



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 1

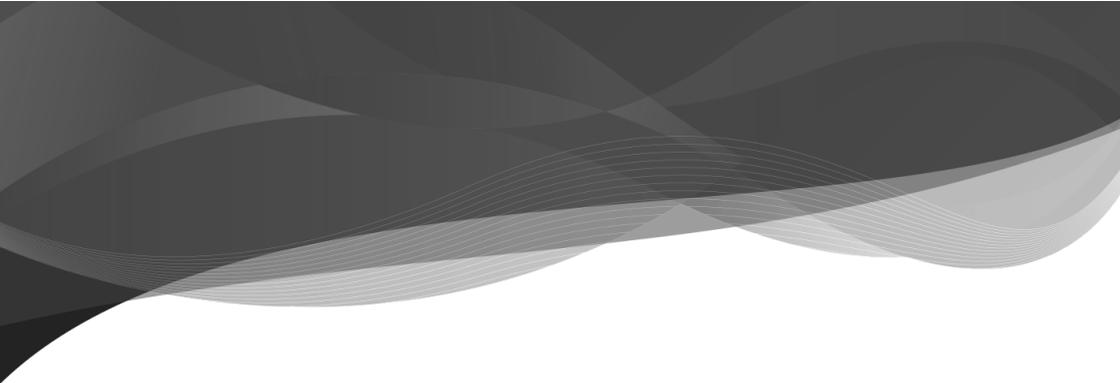
PERKEMBANGAN BISNIS DAN LINGKUNGAN BISNIS MODERN

Dr. Febrianty, S.E., M.Si.
Politeknik Palcomtech

A. PENDAHULUAN

Ketika kita memikirkan bisnis tradisional maka kita masih memikirkan Gedung-gedung hotel pencakar langit, pabrik-pabrik besar, perusahaan dengan *asset* tetap yang besar, dan lain sebagainya. Padahal bisnis modern akan menjadi bisnis yang memanfaatkan efisiensi teknologi yang diciptakan. Bisnis modern bahkan memperlihatkan *branchless office* (kantor cabang yang tidak berwujud secara fisik), *startup payment gateway*, dan lainnya.

Perkembangan bisnis di Era Revolusi Industri 4.0 ini semakin kompleks dan berkembang pada banyak bidang kehidupan. Teknologi informasi dan komunikasi sangat canggih ditandai dengan IoT, berkembangnya *neurotechnology*, teknologi *nano*, bioteknologi, *blockchain*, *advanced robotics*, *wearable device*, digitalisasi, *Artificial Intelligence (AI)*, *bigdata*, *computer* kuantum, kendaraan tanpa awak, dan lain sebagainya. Para pelaku bisnis modern akan menggunakan segala sesuatu untuk membantu mengembangkan bisnisnya.



BAB 2

KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN DAN KEPEMILIKAN BISNIS

Acai Sudirman, S.E., M.M

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung

A. PENDAHULUAN

Eksistensi dunia usaha yang bergerak pada bidang kewirausahaan merupakan bagian yang penting dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian suatu negara ke arah yang lebih baik. Saat ini perkembangan kewirausahaan mengalami dinamika perubahan ke arah yang lebih baik dengan adanya dukungan kebijakan pemerintah yang mulai memperhatikan kebutuhan seorang wirausaha dalam berwirausaha. Prinsip-prinsip kewirausahaan telah mengarah pada aspek-aspek yang lebih krusial dalam memprediksi aktivitas kewirausahaan dengan mengkarakterisasi kondisi yang cenderung mengarah pada penciptaan nilai atau peluang sosial dan pembentukan perusahaan baru atau memberikan panduan normatif yaitu, mereseapkan tindakan yang tepat dalam keadaan tertentu (Connelly et al., 2010). Pada zaman revolusi Industri 4.0 saat ini, para wirausahawan hanya berorientasi pada jenis



BAB 3

BISNIS DAN GLOBALISASI (BISNIS INTERNASIONAL)

Erni. Yuningsih, S.E,M.M

Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda Bogor

A. PENDAHULUAN

Bisnis merupakan aktivitas yang selalu ada di sekitar kita. Dalam konteks umum, bisnis tidak terlepas dari aktivitas produksi, pembelian, penjualan, maupun pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan. Aktivitas dalam bisnis pada umumnya memiliki tujuan menghasilkan laba untuk kelangsungan hidup serta mengumpulkan cukup dana bagi pelaksanaan kegiatan si pelaku bisnis itu sendiri.

Globalisasi merupakan suatu fenomena yang tidak bisa dihindari. Perekonomian dunia semakin terbuka dan mengarah kepada satu kesatuan global. Lalu lintas barang dan jasa telah melewati batas-batas negara. Barang dan jasa yang diproduksi tidak hanya dikonsumsi oleh negara tersebut, namun sudah dikonsumsi negara lain. Globalisasi telah membuat batas-batas geografis suatu negara akan menjadi semakin kabur karena semakin banyak tumbuh bisnis dalam skala global. Kesiapan negara-negara di dunia dalam menghadapi era globalisasi akan menentukan “survive” tidaknya ekonomi suatu negara.

