

Fitriya Andriyani, S.Pd., M.Akun., CAP., CPAS., CFA.  
Prisilia Angel Tantri, S.E., M.M.  
Rezha Isyraqi Qastalano, S.ST., M.MT.  
Imam Abrori, S.E., M.M.

# Pengantar Manajemen



# *Pengantar* **Manajemen**

**Fitriya Andriyani, S.Pd., M.Akun., CAP., CPAS., CFA.**

**Prisilia Angel Tantri, S.E., M.M.**

**Rezha Isyraqi Qastalano, S.ST., M.MT.**

**Imam Abrori, S.E., M.M.**

## **PENGANTAR MANAJEMEN**

Penulis:

**Fitriya Andriyani, S.Pd., M.Akun., CAP., CPAS., CFA.**

**Prisilia Angel Tantri, S.E., M.M.**

**Rezha Isyraqi Qastalano, S.ST., M.MT.**

**Imam Abrori, S.E., M.M.**

Desain Cover:

**Andi Juliandi**

Sumber Ilustrasi:

**www.freepik.com**

Tata Letak:

**Handarini Rohana**

Editor:

**Fitriya Andriyani, S.Pd., M.Akun., CAP., CPAS., CFA.**

ISBN:

**978-634-317-084-6**

Cetakan Pertama:

**Agustus, 2026**

---

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

**by Penerbit Widina Media Utama**

---

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

**PENERBIT:**

**WIDINA MEDIA UTAMA**

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

**Anggota IKAPI No. 519/JBA/2025**

*Website:* [www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com)

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

Telepon (022) 87355370

# KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga buku berjudul "Pengantar Manajemen" ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini disusun sebagai upaya untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai prinsip-prinsip dasar manajemen, sekaligus mengintegrasikannya dengan perkembangan dunia bisnis di era transformasi digital yang sangat dinamis.

Dunia usaha saat ini tengah mengalami pergeseran paradigma yang signifikan. Kehadiran teknologi informasi tidak hanya mengubah cara organisasi beroperasi, tetapi juga mengubah fundamental dalam pengelolaan sumber daya manusia, strategi pemasaran, hingga manajemen rantai pasok. Oleh karena itu, buku ini dirancang secara sistematis untuk menjembatani teori manajemen konvensional dengan praktik bisnis modern.

Materi dalam buku ini mencakup 11 bab utama, yang dimulai dari pendahuluan manajemen bisnis dan pengenalan lingkungan bisnis. Penulis juga membedah secara mendalam fungsi-fungsi manajemen klasik (perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian) dengan penyesuaian pada konteks organisasi digital, struktur organisasi *agile*, hingga pemanfaatan teknologi mutakhir seperti *Artificial Intelligence* (AI), *Big Data*, dan *Blockchain*. Selain itu, aspek etika, hukum bisnis digital, serta inovasi kewirausahaan juga menjadi sorotan penting guna membekali pembaca dengan etika kerja dan tanggung jawab sosial yang kuat.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari para pembaca sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga buku ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ilmu manajemen dan menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa, praktisi bisnis, maupun masyarakat umum yang ingin memahami tata kelola organisasi di era digital.

10 Agustus, 2026

**Penulis**

# DAFTAR ISI

|                                                                                      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                                                          | <b>iii</b> |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                                              | <b>iv</b>  |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN MANAJEMEN BISNIS .....</b>                                      | <b>1</b>   |
| A. Capaian Pembelajaran .....                                                        | 1          |
| B. Pendahuluan .....                                                                 | 2          |
| C. Peran Manajemen dalam Dunia Usaha .....                                           | 3          |
| D. Karakteristik Bisnis Konvensional .....                                           | 3          |
| E. Karakteristik Bisnis <i>Online</i> .....                                          | 4          |
| F. Perbedaan Bisnis Konvensional dan Bisnis <i>Online</i> .....                      | 5          |
| G. Tren Perkembangan Bisnis di Era Digital .....                                     | 7          |
| H. Studi Kasus .....                                                                 | 9          |
| I. Rangkuman .....                                                                   | 10         |
| J. Evaluasi .....                                                                    | 10         |
| <b>BAB 2 LINGKUNGAN BISNIS .....</b>                                                 | <b>15</b>  |
| A. Capaian Pembelajaran .....                                                        | 15         |
| B. Pendahuluan .....                                                                 | 16         |
| C. Studi Kasus .....                                                                 | 20         |
| D. Rangkuman .....                                                                   | 22         |
| E. Evaluasi .....                                                                    | 22         |
| <b>BAB 3 FUNGSI MANAJEMEN DALAM BISNIS .....</b>                                     | <b>25</b>  |
| A. Capaian Pembelajaran .....                                                        | 25         |
| B. Pendahuluan .....                                                                 | 26         |
| C. Perencanaan ( <i>Planning</i> ) .....                                             | 27         |
| D. Pengorganisasian ( <i>Organizing</i> ) .....                                      | 30         |
| E. Kepemimpinan ( <i>Leading</i> ) .....                                             | 32         |
| F. Pengendalian ( <i>Controlling</i> ) .....                                         | 34         |
| G. Relevansi Fungsi Manajemen di Era Bisnis Digital Adaptasi & Praktik Terbaru ..... | 36         |
| H. Studi Kasus .....                                                                 | 37         |
| I. Rangkuman .....                                                                   | 38         |
| J. Evaluasi .....                                                                    | 38         |
| <b>BAB 4 STRUKTUR DAN DESAIN ORGANISASI .....</b>                                    | <b>43</b>  |
| A. Capaian Pembelajaran .....                                                        | 44         |
| B. Pendahuluan .....                                                                 | 44         |
| C. Bentuk Organisasi Bisnis .....                                                    | 45         |
| D. Organisasi Tradisional vs. Organisasi Digital .....                               | 48         |

