

Darwin Lie ■ Saling ■ I.B.A. Dharmanegara  
Zuhrinal M. Nawawi ■ Rini Rahmawati  
Novika Rosari ■ Ferdinand Risamasu  
Rusmiati ■ Sri Ramadhani

# Pengantar Bisnis



**MADINATERA**  
QUALIFIED PUBLISHER

## PENGANTAR BISNIS

Darwin Lie

I.B.A. Dharmanegara

Saling

Zuhrinal M Nawawi

Rini Rahmawati

Novika Rosari

Ferdinand Risamasu

Sri Ramadhani

Rusniati

Manajer Penerbitan dan Produksi : Dedi Hendrawan

Koordinator Penerbitan dan Produksi : Fahrurrozi

Editor : Muhamad Yamin Noch

Desain Sampul : Tim Madenatera



**MADENATERA**  
QUALIFIED PUBLISHER

Hak Cipta © 2018, Pada Penerbit

Jl. Bromo Komplek Bromo Bisnis Center (BBC) No. 43 Medan

Website : <http://www.penerbitmadenatera.co.id>

Email: [arf\\_79lbs@yahoo.com](mailto:arf_79lbs@yahoo.com); [madenateranews@gmail.com](mailto:madenateranews@gmail.com)

Contact person : 081370062009 ; 08566202573; 085270361300

**Hak cipta dilindungi undang-undang.** Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun, baik secara elektronis maupun mekanis, termasuk tidak terbatas pada mem fotokopi, merekam, atau dengan menggunakan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penerbit.

### UNDANG-UNDANG NOMOR 28 TAHUN 2014 TENTANG HAK CIPTA

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta yang meliputi penerjemahan dan pengadaptasian Ciptaan untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama **3 (tiga) tahun** dan/atau pidana denda paling banyak **Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)**.
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta yang meliputi penerbitan, penggandaan dalam segala bentuknya, dan pendistribusian Ciptaan untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama **4 (empat) tahun** dan/atau pidana denda paling banyak **Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)**.
3. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada poin kedua di atas yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama **10 (sepuluh) tahun** dan/atau pidana denda paling banyak **Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah)**.

Lie, Darwin

Dharmanegara, I.B.A

Saling

M Nawawi, Zuhrinal

Rahmawati, Rini

Rosari, Novika

Risamasu, Ferdinand

Ramadhani, Sri

Rusniati

Pengantar Bisnis/Darwin Lie, I.B.A. Dharmanegara, Saling, Zuhrinal M Nawawi, Rini Rahmawati, Novika Rosari, Ferdinand Risamasu, Sri Ramadhani, Rusniati

—Medan: Madenatera, 2019

1 jil., 330 hlm., 17,5 × 25,5 cm

ISBN 978-602-5470-21-9

1. Bisnis

I. Judul

2. Pengantar Bisnis

II. Darwin Lie, I.B.A. Dharmanegara, Saling, Zuhrinal M Nawawi, Rini Rahmawati, Novika Rosari, Ferdinand Risamasu, Sri Ramadhani, Rusniati

## KATA PENGANTAR

Pertama sekali puji bagi Tuhan YME dengan puji yang banyak serta tiada tertera (tak berkesudahan), walaupun segala pemuji itu sangat sedikit dari yang sewajarnya. Mempelajari bisnis berarti menelaah sejarah kehidupan manusia dan lingkungannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang tidak terbatas dengan sumber-sumber yang terbatas. Kegiatan bisnis merupakan sebuah sistem operasional yang sangat terkait dengan lingkungan di sekitarnya. Pada masyarakat yang semakin terbuka, kegiatan bisnis harus mampu bersikap fleksibel dan beradaptasi dengan perubahan yang ada. Oleh karena itu, mempelajari bisnis sama artinya dengan mempelajari cara manusia dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya dalam suatu lingkungan dengan sumber yang terbatas.