BAB 4

ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN BISNIS

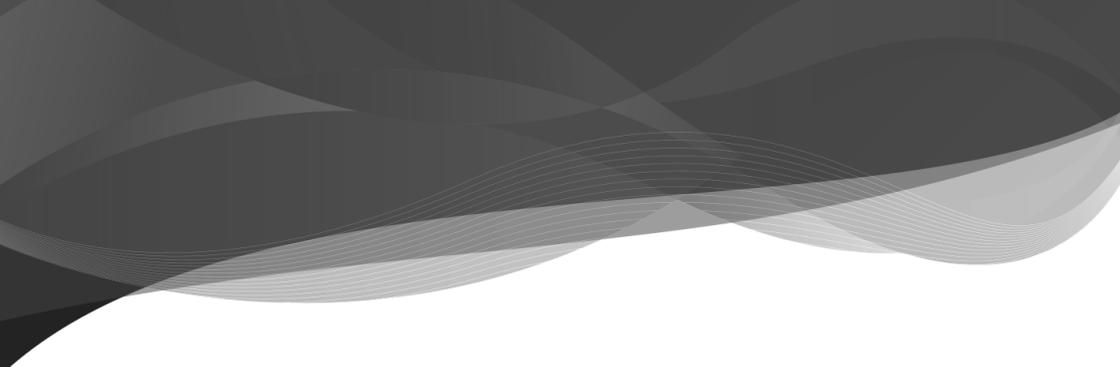
Muh. Rasyid Ridha Rahman, ME
STAI AL Azhar

A. PENDAHULUAN

Manusia pada umumnya telah dianugerahi sarana kehendak bebas (*free will*) atau kebebasan memilih sehingga ia dapat membedakan yang mana perilaku baik buruk, benar salah, adil dan tidak adil.

Dewasa ini, apa yang dianggap benar bagi manusia juga berlaku untuk kegiatan bisnis, karena bisnis hanya dioperasikan oleh manusia, dan organisasi bisnis tidak lain adalah struktur formal bagi manusia untuk mengoperasikan bisnisnya, Kegiatan bisnis adalah sesuatu yang tidak bisa lepas dari masyarakat artinya masyarakat adalah bagian dalam bisnis begitupun sebaliknya, maka bisnis idealnya patuh pada aturan-aturan yang berlaku di masyarakat.

Selain itu, bisnis dianggap sebagai entitas yang hidup dan tumbuh. Dengan demikian, bisnis juga memiliki pilihan-pilihan untuk memaksimalkan keuntungan mereka dan juga pilihan untuk berbuat baik bagi masyarakat di mana mereka tinggal dan beroperasi, Suatu bisnis atau perusahaan dianggap etis ketika ia menyeimbangkan kegiatan bisnisnya



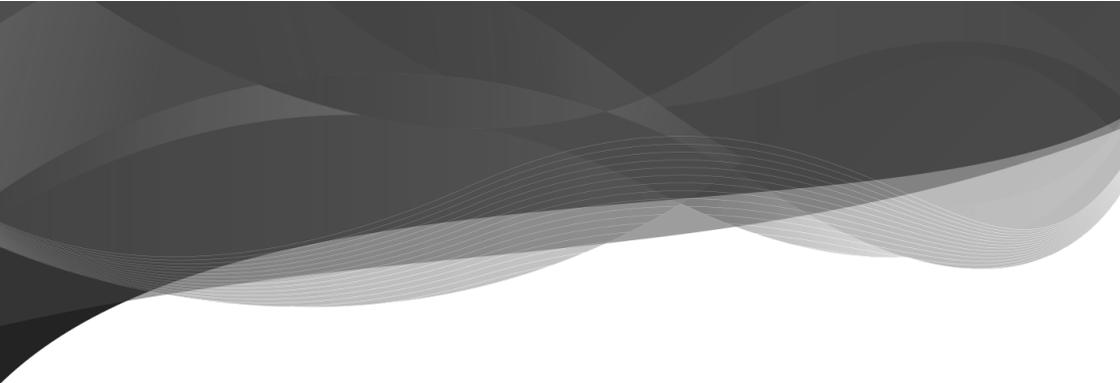
BAB 5

PENGELOLAAN BISNIS DENGAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)

Dr. Dewi Indriani Jusuf, S.E., M.Si
Universitas Wanita Internasional

A. PENDAHULUAN

Organisasi berhadapan dengan keharusan untuk melakukan perubahan dengan cepat dan dramatis guna menghadapi mempertahankan eksistensi dan menjaga hubungan dengan pelanggannya. Organisasi yang tepat akan bermanfaat yaitu memudahkan dalam pembuatan perencanaan bisnis seperti mengelola aset, sumber daya keuangan, SDM yang kompetensinya tepat dibutuhkan guna mencapai target serta kinerja (*performance*). Dengan organisasi *break down* kegiatan pekerjaan yang akan dilakukan dikelompokkan menjadi satu grup fungsi dan jabatan tertentu, pembagian *job description* karyawan membuat kinerja karyawan optimal dengan beban kerja karyawan optimal, bisnis menjadi lebih efisien, serta tumbuh semangat kerja sama dalam perusahaan.