|                                                                                |            |
|--------------------------------------------------------------------------------|------------|
| E. <i>Startup, Platform, dan Ekosistem Bisnis Digital</i> .....                | 51         |
| F. <i>Agile Organization dan Remote Working</i> .....                          | 55         |
| G. Studi Kasus.....                                                            | 58         |
| H. Rangkuman.....                                                              | 59         |
| I. Evaluasi .....                                                              | 60         |
| <b>BAB 5 MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA.....</b>                                | <b>65</b>  |
| A. Capaian Pembelajaran.....                                                   | 66         |
| B. Pendahuluan.....                                                            | 66         |
| C. Rekrutmen, Seleksi, dan Pelatihan Karyawan .....                            | 68         |
| D. Pengelolaan Kinerja dan Motivasi Kerja .....                                | 72         |
| E. Kompetensi Digital dan <i>Future Skills</i> .....                           | 73         |
| F. Manajemen Talenta dalam Bisnis Digital .....                                | 76         |
| G. Studi Kasus.....                                                            | 78         |
| H. Rangkuman.....                                                              | 80         |
| I. Evaluasi .....                                                              | 81         |
| <b>BAB 6 MANAJEMEN PEMASARAN.....</b>                                          | <b>85</b>  |
| A. Capaian Pembelajaran.....                                                   | 85         |
| B. Konsep Dasar Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....                         | 85         |
| C. <i>Marketing Mix</i> 4P dan 7P .....                                        | 88         |
| D. <i>Digital Marketing</i> (SEO, SEM, Media Sosial, <i>e-Commerce</i> ) ..... | 90         |
| E. Studi Kasus.....                                                            | 93         |
| F. Rangkuman.....                                                              | 96         |
| G. Evaluasi .....                                                              | 96         |
| <b>BAB 7 MANAJEMEN OPERASIONAL DAN RANTAI PASOK .....</b>                      | <b>101</b> |
| A. Capaian Pembelajaran.....                                                   | 101        |
| B. Pendahuluan .....                                                           | 102        |
| C. Manfaat Manajemen Operasional .....                                         | 102        |
| D. <i>Supply Chain</i> .....                                                   | 105        |
| E. Digitalisasi dalam Operasional .....                                        | 106        |
| F. <i>E-Logistics</i> .....                                                    | 109        |
| G. Manajemen <i>Inventory</i> Digital.....                                     | 111        |
| H. Studi Kasus.....                                                            | 113        |
| I. Rangkuman.....                                                              | 114        |
| J. Evaluasi .....                                                              | 115        |
| <b>BAB 8 MANAJEMEN KEUANGAN DAN AKUNTANSI BISNIS .....</b>                     | <b>119</b> |
| A. Capaian Pembelajaran.....                                                   | 119        |
| B. Pendahuluan.....                                                            | 120        |
| C. Konsep Dasar Manajemen Keuangan.....                                        | 121        |
| D. Akuntansi Bisnis .....                                                      | 127        |
| E. Perencanaan Anggaran dan Pengendalian Biaya .....                           | 135        |

|                                                                                                  |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| F. <i>Financial Technology (Fintech)</i> dalam Bisnis Digital .....                              | 137        |
| G. Studi Kasus.....                                                                              | 140        |
| H. Rangkuman .....                                                                               | 141        |
| I. Evaluasi .....                                                                                | 142        |
| <b>BAB 9 INOVASI DAN KEWIRAUSAHAAN DIGITAL .....</b>                                             | <b>145</b> |
| A. Capaian Pembelajaran .....                                                                    | 145        |
| B. Pendahuluan.....                                                                              | 146        |
| C. Inovasi .....                                                                                 | 148        |
| D. Model Bisnis Digital .....                                                                    | 149        |
| E. <i>Design Thinking</i> .....                                                                  | 151        |
| F. <i>Startup</i> .....                                                                          | 154        |
| G. <i>Lean Startup</i> .....                                                                     | 156        |
| H. Studi Kasus.....                                                                              | 158        |
| I. Rangkuman .....                                                                               | 159        |
| J. Evaluasi .....                                                                                | 159        |
| <b>BAB 10 ETIKA, HUKUM, DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL .....</b>                                      | <b>163</b> |
| A. Capaian Pembelajaran .....                                                                    | 163        |
| B. Pendahuluan.....                                                                              | 164        |
| C. Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial (CSR) .....                                            | 166        |
| D. Perlindungan Data dan Privasi Konsumen .....                                                  | 172        |
| E. Hukum Bisnis Digital ( <i>E-Commerce</i> , Hak Cipta, Perlindungan Konsumen).....             | 176        |
| F. Keberlanjutan ( <i>Sustainability</i> ) dalam Bisnis .....                                    | 178        |
| G. Studi Kasus.....                                                                              | 181        |
| H. Kesimpulan .....                                                                              | 182        |
| I. Evaluasi .....                                                                                | 184        |
| <b>BAB 11 TEKNOLOGI DAN TRANSFORMASI DIGITAL .....</b>                                           | <b>189</b> |
| A. Tujuan Pembelajaran.....                                                                      | 189        |
| B. Peran Teknologi dalam Bisnis .....                                                            | 189        |
| C. <i>Big Data</i> , <i>AI</i> , <i>Blockchain</i> , <i>Cloud Computing</i> .....                | 192        |
| D. Otomatisasi dan Digital <i>Platform</i> .....                                                 | 194        |
| E. Masa Depan Bisnis Digital ( <i>Web 3.0</i> , <i>Metaverse</i> , <i>Green Business</i> ) ..... | 194        |
| F. Studi Kasus.....                                                                              | 195        |
| G. Rangkuman .....                                                                               | 196        |
| H. Evaluasi .....                                                                                | 197        |
| <b>PROFIL PENULIS .....</b>                                                                      | <b>200</b> |

# BAB 1

## PENDAHULUAN MANAJEMEN BISNIS

Bab ini membahas konsep dasar manajemen bisnis sebagai landasan utama dalam memahami aktivitas dan proses pengelolaan organisasi. Pembahasan diawali dengan pengertian bisnis dan manajemen, peran manajemen dalam dunia usaha, serta hubungan antara fungsi manajemen dengan pencapaian tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Mahasiswa juga diperkenalkan pada karakteristik bisnis konvensional dan bisnis *online* beserta perbedaan mendasar di antara keduanya.

Selain itu, bab ini menguraikan perkembangan dunia bisnis di era digital yang ditandai dengan pemanfaatan teknologi informasi, internet, media sosial, dan *platform* digital dalam aktivitas bisnis. Berbagai model bisnis digital seperti B2B, B2C, C2C, dan C2B juga dibahas untuk memberikan pemahaman mengenai transformasi pola transaksi dan interaksi bisnis modern.

Melalui pembelajaran pada bab ini, mahasiswa diharapkan mampu memahami peran strategis manajemen dalam mendukung keberhasilan bisnis, menganalisis perubahan lingkungan usaha akibat perkembangan teknologi digital, serta memiliki wawasan awal mengenai tantangan dan peluang bisnis di era transformasi digital.

### A. CAPAIAN PEMBELAJARAN

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. Memahami konsep dasar bisnis dan manajemen serta hubungan keduanya dalam organisasi.
2. Menjelaskan peran dan fungsi manajemen dalam mendukung aktivitas bisnis secara efektif dan efisien.
3. Membedakan karakteristik bisnis konvensional dan bisnis *online* dalam konteks perkembangan ekonomi digital.

## B. Soal Essay

1. Jelaskan pengertian manajemen dan bisnis menurut pemahaman Anda!
2. Mengapa manajemen penting dalam menjalankan suatu usaha atau organisasi?
3. Jelaskan perbedaan bisnis konvensional dan bisnis *online* beserta contohnya!
4. Bagaimana perkembangan teknologi digital memengaruhi aktivitas bisnis modern?
5. Menurut Anda, apa saja keterampilan yang perlu dimiliki pelaku usaha agar mampu bersaing di era digital?