Pada masyarakat yang semakin maju saat ini, organisasi bisnis perlu dikelola secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuannya. Titik permulaan dalam manajemen yang efektif adalah menentukan tujuan atau sasaran yang diharapkan dan juga menentukan rencana. Manajer perlu membuat keputusan tentang perencanaan kegiatan atau program kerja/rencana strategis perusahaan yang dibuat berdasarkan permasalahan yang ada dalam memenuhi kebutuhan masyarakat seiring berkembangnya bisnis.

Secara garis besar, tujuan yang ingin dicapai suatu perusahaan berbeda dengan perusahaan yang lain, tergantung dari visi dan misi dari perusahaan tersebut. Setiap organisasi memiliki maksud atau alasan keberadaannya. Pada umumnya, organisasi bisnis bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, sedangkan pada organisasi nirlaba/*nonprofit* lebih berorientasi pada kepentingan masyarakat umum. Misalnya, universitas bertujuan mengembangkan dan mentransfer ilmu pengetahuan, sedangkan lembaga-lembaga pemerintahan bertujuan untuk menetapkan dan menjalankan kebijakan publik.

Buku ajar pengantar bisnis ini merupakan buku pelengkap khasanah literatur manajemen di Indonesia. Banyak para ahli mengatakan bahwa mempelajari bisnis berarti menelaah sejarah kehidupan manusia dan lingkungannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang tidak terbatas dengan sumber-sumber yang sudah terbatas. Kegiatan bisnis merupakan sebuah sistem operasional yang sangat terkait dengan lingkungan di sekitar nya. Pada masyarakat yang semakin terbuka, kegiatan bisnis harus mampu bersikap fleksibel dan beradaptasi dengan perubahan yang ada. Oleh karena itu, mempelajari bisnis sama artinya dengan mempelajari cara manusia dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya dalam suatu lingkungan dengan sumber yang terbatas.

Buku ajar ini dirancang dengan topik pembahasan yang disusun secara sistematis dengan harapan memudahkan pembaca dalam memahami setiap topik bahasan yang dibicarakan. Adapun bab-bab yang tercakup dalam buku ini antara lain:

Bab 1 dibahas tentang Bisnis dan Lingkungannya.

Bab 2 dibahas tentang Globalisasi Ekonomi dan Bisnis Internasional

Bab 3 dibahas tentang Bentuk Organisasi Bisnis

Bab 4 dibahas tentang Pengelolaan dan Pengorganisasian Bisnis

Bab 5 dibahas tentang Manajemen Sumberdaya Manusia dalam Pengelolaan Bisnis

Bab 6 dibahas tentang Membangun Motivasi Kerja

Bab 7 dibahas tentang Kepemimpinan dalam Mengelola Bisnis

Bab 8 dibahas tentang Manajemen Produksi

Bab 9 dibahas tentang Manajemen Keuangan

Bab 10 dibahas tentang Manajemen Pemasaran

Bab 11 dibahas tentang Kebijakan Produk  
Bab 12 dibahas tentang Kebijakan Promosi  
Bab 13 dibahas tentang Kebijakan Distribusi  
Bab 14 dibahas tentang Kebijakan Harga

Penulis menyadari bahwa buku ini masih memerlukan penyempurnaan, sehingga berbagai kritik dan saran sangat diharapkan dari pembaca demi perbaikan isi buku ini.

Akhirnya penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada penerbit yang bersedia membantu memproduksi dan mengedarkan buku ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada berbagai dosen dan mahasiswa yang memberikan banyak masukan dalam proses penulisan buku ini.