BAB 6

PENGGORGANISASIAN

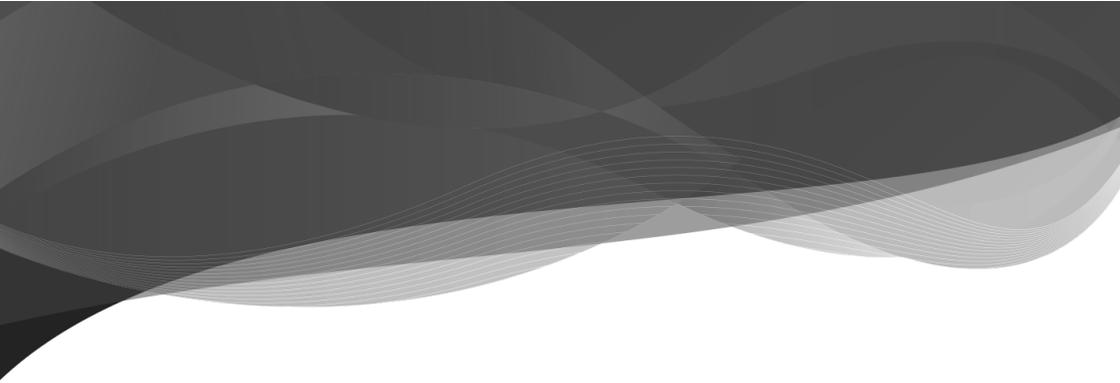
BISNIS

Dr. Yoseph Arteurt Merung, SP.,M.Si
Fakultas Pertanian Unika De La Salle Manado

A. PENDAHULUAN

Berhasil atau tidaknya sebuah bisnis akan sangat tergantung pada bagaimana manajemen bisnis itu dijalankan. Manajemen dalam sebuah bisnis merupakan dapurnya sebuah bisnis. Tanpa manajemen yang baik, tujuan mencapai keuntungan hanya akan menjadi angan-angan belaka dari si pebisnis. Dalam teori manajemen, pengorganisasian bisnis merupakan salah satu fungsi utama. Hal ini dapat dilihat bahwa dari sekian banyak teori manajemen, pengorganisasian selalu mendapat perhatian penting karena pengorganisasian sebuah bisnis adalah sebuah cara yang dilakukan guna mencapai efisiensi yang maksimal (Alma, 2012). Efisiensi akan tercapai jika dalam bisnis itu terkoordinasi dengan baik hubungan elemen-elemen dalam bisnis itu baik hubungan vertikal (dari pimpinan sampai bawahan) maupun *horisontal* (sesama elemen dalam organisasi)

Melalui bab ini, setiap pembaca diharapkan akan lebih memahami tentang bagaimana pentingnya pengorganisasian sebuah bisnis, karena sebenarnya bisnis itu diibaratkan sebuah kendaraan bermotor yang terdiri



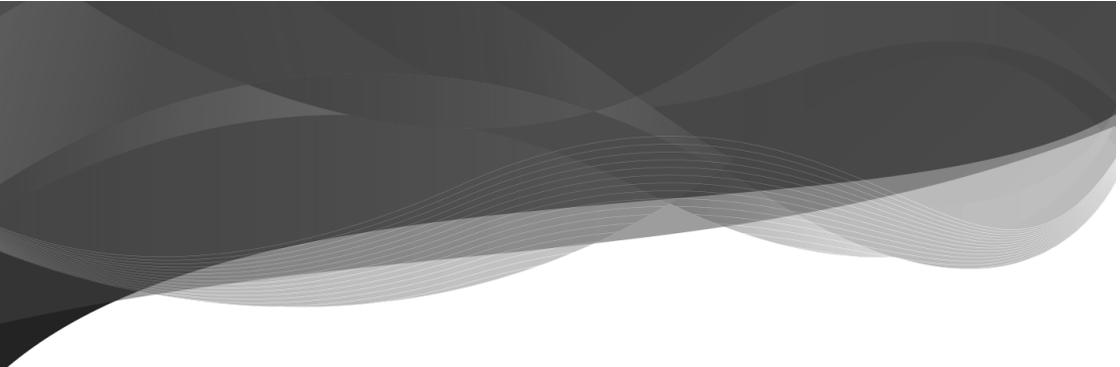
BAB 7

MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DAN HUBUNGAN KERJA

Dewa Gede Satriawan, S.E., M.M., M.H., CHCS., CT
LEMBAGA SERTIFIKASI PROFESI PEKERJA DOMESTIK
TERAMPIL INDONESIA

A. PENDAHULUAN

Manajemen Sumber Daya Manusia selanjutnya disingkat MSDM merupakan salah satu bidang yang berperan dan mempunyai hubungan erat dengan organisasi dan mempunyai fungsi manajemen yaitu: Perencanaan, Pengorganisasian, Pelaksanaan dan Pengendalian. Sebagaimana yang terdapat pada fungsi-fungsi manajemen, proses ini terdapat dalam organisasi dalam bidang produksi, pemasaran, keuangan, maupun sumber daya manusia. Sumber Daya Manusia (SDM) akhir-akhir ini dianggap semakin penting perannya dalam pencapaian sasaran organisasi, maka berbagai pengalaman dan hasil penelitian dalam bidang SDM dikumpulkan secara sistematis dalam apa yang disebut Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM).