## C. Tugas Analisis

Amatilah satu usaha atau UMKM di sekitar Anda yang telah menggunakan media sosial atau *marketplace* dalam menjalankan bisnisnya. Kemudian analisis:

1. bentuk transformasi digital yang dilakukan,
2. manfaat yang diperoleh,
3. kendala yang dihadapi,
4. serta peran manajemen dalam mendukung perkembangan usaha tersebut.

Tuliskan hasil analisis dalam bentuk laporan singkat sebanyak 2–3 halaman.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. A., & Purnomo, S. (2021). Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Surakarta. *Sebatik*, 25(1), 234–240. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1293>
- Astuti, A. W., Sayudin, & Muharam, A. (2023, September 9). *Perkembangan Bisnis Di Era Digital*. <https://jmi.rivierapublishing.id/index.php/rp/article/view/554/644>
- Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (2007). Pengantar bisnis kontemporer. *Edisi Sebelas, Jakarta: Salemba Empat*.
- Bunjamin, A. (2015). Masih Jaman Bisnis Konvensional.
- Drucker, P. F. (2019). *CONTROLS, CONTROL AND MANAGEMENT*. 219–230. <https://doi.org/10.4324/9780429422553-16>
- Evans, O. (2019). Repositioning for Increased Digital Dividends: Internet Usage and Economic Well-being in Sub-Saharan Africa. *Journal of Global Information Technology Management*, 22(1), 47–70. <https://doi.org/10.1080/1097198X.2019.1567218>

- Griffin, Ricky W & Ebert, Ronald J. 2007. *Bisnis Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Hendarsyah, D. (2015). *Bisnis Toko Online*. *Jurnal Iqtishaduna*.  
<http://bisnisukm.com/pentingnya-marketing-mix-dalam-berbisnis.html>,
- Hikmah, N. (2024). *Perancangan Model Bisnis Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas Dalam Pengembangan Unit Usaha Catering Pelangi Boga Balekambang*.  
<https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/14823/9977>
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. R. (2008). Structural Equation Modeling: Guidelines for Determining Model Fit. *Journal of Business Research*, 35.
- Junejo, I., Kazi2, A. S., Soomro, M., Siddique, M., & Juman, S. N. (2022, April 29). *Website content and consumer buying behavior: The mediating role of electronic word-of-mouth*.  
[https://www.researchgate.net/profile/Ikram-Uddin/publication/344246587\\_Website\\_content\\_and\\_consumer\\_buying\\_behavior\\_The\\_mediating\\_role\\_of\\_electronic\\_word-of-mouth/links/5f604931299bf1d43c04ecf0/Website-content-and-consumer-buying-behavior-The-mediating-role-of-electronic-word-of-mouth.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Ikram-Uddin/publication/344246587_Website_content_and_consumer_buying_behavior_The_mediating_role_of_electronic_word-of-mouth/links/5f604931299bf1d43c04ecf0/Website-content-and-consumer-buying-behavior-The-mediating-role-of-electronic-word-of-mouth.pdf)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing*
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2014). *Management information systems: Managing the digital firm*. Pearson, USA.
- Lima, M., & Baudier, P. (2017). Business Model Canvas Acceptance among French Entrepreneurship Students: Principles for Enhancing Innovation Artefacts in Business Education. *Journal of Innovation Economics & Management*, 23(2), 159–183.  
<https://doi.org/10.3917/E.JIE.PR1.0008>
- Nurngaeni, E. (2017). *Pemanfaatan Media Sosial (Online) sebagai Distribusi Barang Era Digital di Pasar Klewer Surakarta*. 6(1), 55–64.
- Rachmat, Z., Pandowo, A., Rukmana, A. Y., Haryanti, I., Sasongko, D. B. S., Nugraha, J. P., Tawil, Muh. R., Putra, I. G. J. E., Harinie, L. T., Salam, R., Sukaesih, I., Utami, N. W., Hartelina, & Darmawan, I. M. D. H. (2023, May). *Digital Marketing Dan E-Commerce*.  
[https://www.researchgate.net/profile/I-Made-Darmawan/publication/387275452\\_DIGITAL\\_MARKETING\\_DAN\\_E-COMMERCE/links/676641ffe74ca64e1f219fe0/DIGITAL-MARKETING-DAN-E-COMMERCE.pdf](https://www.researchgate.net/profile/I-Made-Darmawan/publication/387275452_DIGITAL_MARKETING_DAN_E-COMMERCE/links/676641ffe74ca64e1f219fe0/DIGITAL-MARKETING-DAN-E-COMMERCE.pdf)

- Terry, G. R. (2008). *Prinsip-prinsip manajemen*. <https://library.stik-ptik.ac.id>
- Tharob, G. F., Mingkid, E., & Paputungan, R. (2017). *ANALISIS HAMBATAN BISNIS ONLINE BAGI MAHASISWA UNSRAT*. (2).
- Worley, C. G., Williams, T., & Lawler, E. (2014). The agility factor-Building Adaptable *Organizations* for Superior Performance. *Book*, 208–223. [https://books.google.com/books/about/The\\_Agility\\_Factor.html?hl=id&id=BVrwAwAAQBAJ](https://books.google.com/books/about/The_Agility_Factor.html?hl=id&id=BVrwAwAAQBAJ)

# BAB 2

## LINGKUNGAN BISNIS

Bab ini membahas landasan fundamental mengenai lingkungan internal dan eksternal yang memengaruhi operasi dan kinerja suatu bisnis. Dalam dunia bisnis yang kompleks dan dinamis, kesuksesan suatu organisasi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan faktor internalnya, tetapi juga oleh kemampuannya dalam merespons berbagai faktor eksternal yang seringkali tidak dapat dikendalikan. Bab ini akan mengajak mahasiswa untuk memahami kerangka analisis sistematis, termasuk analisis PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, dan Legal), SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*) untuk memindai lanskap makro-ekonomi. Selain itu, bab ini juga akan mendalami dinamika persaingan bisnis global serta dampak disruptif dari transformasi digital terhadap lingkungan bisnis kontemporer. Pemahaman mendalam tentang konsep-konsep ini merupakan prasyarat bagi calon manajer untuk merumuskan strategi yang adaptif, *resilient*, dan berkelanjutan.

### A. CAPAIAN PEMBELAJARAN

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. Memahami konsep dan ruang lingkup lingkungan bisnis dalam aktivitas organisasi dan dunia usaha.
2. Mengidentifikasi faktor lingkungan internal dan eksternal yang memengaruhi keberlangsungan bisnis.
3. Menganalisis pengaruh lingkungan ekonomi, sosial, budaya, politik, hukum, dan teknologi terhadap perkembangan organisasi.
4. Menjelaskan dampak globalisasi dan transformasi digital terhadap persaingan bisnis modern.
5. Menggunakan pendekatan analisis lingkungan bisnis seperti SWOT dan PESTEL untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan usaha.
6. Mengevaluasi strategi organisasi dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif.