Kampus, 21 Februari 2019  
Salam hormat,

Tim Penulis

# DAFTAR ISI

|                                                                | halaman   |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| Kata Pengantar .....                                           | iii       |
| Daftar Isi .....                                               | v         |
| Daftar Tabel .....                                             | ix        |
| Daftar Gambar .....                                            | x         |
| <b>BAB 1 BISNIS DAN LINGKUNGANNYA .....</b>                    | <b>1</b>  |
| Apakah itu Bisnis.....                                         | 2         |
| Enam era dalam Sejarah Bisnis.....                             | 4         |
| Jenis-jenis Pasar Bisnis.....                                  | 5         |
| Elemen Bisnis.....                                             | 6         |
| Jenis-jenis Kegiatan Bisnis.....                               | 8         |
| Tingkat Persaingan Bisnis .....                                | 10        |
| Sistem Ekonomi di Dunia .....                                  | 11        |
| Lingkungan Bisnis .....                                        | 13        |
| Pentingnya Etika Dalam Bisnis .....                            | 16        |
| Rangkuman .....                                                | 20        |
| Pertanyaan.....                                                | 21        |
| <b>BAB 2 GLOBALISASI EKONOMI DAN BISNIS INTERNASIONAL.....</b> | <b>23</b> |
| Menenal Globalisasi .....                                      | 24        |
| Globalisasi ekonomi.....                                       | 25        |
| Bisnis internasional .....                                     | 27        |
| Alasan melaksanakan bisnis internasional .....                 | 29        |
| Mengembangkan strategi untuk bisnis internasional .....        | 30        |
| Tahap-tahap dalam memasuki bisnis internasional .....          | 30        |
| Pendorong globalisasi.....                                     | 31        |
| Proses globalisasi.....                                        | 36        |
| Empat dampak besar dari globalisasi .....                      | 37        |
| Rintangan-rintangan Perdagangan Internasional .....            | 39        |
| Lembaga yang berperan dalam globalisasi ekonomi .....          | 41        |
| Komunitas Ekonomi Internasional.....                           | 43        |
| Arti penting globalisasi bagi Indonesia.....                   | 47        |
| Rangkuman .....                                                | 49        |
| Pertanyaan.....                                                | 51        |
| <b>BAB 3 BENTUK ORGANISASI BISNIS .....</b>                    | <b>53</b> |
| Pengertian organisasi bisnis .....                             | 54        |
| Perusahaan bisnis kecil dan menengah.....                      | 54        |
| Bentuk-bentuk pengelolaan bisnis.....                          | 61        |
| Badan Usaha Milik Negara (BUMN).....                           | 67        |
| Ekspansi bisnis.....                                           | 69        |