BAB 8

MOTIVASI DAN KEPEMIMPINAN

Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta

A. PENDAHULUAN

Globalisasi adalah satu alasan penting bagi organisasi perlu melakukan perubahan. Perubahan erat kaitannya dengan kemampuan pemimpin dan kepemimpinan yang ada di dalam organisasi sebagai pengendali yang penting dalam menghadapi perubahan. Pemimpin dan organisasi harus mampu berkolaborasi dan menghasilkan sesuatu yang beda dan baru untuk tetap hadir dalam memenuhi harapan *stakeholders*. Kepemimpinan atau *leadership* adalah proses kemampuan mempengaruhi orang lain dalam mengelola dan menginspirasi sejumlah pekerjaan untuk mencapai tujuan organisasi melalui aplikasi teknik teknik manajemen. Berdasarkan uraian tersebut, kepemimpinan meliputi penggunaan pengaruh, semua hubungan dapat melibatkan pemimpin dan pentingnya proses komunikasi. Kejelasan dan keakuratan dari komunikasi mempengaruhi perilaku dan kinerja pengikutnya serta kepemimpinan memfokuskan pada tujuan yang dicapai.



BAB 9

PEMASARAN DAN PERILAKU KONSUMEN

Sri Mulyono, S.E., M.M
Institut Daarul Qur'an

A. PENDAHULUAN

Pemasaran adalah fungsi suatu bisnis yang mengklarifikasikan kebutuhan dan keinginan pelanggan, menetapkan sasaran pasar mana yang dapat dilayani secara baik oleh perusahaan, mendesain produk layanan dan program yang tepat. Dari sebuah model kemasyarakatan dan pola tindakan ekonominya. Pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial yang di dalamnya terdapat individu dan kelompok yang mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Konsep pemasaran saat ini telah mengalami perubahan yang sangat besar, di mana orientasi tidak berfokus pada produk namun beralih dan berorientasi pada konsumen. Hal ini menyebabkan perusahaan diharuskan tidak lagi sekedar mampu memenuhi kebutuhan konsumen saja, akan tetapi juga harus dapat memuaskan konsumen. Dengan adanya

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

BAB 11

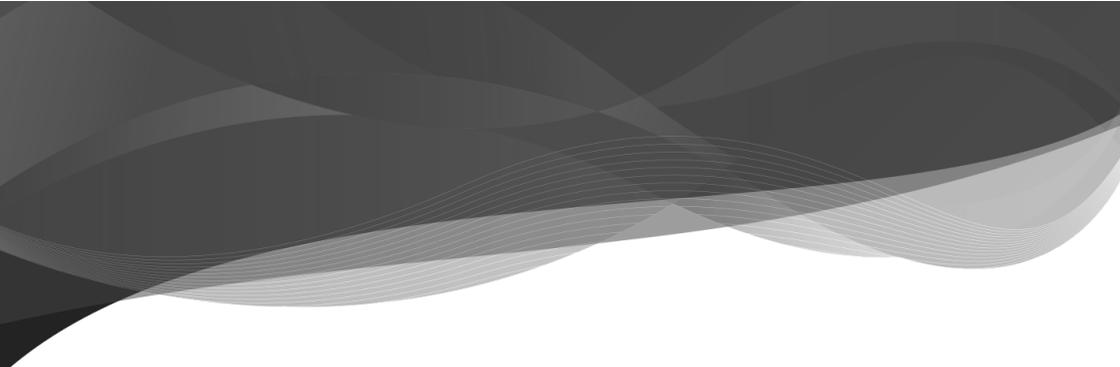
KEBIJAKAN PROMOSI DAN DISTRIBUSI

Rudy Irwansyah, S.P., M.M.
STIE Muhammadiyah Asahan (STIEMA)

A. PENDAHULUAN

“Setiap bisnis adalah bisnis jasa”. Mungkin sepintas ungkapan tersebut adalah sebuah ungkapan yang dianggap berlebihan. Mengingat bisnis yang ada tidak hanya bisnis jasa yang memang benar-benar mengandalkan jasa pelayanan yang terbaik. Akan tetapi, jika kita mau mencermati bersama semua bisnis, baik yang bergerak dalam bidang manufaktur dengan *outcomes* berupa barang (*goods*) mau pun perusahaan jasa yang *outcomes*nya jelas berupa jasa, dalam aktivitas sehari-harinya tidak akan terlepas dari aspek pelayanan (Kotler, 2014).

Dari perspektif manajerial, mempertahankan dan atau meningkatkan kepuasan pelanggan terutama dalam memberikan pelayanan kepada konsumen adalah hal yang sangat kritis. Oleh karenanya, para pemegang kebijakan (manajer) harus memandang program-program yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebagai investasi. Banyak faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam konteks pemasaran