## **B. Soal Essay**

1. Jelaskan pengertian lingkungan bisnis dan pentingnya bagi organisasi!
2. Jelaskan mengapa analisis PESTEL penting bagi sebuah perusahaan dalam menyusun strategi bisnisnya!
3. Berikan masing-masing satu contoh konkret bagaimana faktor Teknologi (T) dapat menjadi sebuah Peluang (*Opportunity*) dan sekaligus Ancaman (*Threat*) bagi sebuah perusahaan perbankan!
4. Faktor *Legal* dan *Political* dalam PESTEL sering kali saling berkaitan. Berikan satu contoh yang menunjukkan keterkaitan antara kedua faktor tersebut!
5. Menurut Anda, mengapa perusahaan harus mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang dinamis?

## **C. Tugas Analisis**

Amatilah satu usaha atau perusahaan di sekitar Anda yang mengalami perubahan akibat perkembangan teknologi atau perubahan lingkungan bisnis. Kemudian analisis:

1. faktor lingkungan internal dan eksternal yang memengaruhi usaha tersebut,
2. tantangan dan peluang yang dihadapi,
3. serta strategi adaptasi yang dilakukan perusahaan.

Tuliskan hasil analisis dalam bentuk laporan singkat sebanyak 2–3 halaman.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Armstrong Gregory John Lee, B. (2021). *Introduction to Digital Business*. Silk Route Press.
- Hasibuan, Malayu, S.P. (2004). *Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suryani, N. K et.al. (2021). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.

# BAB 3

## FUNGSI MANAJEMEN DALAM BISNIS

Bab ini membahas fungsi-fungsi dasar manajemen yang menjadi landasan utama dalam pengelolaan organisasi dan aktivitas bisnis. Pembahasan difokuskan pada empat fungsi utama manajemen, yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan atau kepemimpinan (*leading/directing*), dan pengendalian (*controlling*). Keempat fungsi tersebut saling berkaitan dan berperan penting dalam membantu organisasi mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

Selain menjelaskan konsep dan tahapan setiap fungsi manajemen, bab ini juga menguraikan penerapan fungsi manajemen dalam dunia bisnis modern, termasuk pada organisasi berbasis digital. Mahasiswa akan memahami bagaimana proses perencanaan strategi, pembagian tugas, koordinasi tim, pengambilan keputusan, hingga pengawasan kinerja dilakukan dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif.

Dalam era transformasi digital, fungsi manajemen tidak hanya dilakukan secara konvensional, tetapi juga didukung oleh teknologi informasi dan sistem digital untuk meningkatkan efektivitas organisasi. Oleh karena itu, melalui bab ini mahasiswa diharapkan mampu memahami pentingnya fungsi manajemen dalam menjalankan aktivitas bisnis, menganalisis penerapannya dalam organisasi, serta mengevaluasi peran manajemen dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis modern.

### A. CAPAIAN PEMBELAJARAN

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. Memahami konsep dan fungsi dasar manajemen dalam organisasi dan aktivitas bisnis.
2. Menjelaskan fungsi manajemen yang meliputi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan/kepemimpinan (*leading/directing*), dan pengendalian (*controlling*).

## DAFTAR PUSTAKA

- Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2021). Transformational leadership (3rd ed.). Routledge.
- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2023). Digital *business* strategy and *organizational* transformation. *MIS Quarterly Executive*, 22(1), 1–15.
- Daft, R. L. (2021). Management (14th ed.). Cengage Learning.
- Denning, S. (2018). The age of *agile*: How smart companies are transforming the way work gets done. AMACOM.
- El Sawy, O. A., Kræmmergaard, P., Henriksen, H. Z., & Vinther, A. M. A. (2023). How LEGO built the foundations and enterprise capabilities for digital leadership. MIT CISR Research Briefing.
- Fayol, H. (1916). Administration industrielle et générale. Dunod.
- Grant, R. M. (2021). Contemporary strategy analysis (11th ed.). Wiley.
- Greenleaf, R. K. (2002). Servant leadership: A journey into the nature of legitimate power and greatness. Paulist Press.
- Griffin, R. W. (2022). Fundamentals of management (9th ed.). Cengage Learning.
- Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (2022). Strategic management theory: An integrated approach (14th ed.). Cengage Learning.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2020). Strategic management: Competitiveness and globalization (13th ed.). Cengage Learning.
- Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2019). Accelerating digital innovation inside and out: *Agile* teams, ecosystems, and ethics. MIT Sloan Management Review.
- Luthans, F. (2021). *Organizational* behavior: An evidence-based approach (14th ed.). McGraw-Hill Education.
- Northouse, P. G. (2022). Leadership: Theory and practice (9th ed.). Sage Publications.
- Rialti, R., Marzi, G., & Silic, M. (2024). Digital leadership and *agile organizations* in the era of *business* transformation. *Journal of Business Research*, 172, 114450.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2023). Management (16th ed.). Pearson Education.
- Schermerhorn, J. R. (2020). Management (14th ed.). Wiley.
- Yoo, Y., Henfridsson, O., & Lyytinen, K. (2021). Research commentary—The new *organizing* logic of digital innovation: An agenda for information systems research. *Information Systems Research*, 32(1), 1–18.

# BAB 4

## STRUKTUR DAN DESAIN ORGANISASI

Bab ini membahas konsep struktur dan desain organisasi sebagai bagian penting dalam pengelolaan bisnis dan organisasi modern. Pembahasan diawali dengan pengertian struktur organisasi, fungsi struktur dalam mendukung koordinasi kerja, serta hubungan antara pembagian tugas, wewenang, tanggung jawab, dan alur komunikasi dalam organisasi. Mahasiswa juga akan mempelajari bagaimana struktur organisasi membantu perusahaan mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

Selain itu, bab ini menguraikan berbagai bentuk struktur organisasi, seperti struktur fungsional, divisional, matriks, hingga struktur organisasi modern berbasis tim dan digital. Perkembangan lingkungan bisnis yang dinamis dan transformasi digital menyebabkan organisasi perlu merancang struktur yang lebih fleksibel, kolaboratif, dan adaptif terhadap perubahan pasar serta teknologi. Oleh karena itu, desain organisasi tidak lagi hanya berfokus pada hierarki formal, tetapi juga pada kemampuan organisasi dalam mendukung inovasi, komunikasi, dan pengambilan keputusan yang cepat.

Bab ini juga membahas faktor-faktor yang memengaruhi desain organisasi, seperti strategi bisnis, ukuran organisasi, budaya organisasi, teknologi, dan lingkungan bisnis. Dalam konteks era digital, organisasi dituntut mampu mengembangkan desain kerja yang mendukung kolaborasi virtual, penggunaan teknologi informasi, dan pengelolaan sumber daya manusia yang lebih dinamis.

Melalui pembelajaran pada bab ini, mahasiswa diharapkan mampu memahami pentingnya struktur dan desain organisasi dalam mendukung efektivitas kerja, menganalisis penerapan berbagai bentuk struktur organisasi dalam dunia bisnis, serta mengevaluasi kebutuhan organisasi modern terhadap desain organisasi yang fleksibel, inovatif, dan adaptif di era transformasi digital.

