern adalah mendapatkan hasil maksimal dari suatu kegiatan bisnis. Dengan demikian, semakin maksimal hasil yang diperoleh maka akan semakin sukses bisnis tersebut. Oleh karena itu, berkembanglah jenis-jenis bisnis modern yang mengusung penggunaan teknologi canggih dan strategi-strategi jitu.

Revolusi Industri 4.0 juga menuntut perusahaan bisnis dapat memperbaiki alur barang dan material, meningkatkan kualitas SDM yang dimiliki perusahaan, mampu memanfaatkan teknologi digital, memenuhi aturan dan kebijakan yang berlaku, memperluas jaringan bisnis, dan untuk berkembang/ekspansi mampu menarik investor asing (Desra, 2019). oleh karena itu, setiap perusahaan bisnis harus memiliki roadmap yang terintegrasi sehingga arah pengembangan bisnis yang lebih jelas. Kajian dan riset ke depan mengenai perusahaan bisnis perlu membahas bagaimana atau manajemen era hiperkompetisi. Manajemen hiperkompetisi adalah sebuah upaya dimana perusahaan atau para pelaku bisnis dapat bertahan dan mengendalikan persaingan yang ketat begitu pula halnya tersedia berbagai solusi yang mujarab dalam menghadapi trubulensi bisnis, dan memprediksikan perkembangan lingkungan bisnis masa yang akan datang.