BAB 12

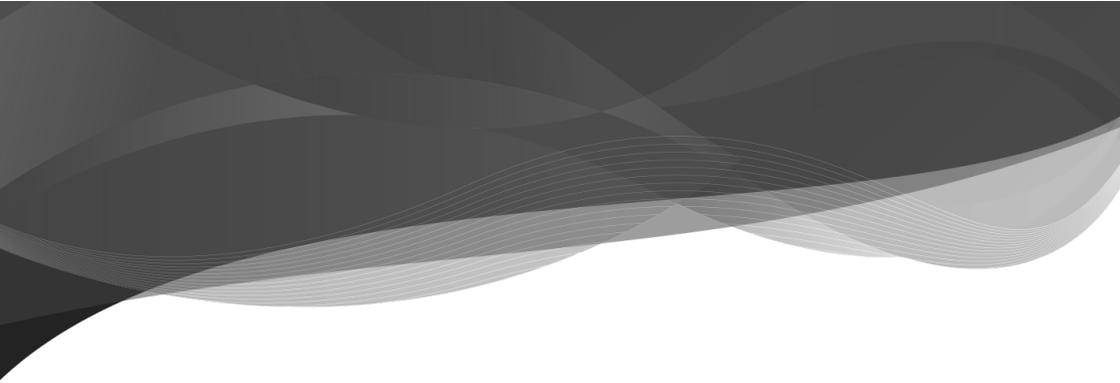
KONSEP DASAR DALAM MANAJEMEN PRODUKSI

Nugroho Djati Satmoko, S.E, M.S.I.E
FEB Unpad

A. PENDAHULUAN

Aktivitas-aktivitas seperti proses produksi, manajemen, manajemen produksi, dan manajemen operasi ternyata tidak dapat dipisahkan dari kehidupan kita sehari-hari, khususnya bagi sebuah organisasi bisnis. Sebuah organisasi bisnis merupakan entitas atau satuan yang berwujud, berorientasi pada laba dengan menghasilkan produk berupa barang (*goods*) dan atau jasa (*services*), guna memenuhi kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*) para pelanggan (USLegal, 2019).

Kata '**produk** atau **product** [prädəkt] berasal dari bahasa Inggris bagian tengah, dan '**productum**' dari bahasa Latin untuk pertama kalinya dipergunakan di Eropa pada abad kelima belas, yaitu sejak [1401](#) Masehi hingga [1500](#) Masehi. **Produk** artinya adalah '**sesuatu yang dihasilkan**' (Merriam-Webster.com.dictionary, 2020). Pada masa itu sesuatu yang dihasilkan mayoritas atau bahkan 100% berupa barang (*goods*), belum terpikirkan tentang sesuatu yang berkaitan dengan pelayanan (*services*).



BAB 13

SISTEM INFORMASI DAN TEKNOLOGI INFORMASI

Khairul Rijal, S.E., M.Ag.,M.B.A
STEBIS MUARA ENIM

A. PENDAHULUAN

Bab ini mengawali pembahasan tentang sistem informasi dengan memberikan gambaran tentang sejumlah contoh sistem informasi kemudian membahas tentang pengertian sistem informasi, serta berbagai alasan penggunaan sistem informasi. Selain itu, bab ini juga memberikan pemahaman tentang teknologi informasi dan posisinya dalam sistem informasi. Banyak aktivitas manusia yang berhubungan dengan sistem informasi, disadari atau tidak, sistem informasi telah banyak membantu manusia.

Ada berbagai macam sistem informasi, di antaranya sebagai berikut:

1. Sistem Reservasi Pesawat: digunakan di agen perjalanan untuk melayani pembelian/reservasi tiket.
2. Sistem untuk menangani penjualan kredit kendaraan bermotor sehingga bisa digunakan untuk memonitor hutang pelanggan.

BAB 14

KONSEP DASAR MANAJEMEN KEUANGAN DAN RISIKO

Siti Rosmayati, SST., M.M

STEI Bina Muda Kabupaten Bandung

Teori pada dasarnya adalah *common sense*. Dengan demikian, pembahasan dimulai dari teori keuangan secara umum, kemudian diikuti penerapan/ aplikasinya dalam perusahaan. Untuk itu, diharapkan kita bisa memahami logika atau alasan yang menjelaskan mengapa perusahaan mengambil keputusan keuangan tertentu.

A. KONSEP DASAR MANAJEMEN KEUANGAN

1. Pengertian Manajemen Keuangan

Apa pengertian manajemen keuangan? Definisi Manajemen keuangan menurut para ahli adalah salah satu alat yang digunakan oleh manajemen untuk mengatur aktivitas keuangan, mulai dari:

- a. kegiatan perencanaan anggaran perusahaan,
- b. analisis,
- c. pengendalian kegiatan keuangan serta
- d. pengambilan keputusan dari beberapa alternatif yang dihadapi.

PROFIL PENULIS

Dr. Febrianty, S.E., M.Si.,



Penulis adalah Dr. Febrianty, S.E., M.Si., yang merupakan Dosen Politeknik Palcomtech pada Program Studi Akuntansi. Penulis kelahiran Palembang tanggal 13 Februari 1980. Penulis tamatan dari Program Doktor Universitas Sriwijaya, dengan BKU: Ilmu Ekonomi pada tahun 2016. Dunia mengajar telah digeluti oleh penulis selama hampir selama 18 tahun. Penulis memiliki fokus perhatian pada Bidang Kewirausahaan, perkembangan bisnis, dan Penerapan Teknologi Informasi di bisnis dan UKM.