### C. Tugas Analisis

Amatilah satu organisasi, perusahaan, sekolah, atau UMKM di sekitar Anda. Kemudian analisis:

1. bentuk struktur organisasi yang digunakan,
2. pembagian tugas dan alur koordinasi kerja,
3. pemanfaatan teknologi dalam organisasi,
4. serta kelebihan dan kelemahan desain organisasi tersebut.

Berikan pula saran atau rekomendasi agar organisasi tersebut dapat lebih efektif dan adaptif menghadapi perkembangan lingkungan bisnis dan teknologi digital. Tuliskan hasil analisis dalam bentuk laporan singkat sebanyak 2–3 halaman.

### DAFTAR PUSTAKA

- Beck, K., Beedle, M., van Bennekum, A., Cockburn, A., Cunningham, W., Fowler, M., ... Thomas, D. (2001). *Manifesto for agile software development*. Agile Alliance.
- Bengtsson, M., & Kock, S. (2022). Coopetition in *business networks*: To cooperate and compete simultaneously. *Industrial Marketing Management*, 102, 12–21.
- Blank, S. (2023). *The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*. Wiley.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2022). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. W. W. Norton & Company.
- Daft, R. L. (2021). *Organization theory and design* (13th ed.). Cengage Learning.
- Deloitte. (2024). *Digital transformation and ecosystem report 2024*. Deloitte Insights.
- Denning, S. (2022). *The age of agile: How smart companies are transforming the way work gets done*. AMACOM.
- Dyer, J., Gregersen, H., & Christensen, C. M. (2023). *The innovator's DNA: Mastering the five skills of disruptive innovators*. Harvard Business Review Press.
- Gartner. (2024). *Future of work trends: Hybrid and remote working report*. Gartner Research.
- Hanelt, A., Bohnsack, R., Marz, D., & Antunes Marante, C. (2021). A systematic review of the literature on digital transformation: Insights and implications for strategy and *organizational change*. *Journal of Management Studies*, 58(5), 1159–1197.

- Harvard *Business Review*. (2023). *Remote work and organizational culture in the digital age*. Harvard *Business Publishing*.
- Iansiti, M., & Lakhani, K. R. (2021). *Competing in the age of AI: Strategy and leadership when algorithms and networks run the world*. Harvard *Business Review Press*.
- Jacobides, M. G., Cennamo, C., & Gawer, A. (2023). Towards a theory of ecosystems. *Strategic Management Journal*, 44(3), 515–537.
- Jones, G. R. (2022). *Organizational theory, design, and change* (8th ed.). Pearson Education.
- Joseph, J. (2025). *Organizational design in the digital era: Flexibility, innovation, and platform ecosystems*. *Journal of Business Strategy*, 46(1), 22–35.
- Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2023). Accelerating digital innovation inside and out: *Agile teams, ecosystems, and ethics*. MIT Sloan Management Review.
- KPMG. (2024). *Agile hybrid workplace report 2024*. KPMG International.
- McKinsey & Company. (2024). *The state of agile organizations and hybrid work*. McKinsey Global Institute.
- Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2023). *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy*. W. W. Norton & Company.
- Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown *Business*.
- Rigby, D. K., Sutherland, J., & Noble, A. (2023). *Agile at scale: How to transform your organization*. Harvard *Business Review*, 101(2), 88–100.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2022). *Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Tiwana, A. (2022). *Platform ecosystems: Aligning architecture, governance, and strategy* (2nd ed.). Morgan Kaufmann.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2023). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard *Business Review Press*.

# BAB 5

## MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

Bab ini membahas konsep, peran, dan praktik Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) sebagai salah satu fungsi strategis dalam organisasi bisnis modern. Sumber daya manusia tidak lagi dipandang sekadar tenaga kerja, tetapi sebagai aset utama yang menentukan daya saing, inovasi, dan keberlanjutan organisasi. Oleh karena itu, MSDM memiliki peran penting dalam mengelola manusia secara efektif agar mampu mencapai tujuan organisasi sekaligus memenuhi kebutuhan pengembangan individu.

Pembahasan dalam bab ini mencakup berbagai aspek utama MSDM, mulai dari perencanaan sumber daya manusia, rekrutmen dan seleksi, pelatihan dan pengembangan, manajemen kinerja, kompensasi, hingga hubungan kerja dan pengelolaan budaya organisasi. Selain itu, bab ini juga menguraikan bagaimana organisasi membangun lingkungan kerja yang produktif, kolaboratif, dan adaptif terhadap perubahan bisnis yang semakin dinamis.

Dalam era transformasi digital, praktik MSDM mengalami perubahan signifikan. Penggunaan *Human Resource Information System (HRIS)*, *artificial intelligence* dalam proses rekrutmen, *people analytics*, serta sistem kerja *hybrid* dan *remote working* telah mengubah cara organisasi mengelola karyawan. Organisasi modern dituntut tidak hanya mampu memperoleh talenta terbaik, tetapi juga mempertahankan, mengembangkan, dan meningkatkan keterlibatan karyawan dalam lingkungan kerja berbasis teknologi.

Bab ini juga membahas tantangan MSDM di era digital, seperti perubahan pola kerja generasi baru, kebutuhan peningkatan kompetensi digital, manajemen keberagaman tenaga kerja, serta pentingnya *employee well-being* dan *work-life balance*. Berbagai contoh penerapan MSDM pada perusahaan modern dan organisasi digital akan digunakan untuk memberikan gambaran nyata mengenai praktik pengelolaan sumber daya manusia dalam dunia bisnis kontemporer.

### C. Tugas Analisis

Amatilah salah satu perusahaan atau organisasi di sekitar Anda yang telah menggunakan teknologi digital dalam pengelolaan sumber daya manusia.

Kemudian lakukan analisis mengenai:

1. Bentuk penerapan teknologi digital dalam MSDM.
2. Dampak penggunaan teknologi terhadap efektivitas kerja karyawan.
3. Tantangan yang dihadapi organisasi dalam mengelola SDM di era digital.
4. Solusi atau strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pengelolaan SDM.

Tuliskan hasil analisis dalam bentuk laporan singkat sebanyak 2–3 halaman.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aguinis, H. (2019). *Performance management for dummies*. Wiley.
- Bersin, J. (2022). *Irresistible: The seven secrets of the world's most enduring, employee-focused organizations*. Kogan Page.
- Cappelli, P., & Keller, J. R. (2021). Talent management: Conceptual approaches and practical challenges. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 8(1), 305–331. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-012420-055025>
- Cedefop. (2022). *Future skills and the changing world of work*. European Centre for the Development of Vocational Training.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2017). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness*. Guilford Press.
- Dessler, G. (2020). *Human resource management (16th ed.)*. Pearson.
- Dweck, C. S. (2019). *Mindset: The new psychology of success*. Random House.
- Edmondson, A. C. (2019). *The fearless organization: Creating psychological safety in the workplace for learning, innovation, and growth*. Wiley.
- European Commission. (2022). *The Digital Competence Framework for Citizens (DigComp 2.2)*. Publications Office of the European Union.
- Garavan, T. N., Carbery, R., & Rock, A. (2021). Mapping talent development: Definition, scope and architecture. *European Journal of Training and Development*, 45(2/3), 123–145. <https://doi.org/10.1108/EJTD-09-2020-0148>
- Herzberg, F. (2019). *One more time: How do you motivate employees?* Harvard Business Review Press.

