



PENGANTAR

BISNIS

Prof. Dr. Ahmad Hidayat Sutawidjaya, M.Com., M.Phill., CSCP., CIPM., ASCA.

Dr. Siti Mariam, A.Md.Ptk., S.Pt., M.H

Dr. Ir. Rojuaniah, MM



PENGANTAR BISNIS

Bisnis adalah organisasi apapun yang menyediakan barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan demi mendapatkan keuntungan. Dalam teks ini, bisnis juga disebut sebagai organisasi, firma, perusahaan, atau badan usaha. Sebuah bisnis harus diorganisir untuk menyediakan produk dengan menggabungkan sumber daya seperti material, manusia, finansial dan sumber informasi. Beberapa bisnis seperti restoran menawarkan produk (makanan dan minuman) dan jasa (menyiapkan dan menyajikan makanan dan minuman). Meskipun ada organisasi nirlaba, sebagian besar bisnis beroperasi untuk mendapatkan keuntungan. Organisasi nirlaba sering kali melayani komunitas lokal melalui sarana pendidikan dan sosial seperti sekolah umum, kelompok amal, dan lembaga pemerintah. Laba diperoleh ketika perusahaan memperoleh pendapatan yang lebih besar (uang yang diperoleh dari penjualan barang dan jasa) dibandingkan pengeluaran (uang yang dibayarkan untuk tenaga kerja, bahan mentah, dan lain-lain). Jika pengeluaran melebihi pendapatan maka perusahaan mengalami kerugian.



Prof. Dr. Ahmad Hidayat Sutawidjaya, M.Com., M.Phil., CSCP., CIPM., ASCA.

memperoleh gelar Doctor of Business Administrations (D.B.A) dari San Beda College, Business School, Manila, Philippines tahun 2008. Gelar Master of Commerce (M.Com) dan Master of Philosophy diperoleh di Universitas of Wollongong, Australia pada tahun 1997 dan Maastricht School of Management (MSM), Netherland. Pengalaman sebagai profesional selama 13 tahun, antara lain Bank BTPN, Bank Hastin, PT.SNN, dan PT. NUArt. Saat ini penulis sebagai CEO di LSP PI AHS Manajemen (Skema MSDM) dan Direktur Utama di LPK AHS Manajemen dari tahun 2020 – sampai sekarang. Berbagai jurnal ilmiah juga telah dipublikasikan oleh Penulis, baik Jurnal Internasional yang bereputasi atau

Penulis telah menerbitkan beberapa buku diantaranya: Manajemen Kewirausahaan: Konsep (UB Pers, 2012), Operations Strategic Process dan Management (Pustaka Press, 2015) Manajemen Kewirausahaan: Konsep dan Kasus (Pustaka Pers, 2015), dan Operations Strategi dan Proses Manajemen: Pendekatan Praktis untuk Industri 4.0 Penerbit Mitra Wacana Media, 2019. Penulis pernah memperoleh penghargaan sebagai Penulis Artikel Terbaik 2017 pada Conference International AIMC, di Manila. Disamping itu pernah mendapatkan predikat The Best Dress Real Mens 2010 oleh Majalah Esquire Indonesia dan juara pertama sebagai The Best Challenge majalah Mens Health Indonesia tahun 2008.



Dr. Siti Mariam, A.Md.Ptk., S.Pt., M.H

Penulis lahir di Bogor pada tanggal 25 Maret 1970. Saat ini penulis sebagai dosen tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul. Sebelumnya penulis aktif mengajar di Institut STIAM. Mata kuliah yang pernah diampu antara lain: Pengantar Ilmu Hukum, Hukum Bisnis, Pengantar Bisnis, Manajemen Risiko, Manajemen Operasional, Etika Bisnis, Ekonomi Mikro, Studi Kelayakan Bisnis, Analisis Pasar dan Model Bisnis, Design dan Perencanaan Bisnis serta Kewirausahaan. Penulis telah menerbitkan beberapa buku diantaranya: Kewirausahaan, Pengantar Ilmu Hukum dan Etika Bisnis, dan lain-lain. Pengalaman dalam berbagai organisasi, memimpin Perusahaan dan menjadi pimpinan Lembaga Independen Negara. Beliau aktif sebagai pembicara pada seminar-seminar mengenai Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan.