Acai Sudirman, S.E., M.M



Penulis adalah Lahir di Lubuk Pakam, 15 Maret 1989, lulus dari Jurusan Sarjana Manajemen dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung pada tahun 2016. Gelar Magister Manajemen diperoleh dari program Magister Manajemen Fakultas Pascasarjana Universitas HKBP Nommensen Medan dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran dan lulus pada tahun 2018. Saat ini aktif mengajar pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung pada Program Studi Manajemen. Buku yang telah terbit hasil kolaborasi dengan para penulis antara lain adalah FINTECH: Inovasi Sistem Keuangan di Era Digital (2019), E-Learning: Implementasi, Strategi & Inovasi (2019), Manajemen Sumber Daya Manusia (2019), Gagasan Manajemen (2020), Metode Penelitian: Pendekatan Multidisipliner (2020), Aplikasi Pembelajaran Berbasis TIK (2020), Menjadi Kepala Sekolah Profesional Era Revolusi 4.0 (2020), Keterampilan Manajerial Efektif (2020), E-Business: Implementasi, Strategi dan Inovasinya (2020), Online Marketing (2020), Dasar-Dasar Kewirausahaan: Untuk Perguruan Tinggi dan Dunia Bisnis (2020), Perilaku Konsumen dan Perkembangannya di Era Digital (2020), Tourism Marketing (2020), Brand Management: Esensi, Posisi & Strategi (2020), Manajemen Pemasaran Pendidikan (2020).

Erni Yuningsih, S.E, M.M



Penulis adalah salah satu staf pengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda Bogor. Awal meniti karir sebagai asisten dosen dan pangkat saat ini Lektor. Mata kuliah yang diampu di antaranya MSDM, Dasar Bisnis, Pengantar Ilmu Ekonomi dan Ekonomi Mikro. Sejak tahun 2008 secara rutin memperoleh Hibah Penelitian dari Kemenristek Dikti hingga saat ini.

Muh. Rasyid Ridha Rahman, ME



Penulis lahir di Kota Ujung Pandang 23 Oktober 1986. Anak ketiga dari Pasangan bapak A. Rahman, S.Pd dan Ibu Dra. Atika, Suami dari Aisyah, dan dikaruniai 2 orang anak. Menyelesaikan pendidikan SMP-SMA Buq'atun Mubarakah Pondok Pesantren Darul Aman tahun 2005, Pendidikan S1 Tafsir Hadis tahun 2010 di UIN Alauddin Makassar, di Institusi yang sama pada tahun 2016 menyelesaikan Pendidikan S2 Ekonomi Syariah. Penulis bekerja sebagai salah satu tenaga pengajar di Pondok Pesantren Darul Aman pada tahun (2013-sekarang). dan sebagai Dosen di STAI Al-Azhar (2018-sekarang). Penulis aktif terlibat dalam komunitas Tim Peneliti Indonesia Research Corner (IRC) pada tahun (2019-sekarang). aktif menulis pada jurnal ilmiah.

Dr. Dewi Indriani Jusuf, S.E. MSi



Penulis lahir di Bandung, 16 Oktober 1959, Pendidikan S-1 STIEB, lulus tahun 1995, Program S-2 Unpad Ilmu Manajemen, lulus tahun 2001, Program S-3 Unpas, Ilmu Manajemen Pemasaran, lulus tahun 2015 serta *Certified Digital Marketing Professional, American Academy of Project Management*, tahun 2019. Riwayat Pekerjaan di antaranya menjadi Dosen Unpas dan Rektor International Woman University serta Ketua Pengurus Daerah Jawa Barat sampai dengan sekarang.

Dr Yoseph Arteurt Merung,SP.,M.Si



Penulis lahir pada tanggal 4 September 1971 di Minahasa, Sulawesi Utara. Adapun riwayat pendidikan di antaranya: S1 Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Sam Ratulangi, Manado, S2 Manajemen Sumber Daya Pembangunan Universitas Sam Ratulangi, Manado, dan S3: Agribisnis (ilmu Pertanian). Universitas Udayana, Bali. Pekerjaan Sekarang sebagai dosen tetap di Program Studi Agribisnis Fakultas pertanian Universitas Katolik De La Salle Manado. Selain sebagai dosen, Sejak Januari 2020, menjabat sebagai Kepala Lembaga Pembinaan dan Pengembangan Pendidikan (LP3) di Unika De La Salle Manado.

Dewa Gede Satriawan, S.E.,M.M.,M.H.,CHCS.,CT



Penulis lahir di Kabupaten Tabanan, Bali, tanggal 7 Januari 1980. Menyelesaikan pendidikan S1 Akuntansi (2006) pada Universitas Mahasaraswati Denpasar, S2 Manajemen (2016) pada Universitas Pendidikan Nasional Denpasar, S2 Ilmu Hukum (2018) pada Universitas Dwijendra Denpasar. Saat ini sedang menempuh studi S3 Ilmu Ekonomi pada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Memiliki pengalaman bekerja sebagai dosen pada Universitas Dwijendra Denpasar, saat ini sebagai wiraswasta. Buku yang pernah ditulis antara lain : Kepuasan Kerja, Keterlibatan Kerja, Keadilan Organisasi, Komitmen Organisasi dan Kinerja Karyawan juga buku tentang Hukum Transaksi E-Commerce di Indonesia. Memiiki Certified Human Capita Staff dan Certified Trainer dari BNSP (Badan Nasional Sertifikasi Profesi). Email dewasatriawan01@gmail.com.

Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc



Penulis merupakan dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta (STEI) yang mengajar di Program Sarjana (S1) Manajemen serta menjabat sebagai sekretaris departemen manajemen dan sebagai peneliti. Pendidikan tingginya dimulai dari S1 di Universiti Utara Malaysia dengan program Business Administration, dilanjutkan dengan program S2 di Perguruan tinggi yang sama dalam bidang Sains Manajemen. Saat ini beliau sedang melanjutkan program S3 di IPB University dengan program Doktor Manajemen Bisnis dengan mendapatkan beasiswa dari Lembaga Pengelola Dana Pendidikan (LPDP). Latar belakang pengalaman sebagai praktisi sebelumnya bekerja di beberapa perusahaan multinasional di Kuala Lumpur sebagai seorang manajer dan perusahaan swasta di Indonesia. Kegiatan lainnya yang pernah ditangani adalah simulator bisnis, Inkubator bisnis, departemen manajemen, reviewer riset dan jurnal di berbagai PTS dan pembinaan serta pengembangan usaha kecil di sekitar rawamangun. Sampai saat ini, beliau telah mempublikasi 15 karya, baik artikel di media masa, karya ilmiah/makalah, seminar/ceramah dan buku. Serta telah meluluskan sekitar 50 mahasiswa dari program studi S1 Manajemen.

Sri Mulyono, S.E., M.M



Penulis lahir pada 24 September 1979 di Jakarta. Mengenyam pendidikan formal di SDN Karya Satria 2 Bekasi, dan lulus tahun 1992. Selanjutnya meneruskan sekolah di SMP Negeri 1 Bekasi, tamat tahun 1995, dan di SMA Bani Saleh, tamat tahun 1998. Selepas SMA melanjutkan pendidikan di Universitas Darma Persada Jurusan Ekonomi lulus tahun 2002, kemudian melanjutkan pendidikan pascasarjana di STIE Indonesia Banking School dengan mengambil jurusan yang sama dan lulus tahun 2017. Pengalaman menulis pernah bekerja di PT. Buana Alexander Trada tahun 2004-2011, di PT. Voksel Electric Tbk tahun 2011-2012, PT. Supellex tahun 2012-2013, sebagai

Branch Manager di LP3I Course Center tahun 2013-2016, di Mentari Intercultural School tahun 2016-2019 berkiprah di dunia pendidikan sebagai Dosen di Institut Daarul Qur'an saat ini. Penulis ini dapat dihubungi pada alamat berikut. Alamat kantor: Institut Daarul Qur'an, Jl.K.H Jafar, Ketapang, Kec. Cipondoh, Kota Tangerang Kode pos 15148, Telepon (021) 2789 9696. Hp. 081519929830. Alamat e-mail: srimulyono63@gmail.com

Dr. Hartini, S.E., M.M.



Penulis berasal dari Kabupaten Bulukumba, Sulawesi Selatan dan menetap di Kota Makassar. Saat ini penulis bekerja sebagai dosen tetap yayasan pada Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan Pembangunan Indonesia (STKIP-PI) Makassar, Yayasan Pembangunan Indonesia Makassar (YASPIM), program studi Pendidikan Ekonomi sejak tahun 2010. Penulis menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE-YPUP) Makassar tahun 2005 kemudian melanjutkan pendidikan Strata Dua (S2) di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE-YPUP) Makassar tahun 2010 program studi magister manajemen. Penulis berkesempatan melanjutkan ke jenjang strata tiga (S3) melalui beasiswa pada program doctoral Universitas Hasanuddin (UNHAS) program studi ilmu ekonomi, jurusan manajemen dan menyelesaikan pendidikan pada tahun 2018.

Rudy Irwansyah, S.P., M.M.



Penulis adalah Dilahirkan pada 25 Maret 1980. Menempuh pendidikan SD sampai SMA diselesaikan di kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Kemudian, ia hijrah ke kota hujan untuk menyelesaikan pendidikan program sarjana (S1) pada tahun 1999 sampai dengan 2004, di Fakultas Pertanian, Jurusan Ilmu Tanah, di Institut Pertanian Bogor (IPB), Jawa Barat. Melanjutkan pendidikan S2 di Magister Manajemen (MM), Universitas Mercu Buana (UMB) Jakarta pada tahun

2008. Memulai karir staf pengajar sejak duduk di bangku kuliah sebagai asisten dosen untuk beberapa mata kuliah. Kemudian kembali Sumatera Utara (Medan), dan memulai menjadi staf pengajar PTS sejak tahun 2010. Ia juga memiliki pengalaman kerja di bidang konsultan (pendidikan dan pertanian). Sempat berkarir di bidang ritel supermarket sejak 2005. Saat ini mengajar di Fakultas Ekonomi STIE Muhammadiyah Asahan dan juga di STIM Sukma Medan, Sumut. Ia mengampu mata kuliah Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), Studi kelayakan Bisnis, Manajemen Pemasaran, Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank, serta Manajemen Resiko. Selain mengajar ia juga aktif di beberapa organisasi profesi. Aktif untuk menerbitkan artikel ilmiah di beberapa jurnal ilmiah hasil dari penelitian mandiri, maupun penelitian dengan dana sponsor, salah satunya sumber dana penelitian dari Kemenristek Dikti, melalui program Hibah Dikti.