- Kirkpatrick, J. D., & Kirkpatrick, W. K. (2016). Kirkpatrick's four levels of training evaluation. ATD Press.
- Marler, J. H., & Boudreau, J. W. (2017). An evidence-based review of HR Analytics. *The International Journal of Human Resource Management*, 28(1), 3–26. <https://doi.org/10.1080/09585192.2016.1244699>
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2021). *Human resource management* (15th ed.). Cengage Learning.
- Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2021). *Human resource management: Gaining a competitive advantage* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- OECD. (2023). *OECD skills outlook 2023: Skills for a resilient green and digital transition*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/27452f30-en>
- Ulrich, D., Allen, J., Brockbank, W., Younger, J., & Nyman, M. (2020). *HR competency model: Mastery at the intersection of people and business*. Society for Human Resource Management.
- Ulrich, D., Brockbank, W., & Younger, J. (2021). *Reinventing the organization: How companies can deliver radically greater value in fast-changing markets*. McGraw-Hill.
- Vaiman, V., Sparrow, P., & Collings, D. G. (2022). Talent management in the digital age: Challenges and *opportunities*. *Journal of World Business*, 57(5), 101310. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2022.101310>
- van Laar, E., van Deursen, A. J. A. M., van Dijk, J. A. G. M., & de Haan, J. (2020). The relation between 21st-century *skills* and digital *skills*: A systematic literature review. *Computers in Human Behavior*, 72, 577–588. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.010>
- Vrontis, D., Christofi, M., Pereira, V., Tarba, S., Makrides, A., & Trichina, E. (2022). *Artificial intelligence, robotics, advanced technologies and human resource management: A systematic review*. *The International Journal of Human Resource Management*, 33(6), 1237–1266. <https://doi.org/10.1080/09585192.2020.1871398>
- World Economic Forum. (2023). *The future of jobs report 2023*. World Economic Forum.

# BAB 6

## MANAJEMEN PEMASARAN

Bab ini akan membawa mahasiswa memasuki dunia dinamis pemasaran, yang merupakan ujung tombak dari setiap bisnis. Kita akan membongkar paradigma bahwa pemasaran sekadar menjual atau mengiklankan produk. Sebaliknya, pemasaran adalah sebuah filosofi bisnis yang berpusat pada penciptaan, komunikasi, penyampaian, dan pertukaran nilai yang memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Melalui bab ini, mahasiswa akan mempelajari fondasi konseptual manajemen pemasaran, *marketing mix* klasik (4P) dan pengembangannya (7P), serta transformasi digital yang mengubah lanskap pemasaran modern, termasuk *digital marketing*, *customer experience*, dan CRM.

### A. CAPAIAN PEMBELAJARAN

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. Memahami konsep dasar pemasaran dan manajemen pemasaran.
2. Menganalisis dan merancang bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P dan 7P dalam konteks bisnis yang berbeda.
3. Menjelaskan berbagai alat dan strategi dalam pemasaran digital (SEO, SEM, Media Sosial, *E-commerce*).
4. Memahami pentingnya *Customer Experience* (CX) dan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam membangun loyalitas pelanggan.
5. Mengaplikasikan konsep-konsep pemasaran untuk memecahkan studi kasus bisnis sederhana.

### B. KONSEP DASAR PEMASARAN DAN MANAJEMEN PEMASARAN

Menurut *American Marketing Association* (AMA), **pemasaran** adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat pada umumnya.

10. Strategi pemasaran digital mana yang berfokus pada peringkat organik di mesin pencari tanpa membayar?
- a. SEM
  - b. CRM
  - c. SEO
  - d. *E-commerce*

## **B. Soal Essay**

1. Jelaskan perbedaan mendasar antara Konsep Penjualan dan Konsep Pemasaran! Berikan satu contoh untuk masing-masing konsep.
2. Sebuah perusahaan jasa perawatan AC ingin meningkatkan loyalitas pelanggan. Tentukan dengan menggunakan konsep *marketing mix* 7P!
3. Mengapa pemasaran digital menjadi kebutuhan utama bagi perusahaan di era modern? Jelaskan disertai contoh!
4. Jelaskan pentingnya *Customer Experience* (CX) dan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam membangun loyalitas pelanggan!
5. Menurut Anda, bagaimana media sosial dan *e-commerce* dapat membantu perusahaan meningkatkan penjualan dan memperluas pasar?

## **C. Tugas Analisis**

Budi membuka kedai kopi spesialis "Kopi Teman" di sebuah gang kecil. Kopinya berkualitas tinggi, tetapi sepi pengunjung." Analisislah situasi Budi menggunakan minimal TIGA konsep yang telah dipelajari dalam bab ini (misalnya: 7P, *Digital Marketing*, CX) dan berikan dua rekomendasi strategis yang dapat dilakukannya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- American *Marketing* Association. (2022). *Definitions of marketing*. American Marketing Association
- Buttle, F., & Maklan, S. (2019). *Customer relationship management: Concepts and technologies* (4th ed.). Routledge.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing* (8th ed.). Pearson Education.
- Google. (2024). *Google Ads Help Center*. Google Ads Help Center
- HubSpot. (2023). *What is CRM?* HubSpot CRM Guide
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing*. Pearson.

- Kotler, P., Hermawan, K., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- McCarthy, E. J. (1960). *Basic marketing: A managerial approach*. Richard D. Irwin.
- Salesforce. (2023). *What is customer relationship management (CRM)?* Salesforce CRM Guide
- Schmitt, B. (2011). *Experience marketing: Concepts, frameworks and consumer insights*. Foundations and Trends in Marketing.

# BAB 7

## MANAJEMEN OPERASIONAL DAN RANTAI PASOK

Bab *Manajemen Operasional dan Rantai Pasok* membahas bagaimana organisasi mengelola proses produksi barang dan jasa secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan. Pembahasan meliputi konsep dasar manajemen operasional, perencanaan produksi, pengendalian kualitas, manajemen persediaan, serta pengelolaan logistik dalam mendukung kelancaran aktivitas bisnis. Melalui bab ini, mahasiswa akan memahami pentingnya fungsi operasional sebagai bagian strategis dalam menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan.

Selain itu, bab ini juga membahas konsep *Supply Chain Management* (SCM) yang menekankan koordinasi antara pemasok, produsen, distributor, hingga konsumen akhir. Perkembangan teknologi digital turut mendorong perubahan dalam pengelolaan rantai pasok yang lebih cepat, terintegrasi, dan berbasis data. Dengan memahami materi ini, mahasiswa diharapkan mampu menganalisis permasalahan operasional serta merancang strategi pengelolaan operasi dan rantai pasok yang efektif di era bisnis modern.