|              |                                                                                             |            |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
|              | Rangkuman.....                                                                              | 72         |
|              | Pertanyaan.....                                                                             | 73         |
| <b>BAB 4</b> | <b>PENGELOLAAN DAN PENGORGANISASI BISNIS .....</b>                                          | <b>75</b>  |
|              | Pendahuluan .....                                                                           | 76         |
|              | Apa yang dimaksud dengan manajemen? .....                                                   | 76         |
|              | Tingkatan manajer dan tanggungjawab .....                                                   | 77         |
|              | Keterampilan-keterampilan yang dibutuhkan bagi keberhasilan manajerial .....                | 78         |
|              | Fungsi dan proses manajerial .....                                                          | 79         |
|              | Sarana manajerial .....                                                                     | 82         |
|              | Pentingnya arti perencanaan.....                                                            | 83         |
|              | Proses perencanaan strategis .....                                                          | 88         |
|              | Posisi manajemen Indonesia .....                                                            | 90         |
|              | Birokrasi dalam organisasi Indonesia .....                                                  | 91         |
|              | Perilaku manusia Indonesia dalam organisasi manajemen .....                                 | 92         |
|              | Faktor budaya dalam organisasi dan manajemen Indonesia.....                                 | 93         |
|              | Rangkuman.....                                                                              | 96         |
|              | Pertanyaan.....                                                                             | 97         |
| <b>BAB 5</b> | <b>MANAJEMEN SUMBERDAYA MANUSIA DALAMPENGELOLAANORGANISASI .....</b>                        | <b>99</b>  |
|              | Pendahuluan .....                                                                           | 100        |
|              | Pengertian manajemen sumber daya manusia .....                                              | 100        |
|              | Peran manajemen sumber daya manusia .....                                                   | 101        |
|              | Model manajemen sumber daya manusia .....                                                   | 103        |
|              | Prinsip-prinsip pengelolaan manajemen sumber daya manusia dalam bisnis .....                | 104        |
|              | Fungsi dan peran manajemen sumber daya manusia dalam pengelolaan bisnis .....               | 105        |
|              | Proses perencanaan sumber daya manusia dalam bisnis.....                                    | 108        |
|              | Beberapa permasalahan dalam perencanaan sumber daya manusia .....                           | 109        |
|              | Hubungan perencanaan sdm dengan perencanaan strategik dalam bisnis.....                     | 110        |
|              | Fungsi operasional manajemen sumber daya manusia dalam pengelolaan bisnis.....              | 112        |
|              | Peran strategik manajemen sumber daya manusia.....                                          | 113        |
|              | Paradigma baru manajemen sumber daya manusia .....                                          | 114        |
|              | Manfaat penerapan manajemen sumber daya manusia .....                                       | 114        |
|              | Tantangan manajemen sumber daya manusia dalam pengelolaan bisnis .....                      | 115        |
|              | Peran MSDM untuk meraih keunggulan kompetitif darisebuah bisnis .....                       | 118        |
|              | Konteks hukum sumber daya manusia dan tantangan baru manajemen sumber<br>daya manusia ..... | 120        |
|              | Serikat buruh dan collective bargaining .....                                               | 120        |
|              | Rangkuman .....                                                                             | 121        |
|              | Pertanyaan.....                                                                             | 122        |
| <b>BAB 6</b> | <b>MEMBANGUN MOTIVASI KERJA .....</b>                                                       | <b>125</b> |
|              | Pendahuluan .....                                                                           | 126        |
|              | Teori dasar motivasi dan aplikasinya dalam bisnis.....                                      | 126        |
|              | Teori motivasi awal.....                                                                    | 127        |
|              | Proses teori-teori motivasi.....                                                            | 131        |

|               |                                                         |            |
|---------------|---------------------------------------------------------|------------|
|               | Tanggapan terhadap sistem reward.....                   | 139        |
|               | Rangkuman.....                                          | 144        |
|               | Pertanyaan.....                                         | 145        |
| <b>BAB 7</b>  | <b>KEPEMIMPINAN DALAM MENGELOLA BISNIS .....</b>        | <b>147</b> |
|               | Pendahuluan .....                                       | 148        |
|               | Kepemimpinan dalam bisnis.....                          | 148        |
|               | Teori kepemimpinan dalam bisnis .....                   | 149        |
|               | Konsep kepemimpinan bisnis: formal dan informal .....   | 149        |
|               | Tipe kepemimpinan dalam bisnis .....                    | 150        |
|               | Etika kepemimpinan bisnis.....                          | 152        |
|               | Memimpin bisnis dengan spritual tanpa agama .....       | 153        |
|               | Memimpin bisnis dengan spritual berdasarkan agama ..... | 155        |
|               | Pemimpin bisnis yang inspirasional.....                 | 157        |
|               | Memimpin diri sendiri .....                             | 162        |
|               | Isu-isu kontemporer kepemimpinan bisnis.....            | 164        |
|               | Kepemimpinan bisnis abad 21 .....                       | 166        |
|               | Rangkuman.....                                          | 169        |
|               | Pertanyaan.....                                         | 170        |
| <b>BAB 8</b>  | <b>MANAJEMEN PRODUKSI.....</b>                          | <b>171</b> |
|               | Pengertian Manajemen Produksi .....                     | 172        |
|               | Faktor-faktor yang Mempengaruhi Produksi Optimal.....   | 174        |
|               | Kegiatan Produksi .....                                 | 176        |
|               | Pengendalian Persediaan dan Kualitas .....              | 180        |
|               | Rangkuman.....                                          | 182        |
|               | Pertanyaan.....                                         | 183        |
| <b>BAB 9</b>  | <b>MANAJEMEN PEMASARAN .....</b>                        | <b>185</b> |
|               | Pendahuluan .....                                       | 186        |
|               | Definisi manajemen pemasaran.....                       | 186        |
|               | Arti fungsi manajemen pemasaran.....                    | 187        |
|               | Audit pemasaran .....                                   | 190        |
|               | Konsep inti pemasaran.....                              | 193        |
|               | Strategi pemasaran .....                                | 196        |
|               | Bauran pemasaran .....                                  | 197        |
|               | Lokasi dan saluran distribusi .....                     | 202        |
|               | Penetapan harga .....                                   | 207        |
|               | Target pasar .....                                      | 210        |
|               | Pemasaran Digital .....                                 | 212        |
|               | Rangkuman.....                                          | 214        |
|               | Pertanyaan.....                                         | 216        |
| <b>BAB 10</b> | <b>MANAJEMEN KEUANGAN PERUSAHAAN.....</b>               | <b>217</b> |
|               | Arti Penting Laporan Keuangan .....                     | 218        |
|               | Pengertian laporan keuangan.....                        | 218        |