Nugroho Djati Satmoko, S.E, M.S.I.E



Penulis adalah Kota Bandung dikenal sebagai Paris van Java. Di kota inilah penulis dilahirkan tepatnya 27 Februari 1959, hidup dan menetap sampai saat ini. Begitu cintanya penulis pada Bandung lembur kering, terbukti dengan hampir seluruh pendidikannya diperoleh di kota ini, dan bahkan menemukan pasangan hidupnya di kota ini pula. Masyaallah. Pendidikan dasarnya di SDN Ayudia III Bandung (1966-1971). Lalu pendidikan lanjutan pertamanya di SMPN

1 Bandung (1972-1974). Berikutnya pendidikan lanjutan atasnya di SMAN 3 Bandung Jurusan Ilmu Pasti dan Alam atau IPA (1975-1977). Kemudian pendidikan sarjananya S1 di Jurusan Ekonomi Perusahaan FE Unpad (1978-1983). Kemudian pendidikan pasca sarjana atau magisternya (S2) di Jurusan Manajemen dan Teknik Industri Institut Teknologi Bandung atau ITB (1986-1989). Bidang kebabakarnya adalah Riset Operasi, Manajemen Operasi & Logistik. Sejak tahun 1984 sampai saat ini (> 36 tahun), telah mengabdikan di Jurusan Manajemen FE Unpad atau yang saat ini bernama Departemen Manajemen dan Bisnis (Demabis) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran (Unpad)

Khairul Rijal, S.E., M.Ag., M.B.A



Nama panggilan sehari-hari “Rijal” lahir 11 Februari 1994 di Baturaja, Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU) dari pasangan Saili dan Nurhayati. Ia menikah dengan Ade Yolanda putri dari Alm M Nur Sofyan dan Ratnawati. Ia menamatkan pendidikan formal di SDN 26 Lawang Kidul 2006. Selanjutnya, ia menempuh pendidikan SMPN 2 Lawang Kidul 2009, dan SMAN 1 Lawang Kidul, Tanjung Enim 2012. Selepas menamatkan pendidikan SMA ia melanjutkan pendidikan perguruan tinggi (S1) di dua Universitas sekaligus yakni satu di Jurusan Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang dan satu lagi di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, kemudian ia juga melanjutkan studi Pascasarjana di dua tempat sekaligus yakni di International Islamic University Malaysia dengan jurusan Master of Business Administration (MBA) dan juga mengenyam Pascasarjana pada jurusan Studi Islam, UIN Raden Fatah Palembang. Pengalaman organisasi wakil ketua Shariah English Club (SEC), Ketua Himpunan DPS, Ketua Baitul Maal FEBI, Presiden Pusat Kajian Ekonomi Islam, Koordinator Forum Silaturahmi Studi Ekonomi Islam Sumatera Bagian Selatan, Anggota Islamic Economic Forum for Indonesian Development (ISEFID) IIUM, anggota FOTAR IIUM, Anggota PPI IIUM, Ketua Alumni FoSSEI Malaysia. Selain berorganisasi di dalam tataran perguruan tinggi, Rijal juga aktif dalam kegiatan sosial dan menjadi relawan dari beberapa lembaga yakni LAZ DT Palembang, Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) Sumatera Selatan, Anggota Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) Malaysia dan saat ini aktif sebagai Sekretaris Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kabupaten Muara Enim. Beberapa prestasi yang telah diraih antara lain: Juara 1 lomba Olimpiade Ekonomi Islam tingkat perguruan tinggi UIN Raden Fatah Palembang, 2015, Juara 2 lomba Futsal tingkat perguruan tinggi UIN Raden Fatah Palembang, Juara Best Group di ajang Asia Student Summit, Korea Selatan, 2017, sebagai Finalis paper ASEAN Islamic Economic Summit, Malaysia, 2017, sebagai Best Student of University UIN Raden Fatah Palembang 2017, Penerima Beasiswa

BEPASIBA PTBA. Sementara itu, riwayat pekerjaan dimulai menjadi seorang pebisnis sejak awal kuliah 2012 sampai saat ini (mulai dari jualan keripik, pulsa, buku, makanan dan minuman serta percetakan) selain itu juga menjadi pegawai koperasi syariah 2015-sekarang, menjadi peneliti di Share-E Management 2018-sekarang. Ia pernah bekerja di Sekolah Tinggi Ekonomi Bisnis Islam (STEBIS) Pagar Alam 2019. Saat ini ia mendapatkan amanah sebagai Kepala Prodi Ekonomi Syariah di Sekolah Tinggi Ekonomi Bisnis Islam (STEBIS) Muara Enim. Dengan kesibukan yang ada, beliau tetap senantiasa berbagi ilmu dengan mengisi kajian, penyuluhan, majelis taklim, seminar, talkshow dan acara sejenisnya.

Siti Rosmayati, SST., M.M



Penulis adalah dilahirkan di Cimahi pada tanggal 01 Mei 1991. Masa kecil penuh kebahagiaan dihabiskannya, begitu pula pendidikannya, ditempuhnya di Kota kelahirannya, Cicalengka. Diawali sekolah di SDN VII, kemudian SMPN 1 Cicalengka, dan dilanjutkan ke SMAN 1 Cicalengka. Pendidikan Tinggi ditempuh pada Program Sarjana, di Sekolah Tinggi Kesejahteraan Sosial Bandung, dengan jurusan Pekerja Sosial. Pendidikan S2 dilanjutkan di Pasca Sarjana STIE Pasundan Bandung, pada Program Studi Manajemen. Dan sedang melanjutkan studi ilmu pendidikan di Uninus Bandung serta Sekarang mengabdikan sebagai dosen tetap di STEI Bina Muda Kabupaten Bandung.



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.