### A. CAPAIAN PEMBELAJARAN

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. Memahami konsep dasar manajemen operasional dan rantai pasok dalam organisasi bisnis.
2. Menjelaskan proses produksi, pengendalian kualitas, dan manajemen persediaan secara efektif.
3. Menganalisis pengelolaan logistik dan rantai pasok dalam mendukung kelancaran operasional perusahaan.
4. Memahami penerapan teknologi dan sistem informasi dalam manajemen operasional modern.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amri, F., Siti, E., & Riyadi, A. (2013). Analisis Implementasi Sistem ERP (Enterprise Resource Planning) (Studi pada PT. Jepe Press Media Utama Surabaya). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 2, Number 2).
- Chen, D. Q., Preston, D. S., & Swink, M. (2015). How the Use of Big Data Analytics Affects Value Creation in Supply Chain Management. *Journal of Management Information Systems*, 32(4), 4–39.  
<https://doi.org/10.1080/07421222.2015.1138364>
- Davenport, T., & Harris, J. (2017, September). *Competing on Analytics: Updated, with a New Introduction*.  
[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=LW9GDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT22&dq=Davenport+%26+Harris,+2017&ots=d1o0j-G\\_qZ&sig=BLku1STBnosZwkltXUqrsM-YVKA&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Davenport%20%26%20Harris%2C%202017&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=LW9GDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT22&dq=Davenport+%26+Harris,+2017&ots=d1o0j-G_qZ&sig=BLku1STBnosZwkltXUqrsM-YVKA&redir_esc=y#v=onepage&q=Davenport%20%26%20Harris%2C%202017&f=false)
- Dumanska, I., & MATVIIETS, O. (2021). *E-logistics: definitions, development and conceptual framework. Ius Modernum*, 115(2), 44–55.  
[https://doi.org/10.31617/ZT.KNUTE.2021\(115\)03](https://doi.org/10.31617/ZT.KNUTE.2021(115)03)
- Dumbill, E. (2013). The Human Face of Big Data: An Interview with Rick Smolan. In *Big Data* (Vol. 1, Number 1, pp. 5–9). Mary Ann Liebert Inc.  
<https://doi.org/10.1089/big.2013.1511>
- Gülenç, İ. F., & Karagöz, B. (2008). *E-Lojistik ve Türkiye’de E-Lojistik Uygulamaları. Kocaeli University Journal of Social Sciences*, 1(15), 73–91. <https://dergipark.org.tr/en/pub/kosbed/article/271243>
- Heizer Jay, Render Barry (2015). *Operations Management*. Jakarta  
<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnastek/article/view/1810/1487>
- Khare, G., & Sharma, G. (2025). *An Inventory Model for Deteriorating Goods with Exponential Declining Demand, Partial Stockpiling, and Fluctuating Holding and Ordering Cost with Salvage Value*. 315–325.  
[https://doi.org/10.1007/978-981-95-2314-6\\_19](https://doi.org/10.1007/978-981-95-2314-6_19)
- Kusuma, M. (2023, December). *Pengaruh Kinerja Operasi, Entitas Anak dan Asosiasi Terhadap Laba dan Ekuitas yang Diatribusi: Bukti dari Indonesia*.  
<https://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/4579/2321>
- Latief, Y., & Utami, R. (2010). Implementation of Six Sigma Method to Maintain The Quality of Construction Projects. *Makara Journal of Technology*, 13(2), 67-72.

- Limantara, A. D., Purnomo, Y. C. S., & Mudjanarko, S. W. (2017, November 1). Pemodelan Sistem Pelacakan Lot Parkir Kosong Berbasis Sensor Ultrasonic dan *Internet Of Things (Iot)* Pada Lahan Parkir Diluar Jalan.
- Milewski, D., & Wiśniewski, T. (2022). Regression analysis as an alternative method of determining the Economic Order Quantity and Reorder Point. *Heliyon*, 8(9). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10643>
- Monk, E. F. (2013). *Measuring the Effectiveness of Enterprise Resource Planning Education on Business Process Comprehension*.
- Nabila, & Jalaluddin. (2021). Analisis Efisiensi Biaya Bahan Baku Menggunakan Metode Just In TIME (Jit) Studi Kasus CV. Soya Aula di Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi Unsyiah*, 6(3), 375–384. <https://doi.org/10.24815/JIMEKA.V6I3.18749>
- Nguyen, T. T., Nguyen, H. T., Mai, H. T., & Tran, T. T. M. (2020). Determinants of digital banking services in Vietnam: Applying utaut2 model. *Asian Economic and Financial Review*, 10(6), 680–697. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2020.106.680.697>
- Novitasari, D. (2022). *MANAJEMEN OPERASI Konsep dan Esensi*. 3.
- Parinduri, L., Hasdiana, S., Purba, P. B., Sudarso, A., Marzuki, I., Armus, R.,... & Refelino, J. (2020). *Manajemen Operasional: Teori dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis.
- Pujawan, I Nyoman dan ER, Mahendrawati, (2010). *Supply Chain Management*. Surabaya: Guna widya.
- Tang, C. S., & Veelenturf, L. P. (2019). The strategic role of *logistics* in the industry 4.0 era. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 129, 1–11. <https://doi.org/10.1016/J.TRE.2019.06.004>
- Utama, R. E., Gani, N. A., Jaharuddin, & Priharta, A. (2019, October). *MANAJEMEN OPERASI*. [https://www.researchgate.net/profile/Rony-Utama/publication/344339931\\_Buku\\_Manajemen\\_Operasi\\_Full/link/s/65103524c05e6d1b1c2d616f/Buku-Manajemen-Operasi-Full.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Rony-Utama/publication/344339931_Buku_Manajemen_Operasi_Full/link/s/65103524c05e6d1b1c2d616f/Buku-Manajemen-Operasi-Full.pdf)
- Wahjono. (2021). Peran Manajemen Operasional dalam Menunjang Keberlangsungan Kegiatan Perusahaan. *JURNAL INFOKAM*.

# BAB 8

## MANAJEMEN KEUANGAN DAN AKUNTANSI BISNIS

Bab ini membahas konsep dasar manajemen keuangan dan akuntansi bisnis sebagai bagian penting dalam pengelolaan organisasi modern. Pembahasan diawali dengan pemahaman mengenai fungsi dan tujuan manajemen keuangan dalam mendukung pengambilan keputusan bisnis yang efektif dan efisien. Selanjutnya, bab ini menguraikan konsep dasar akuntansi bisnis, termasuk proses pencatatan, pelaporan, dan interpretasi informasi keuangan yang digunakan sebagai dasar evaluasi kinerja organisasi.

Selain itu, bab ini juga membahas perencanaan anggaran, pengendalian biaya, serta pentingnya pengelolaan arus kas dalam menjaga stabilitas dan keberlanjutan bisnis. Dalam konteks perkembangan teknologi digital, mahasiswa juga diperkenalkan pada peran *financial technology (fintech)* dan transformasi digital dalam sistem keuangan bisnis modern. Pembelajaran pada bab ini diharapkan mampu memberikan pemahaman komprehensif mengenai pentingnya pengelolaan keuangan dan informasi akuntansi dalam meningkatkan daya saing, transparansi, serta keberlanjutan organisasi di era digital.