Dr. Ir. Rojuaniah, MM

Penulis lahir di Palembang pada tanggal 2 Juli 1967. Saat ini penulis sebagai Dosen Tetap dan ditugaskan sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul. Mata kuliah yang pernah diampu diantaranya Pengantar Bisnis, Pengantar Manajemen, Ekonomi Mikro, Manajemen SDM, Perilaku Organisasi, Perilaku Konsumen, Manajemen Hubungan Industrial, Pembinaan dan Pemberdayaan SDM, Manajemen Perubahan dan Pengembangan dan lain-lain. Beberapa Judul Buku yang telah dihasilkan adalah Gaya Kepemimpinan; Kepemimpinan, budaya organisasi, kepuasan kerja dan intrapreneurship; Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja dan lain-lain. Penulis juga menulis artikel ilmiah di beberapa Jurnal Internasional dan Nasional, selain itu sebelumnya juga pernah menjadi Pembicara Seminar dan Reviewer Penelitian.



Penerbit : CV. AA. RIZKY
Alamat : Jl. Raya Ciruas Petir,
Puri Citra Blok B2 No. 34 Pipitan
Kec. Walantaka - Serang Banten
E-mail : aa.rizkypress@gmail.com
Website : www.aarizky.com

ISBN 978-623-405-336-4



PENGANTAR BISNIS

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
Pasal 72

1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

PENGANTAR BISNIS

**Prof. Dr. Ahmad Hidayat Sutawidjaya, M.Com., M.Phill.,
CSCP., CIPM., ASCA.
Dr. Siti Mariam, A.Md.Ptk., S.Pt., MH.
Dr. Ir. Rojuaniah, MM.**



**PENERBIT:
CV. AA. RIZKY
2024**

PENGANTAR BISNIS

© Penerbit CV. AA RIZKY

Penulis:

**Prof. Dr. Ahmad Hidayat Sutawidjaya, M.Com., M.Phill., CSCP.,
CIPM., ASCA.**

Dr. Siti Mariam, A.Md.Ptk., S.Pt., MH.

Dr. Ir. Rojuaniah, MM.

Desain Cover & Tata Letak:

Tim Kreasi CV. AA. Rizky

Cetakan Pertama, Mei 2024

Penerbit:

CV. AA. RIZKY

Jl. Raya Ciruas Petir, Puri Citra Blok B2 No. 34
Kecamatan Walantaka, Kota Serang - Banten, 42183

Hp. 0819-06050622, Website : www.aarizky.com

E-mail: aa.rizkypress@gmail.com

Anggota IKAPI

No. 035/BANTEN/2019

ISBN : 978-623-405-336-4

x + 208 hlm, 23 cm x 15,5 cm

Copyright © 2024 Hak Cipta pada Penulis

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan cara
apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

PRAKATA

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Segala puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan buku ini. Tanpa pertolongan-Nya penulis tidak akan mampu untuk menyelesaikan buku ini dengan baik. Buku ini merupakan hasil dari perjalanan panjang, pengalaman, dan pemikiran yang ingin penulis bagikan kepada pembaca.

Buku ini berusaha menyajikan informasi dan wawasan mengenai Pengantar Bisnis dengan bahasa yang mudah dipahami. Penulis berharap bahwa buku ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi para pembaca, baik yang tengah memulai perjalanan dalam topik ini maupun yang sudah berpengalaman. Buku ini terdiri dari 12 Bab. Yaitu *Bab 1. The Concepts Of Busines*, *Bab 2. Busines Ethics And Corporate Social Resposibly*, *Bab 3. Busines Competition*, *Bab 4. Forms Of Bussiness Ownership*, *Bab 5. Entrepreneurship*, *Bab 6. Management*, *Bab 7. Organizational Behaviour*, *Bab 8. Human Resources Management*, *Bab 9. Marketing*, *Bab 10. Project Management*, *Bab 11. Accounting & Finance*, *Bab 12. TI Dalam Bisnis*.