|                                                   |            |
|---------------------------------------------------|------------|
| Tujuan laporan keuangan .....                     | 219        |
| Manajemen keuangan.....                           | 220        |
| Pentingnya manajemen keuangan .....               | 221        |
| Fungsi manajemen keuangan .....                   | 221        |
| Tujuan dan tanggungjawab manajemen keuangan ..... | 222        |
| Peran manajer keuangan .....                      | 225        |
| Hubungan korporasi dan pasar uang .....           | 225        |
| Perencanaan keuangan.....                         | 227        |
| Kebutuhan akan dana operasional.....              | 228        |
| Rangkuman.....                                    | 231        |
| Pertanyaan.....                                   | 231        |
| <b>BAB 11 KEBIJAKAN PRODUK .....</b>              | <b>233</b> |
| Konsep Produk .....                               | 234        |
| Klasifikasi produk.....                           | 235        |
| Atribut produk .....                              | 236        |
| Bauran produk.....                                | 240        |
| Pengembangan produk baru.....                     | 241        |
| Daur hidup produk .....                           | 243        |
| Alternatif memperpanjang umur produk .....        | 245        |
| Identifikasi produk .....                         | 245        |
| Rangkuman .....                                   | 250        |
| Pertanyaan.....                                   | 251        |
| <b>BAB 12 KEBIJAKAN PROMOSI.....</b>              | <b>253</b> |
| Konsep promosi .....                              | 254        |
| Periklanan untuk eceran (retail advertising)..... | 257        |
| Proses komunikasi dan promosi.....                | 260        |
| Strategi promosi .....                            | 270        |
| Bauran promosi .....                              | 271        |
| Rangkuman .....                                   | 271        |
| Pertanyaan.....                                   | 272        |
| <b>BAB 13 KEBIJAKAN DISTRIBUSI.....</b>           | <b>273</b> |
| Pendahuluan .....                                 | 274        |
| Konsep distribusi .....                           | 274        |
| Distribusi produk konsumsi .....                  | 282        |
| Strategi distribusi .....                         | 283        |
| Konflik saluran .....                             | 283        |
| Mengembangkan Perdagangan .....                   | 284        |
| Perdagangan partai besar .....                    | 288        |
| Perdagangan eceran.....                           | 290        |
| Distribusi fisik .....                            | 294        |
| Rangkuman.....                                    | 295        |
| Pertanyaan.....                                   | 297        |