Tak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan inspirasi selama proses penulisan. Terima kasih kepada keluarga, teman-teman, dan semua yang telah membantu sehingga buku ini dapat terselesaikan. Semoga buku ini dapat menjadi sumber pengetahuan yang bermanfaat dan memberikan kontribusi positif bagi pembaca. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, semoga buku ini dapat menjadi sarana pembelajaran dan refleksi bagi kita semua. Selamat membaca!

Jakarta, Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB 1 <i>THE CONCEPTS OF BUSINES</i>	1
1.1 Bisnis.....	1
1.2 Manfaat Bisnis.....	3
1.3 Jenis Bisnis.....	3
1.4 Area Fungsional Utama Bisnis.....	4
1.5 Lingkungan Eksternal Bisnis.....	6
1.6 Summary.....	9
BAB 2 <i>BUSINES ETHICS AND CORPORATE SOCIAL RESPOBILTY</i>	11
2.1 Etika Pribadi.....	11
2.2 Etika Bisnis.....	11
2.3 Tanggungjawab Sosial Perusahaan.....	13
2.4 Summary.....	18
BAB 3 <i>BUSINES COMPETITION</i>	19
3.1 Istilah Utama.....	19
3.2 Isu Utama.....	20
3.3 Jenis Kompetisi.....	22
3.4 Persaingan Usaha.....	24
3.5 Summary.....	27
BAB 4 <i>FORMS OF BUSSINESS OWNERSHIP</i>	29
4.1 Kepemilikan Tunggal.....	29
4.2 Kemitraan.....	32
4.3 Korporasi.....	35
4.4 Ekspansi Perusahaan.....	40
4.5 Waralaba.....	41
4.6 Koperasi.....	43
4.7 Summary.....	44
BAB 5 <i>ENTREPRENEURSHIP</i>	47
5.1 Makna Kewirausahaan.....	47
5.2 Definisi Kewirausahaan.....	47
5.3 Karakteristik Kewirausahaan.....	48
5.4 Jenis Kewirausahaan.....	48
5.5 Pekerja Sendiri.....	50

	5.6 Mata Pencapaian	51
	5.7 Perbedaan Wirausaha dan Pekerja	51
	5.8 Kewirausaha Sebagai Pilihan Karir	55
	5.9 Summary	56
BAB 6	<i>MANAGEMENT</i>	57
	6.1 Definisi Manajemen	57
	6.2 Fungsi Manajemen	58
	6.3 Struktur Manajemen	61
	6.4 Keterampilan Manajemen	64
	6.5 Peran Manajerial	65
	6.6 Kepemimpinan	68
	6.7 Summary	73
BAB 7	<i>ORGANIZATIONAL BEHAVIOUR</i>	75
	7.1 Manajemen	75
	7.2 Kecerdasan Emosional dan Manajer	76
	7.3 Motivasi	77
	7.4 Motivasi dan Teori ke Praktek	82
	7.5 Struktur Organisasi	85
	7.6 Metode Pengendalian	91
	7.7 Perilaku dan Desain Organisasi	92
	7.8 Summary	93
BAB 8	<i>HUMAN RESOURCES MANAGEMENT</i>	95
	8.1 Perencanaan dan Strategi Sumberdaya Manusia.....	95
	8.2 Implementasi Rencana Sumberdaya Manusia	97
	8.3 Manajemen Sumberdaya Manusia Alat Kompetitif	106
	8.4 Summary	106
BAB 9	<i>MARKETING</i>	107
	9.1 Apa itu Prodak	108
	9.2 Tujuan Pemasaran	108
	9.3 Orientasi Prodak Versus Orientasi Pasar	109
	9.4 Perlunya Lebih Banyak Tanggung Jawab Dan Keberlanjutan	110
	9.5 Riset Pasar	111
	9.6 Segmentasi Pasar Dan Strategi Penargetan.....	113
	9.7 Bauran Pemasaran	115
	9.8 Merek	124
	9.9 Tren Baru Dalam Pemasaran	128
	9.10 Etika Pemasaran	130
	9.11 Summary	132
BAB 10	<i>PROJECT MANAGEMENT</i>	135
	10.1 Peran Manager Proyek	136
	10.2 Lingkup Proyek dan Struktur Rincian Kerja	136

10.3	Rencana dan manajemen Lingkup Proyek	138
10.4	Jadwal Proyek	141
10.5	Anggaran Proyek	142
10.6	Manajemen Risiko	144
10.7	Estimasi Proyek	144
10.8	Team Proyek	146
10.9	Pelaporan	148
10.10	Summary	148
BAB 11	<i>ACCOUNTING & FINANCE</i>	149
11.1	Akuntansi Kas vs AkruaI	150
11.2	<i>Double Entry Book Kepping</i>	151
11.3	Syarat & konsep Akuntansi Jurnal Umum	151
11.4	General Ledger	154
11.5	Komponen Sistem Akuntansi	155
11.6	Penyelenggaraan Akuntansi dan Departemen Keuangan	158
11.7	Akuntansi Praktis	159
11.8	Akuntansi Manajemen dan Manajemen Keuangan	164
11.9	Pajak	165
11.10	Menganalisis Laporan Keuangan	170
11.11	Mengelola Sumber Daya Keuangan	180
11.12	Gambaran Umum Keuangan Bisnis	181
11.13	Keputusan Investasi	182
11.14	Keputusan Pendanaan	182
11.15	Keputusan Operasioanal	183
11.16	Pasar Keuangan	184
11.17	Manajemen Keuangan Jangka Pendek	185
11.18	Pembiayaan Jangka Panjang	186
11.19	Keputusan Modal Investasi	189
11.20	Summary.....	190
BAB 12	TEKNOLOGI INFORMASI DALAM BISNIS	193
12.1	Pengaruh Internet Dalam Bisnis	193
12.2	Sistem Berbasis Web & E-Commerce	193
12.3	Keunggulan & Kekurangan E-Commerce	195
12.4	Strategi E-Commerce	197
12.5	Manfaat Kekuatan Web	202
12.6	Summary	204
DAFTAR PUSTAKA		205
RIWAYAT PENULIS.....		206

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Alasan Persaingan Diinginkan bagi Dunia Usaha.....	2
Tabel 1.2	Merangkum Berbagai Jenis Usaha	4
Tabel 1.3	Bidang Fungsional Utama Bisnis	5
Tabel 1.4	Dimensi Lingkungan Bisnis Eksternal.....	9
Tabel 2.1	Pendekatan Strategis terhadap CSR.....	18
Tabel 9.1	Pasar Dan Volume Penjualan Versus Pasar Dan Potensi Penjualan	113
Tabel 9.2	Karakteristik Siklus Hidup Produk	119
Table 9.3	Matriks Ansof.....	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kelompok Pemangku Kepentingan Utama	2
Gambar 6.1	Proses Manajemen.....	58
Gambar 6.2	Proses Pengendalian	60
Gambar 6.3	Tingkat Manajemen.....	62
Gambar 6.4	Keterampilan Manajemen dan Tingkatan Manajemen	64
Gambar 9.1	Orientasi Produk Versus Orientasi Pasar	110
Gambar 9.2	Segmentasi Pasar, Penargetan Dan Positioning	114
Gambar 9.3	Empat Elemen Bauran Pemasaran	115
Gambar 9.4	Strategi Bauran Produk.....	117
Gambar 9.5	Siklus Hidup Produk.....	117
Gambar 9.6	Matriks Boston Consulting Group.....	118
Gambar 10.1	Proses Manajemen Proyek Sederhana	135
Gambar 10.2	Tahapan Proyek	139
Gambar 11.1	Kredit Lima C.....	187