|                             |                                                            |            |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------|------------|
| <b>BAB 14</b>               | <b>KEBIJAKAN HARGA .....</b>                               | <b>299</b> |
|                             | Konsep harga .....                                         | 300        |
|                             | Tujuan penetapan harga .....                               | 301        |
|                             | Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga.....         | 302        |
|                             | Keputusan tentang harga .....                              | 304        |
|                             | Proses penetapan harga .....                               | 305        |
|                             | Memilih metode penetapan harga .....                       | 308        |
|                             | Elastisitas harga.....                                     | 312        |
|                             | Strategi penetapan harga.....                              | 312        |
|                             | Pendekatan penetapan harga.....                            | 313        |
|                             | Strategi penetapan harga produk baru .....                 | 314        |
|                             | Strategi harga psikologis.....                             | 314        |
|                             | Strategi harga diskon.....                                 | 315        |
|                             | Penentuan harga dasar dan labayang diharapkan.....         | 315        |
|                             | Penetapan harga dasar dalam kondisi yang tidak pasti ..... | 316        |
|                             | Rangkuman.....                                             | 316        |
|                             | Pertanyaan.....                                            | 317        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> |                                                            | <b>318</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                        | halaman |
|------------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 1.1. Sistem Bisnis.....                                          | 8       |
| Tabel 3.1. Kelebihan dan Kekurangan Badan Usaha Perseorangan .....     | 62      |
| Tabel 3.2. Kelebihan dan Kekurangan Badan Usaha Persekutuan .....      | 63      |
| Tabel 3.3. Kelebihan dan Kekurangan Badan Perserikatan Komanditer..... | 64      |
| Tabel 3.4. Kelebihan dan Kekurangan Badan Perserikatan Komanditer..... | 65      |
| Tabel 4.1. Perencanaan di Berbagai Tingkat Manajemen.....              | 88      |
| Tabel 6.1. Perbandingan antara Teori X dan Y.....                      | 129     |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                 | halaman |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Gambar 1.1. Jenis-jenis aktivitas bisnis .....                                                  | 9       |
| Gambar 1.2. Peran Lingkungan Bisnis.....                                                        | 14      |
| Gambar 2.1. Pertimbangan untuk Go Internasional .....                                           | 35      |
| Gambar 3.1. Skema Merger.....                                                                   | 70      |
| Gambar 3.2. Skema Akuisisi.....                                                                 | 71      |
| Gambar 5.1. Dampak Tiga Level Perencanaan Bisnis dalam Perencanaan Sumber<br>Daya Manusia ..... | 112     |
| Gambar 6.1. Hierarki Kebutuhan Maslow's.....                                                    | 128     |
| Gambar 6.2. Teori Dua Faktor Herzbergs .....                                                    | 130     |
| Gambar 6.3. Hubungan dari Berbagai Teori Kebutuhan .....                                        | 131     |
| Gambar 6.4. Bagaimana Teori Ekspektasi Bekerja .....                                            | 133     |
| Gambar 6.5. Model Teori Penetapan Tujuan Locke's.....                                           | 135     |
| Gambar 6.6. Peran Penentu Atribusi .....                                                        | 137     |
| Gambar 6.7. Teori Ekuitas Adam - Motivasi Kerja .....                                           | 140     |
| Gambar 9.1. Fungsi Manajemen Pemasaran (Kottler) .....                                          | 188     |
| Gambar 9.2. Proses pengevaluasian kegiatan pemasaran.....                                       | 190     |
| Gambar 9.3. Konsep inti pemasaran .....                                                         | 194     |
| Gambar 10.1. Kegiatan-kegiatan utama Manajer Keuangan .....                                     | 224     |
| Gambar 10.2. Bagaimana Bidang Keuangan Ditempatkan dengan Benar dalam<br>Perusahaan .....       | 226     |
| Gambar 10.3. Hubungan Korporasi dan Pasar Uang.....                                             | 227     |
| Gambar 11.1. Proses Pengembangan Produk Baru .....                                              | 242     |
| Gambar 11.2. Hubungan antara Daur Hidup Produk, Tingkat Penjualan, dan Laba.....                | 243     |
| Gambar 13.1. Saluran Distribusi Barang Konsumsi.....                                            | 281     |
| Gambar 13.2. Saluran Distribusi Industri .....                                                  | 281     |
| Gambar 14.1. Metode Pengestimasi Permintaan .....                                               | 307     |