### A. CAPAIAN PEMBELAJARAN

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. Menjelaskan konsep dasar manajemen keuangan dan akuntansi bisnis serta keterkaitannya dalam organisasi.
2. Menganalisis fungsi, tujuan, dan prinsip-prinsip manajemen keuangan dalam pengambilan keputusan bisnis.
3. Mengidentifikasi dan menjelaskan proses perencanaan keuangan, penganggaran, dan pengelolaan kas perusahaan.

### C. Tugas Analisis

Carilah satu contoh UMKM atau bisnis digital di sekitar Anda yang telah menggunakan sistem pembayaran digital atau aplikasi pencatatan keuangan. Kemudian analisis:

1. manfaat yang diperoleh bisnis tersebut,
2. kendala yang dihadapi,
3. serta pengaruh digitalisasi terhadap pengelolaan keuangannya.

Tuliskan hasil analisis dalam bentuk laporan singkat sebanyak 2–3 halaman.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. *Managerial Accounting*. McGraw-Hill Education., 2021.
- Assyarofi, A. A., & Ifada, L. M. "Accounting Information System Management, *Business Processes*, and The Quality of *Financial Reports Mechanism*." *Jurnal Akuntansi*, 2024: 15(2), 104-117.
- Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. "*Financial Management: Theory & Practice*." *Cengage Learning*., 2022.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. "rinciples of Managerial Finance." *Pearson Education*, 2018.
- Harahap, S. S. *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta:: RajaGrafindo Persada., 2020.
- Junaidi, J., Ridwan, R., & Fazli Syam, B. Z. "The Impact of *Financial Accounting Standard Implementation* and Internal Control Structure on *Financial Report Quality* and Annual Member Meetings." *International Journal of Finance, Economics and Business*., 2022: 1(2), 132-140.
- Sukenti, S. "*Financial Management Concepts*." *Journal of Contemporary Administration and Management*, 2023: 1(1), 13-16.
- Suryani, T., & Hendrawan, A. *inancial Technology dan Transformasi Industri Keuangan di Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish., 2021.

# BAB 9

## INOVASI DAN KEWIRAUSAHAAN DIGITAL

Bab Inovasi dan Kewirausahaan Digital membahas bagaimana perkembangan teknologi digital telah mengubah cara individu dan organisasi menciptakan, mengembangkan, dan mengelola usaha. Inovasi menjadi kunci utama dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin dinamis, di mana ide-ide baru, kreativitas, dan pemanfaatan teknologi digital berperan penting dalam menciptakan nilai tambah bagi produk maupun layanan.

Dalam bab ini, mahasiswa akan mempelajari konsep dasar inovasi, karakteristik kewirausahaan digital, serta model bisnis berbasis teknologi seperti *platform* digital, *e-commerce*, dan ekonomi berbagi. Selain itu, dibahas pula bagaimana digitalisasi membuka peluang usaha baru yang lebih fleksibel, cepat berkembang, dan memiliki jangkauan pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis.

Bab ini juga menekankan pentingnya kemampuan adaptasi, pemanfaatan data, serta penggunaan media digital dalam proses pengambilan keputusan bisnis. Dengan memahami materi ini, mahasiswa diharapkan mampu mengidentifikasi peluang usaha digital, merancang inovasi bisnis, serta mengembangkan strategi kewirausahaan yang relevan dengan perkembangan era industri 4.0 dan masyarakat digital.

### A. CAPAIAN PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. Menganalisis konsep dasar inovasi dan kewirausahaan digital serta perannya dalam perkembangan bisnis modern berbasis teknologi.
2. Mengidentifikasi peluang usaha digital berdasarkan tren pasar, perkembangan teknologi, dan kebutuhan konsumen di era ekonomi digital.

10. Sikap penting dalam kewirausahaan digital adalah...
  - a. Menolak perubahan
  - b. Kreatif dan adaptif
  - c. Pasif terhadap teknologi
  - d. Menghindari inovasi

### **B. Soal Essay**

1. Jelaskan pengertian inovasi dalam konteks kewirausahaan digital!
2. Mengapa kewirausahaan digital penting di era industri 4.0?
3. Uraikan manfaat penggunaan teknologi digital bagi UMKM!
4. Jelaskan tantangan utama dalam mengembangkan bisnis digital!
5. Bagaimana peran kreativitas dalam keberhasilan kewirausahaan digital?

### **C. Soal Analisis**

Sebuah UMKM kuliner di daerah Anda mengalami penurunan penjualan karena masih menggunakan sistem pemasaran tradisional. Di sisi lain, pesaingnya sudah menggunakan *platform* digital seperti media sosial dan aplikasi pemesanan *online*.

#### **Analisislah:**

1. Apa masalah utama yang dihadapi UMKM tersebut?
2. Hubungkan dengan konsep inovasi dan kewirausahaan digital!
3. Berikan solusi strategis berbasis teknologi digital agar UMKM tersebut dapat bersaing kembali di pasar!

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ardela, F. (2017). Teknologi finansial: Tengok dulu perkembangan *fintech* di Indonesia. *Finansialku*.
- Brown, T. (2008). *Design thinking*. *Harvard business review*, 86(6), 84.
- Dhillon, R., & Kaur, S. (n.d.). *e-Business & CRM*. Retrieved April 19, 2026, from <https://www.researchmanuscripts.com/isociety2012/64.pdf>
- Drucker, P. F. (1994). *The Theory of the Business*.  
[https://rlaexp.com/studio/biz/conceptual\\_resources/authors/peter\\_drucker/8-the-theory-of-the-business.pdf](https://rlaexp.com/studio/biz/conceptual_resources/authors/peter_drucker/8-the-theory-of-the-business.pdf)
- Harisno, H., & Pujadi, T. (2009). *E-BUSINESS DAN E-COMMERCE SEBAGAI TREND TAKTIK BARU PERUSAHAAN*. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, 3(2), 66–69.  
<https://doi.org/10.21512/COMMIT.V3I2.516>

- Kahn, K. B. (2018). Understanding innovation. *Business Horizons*, 61(3), 453–460. <https://doi.org/10.1016/J.BUSHOR.2018.01.011>
- Marikxon. (2018). Perkembangan Strategi Pemasaran Modern. Diperoleh tanggal 10 September 2019, Retrieved from Maxmanroe.com
- Mulyani, S., & Asnawi, N. (2022). Peran Strategis Kewirausahaan dalam Pembangunan (Tinjauan Pendekatan Ekonomi Islam). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2958–2965. <https://doi.org/10.29040/JIEI.V8I3.6776>
- Scarborough, N. M., & Cornwall, J. R. (2011). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management, 9th Edition*.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2005). Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil. *Jakarta: Indeks*.
- Zisuh, M. (2018). Digital entrepreneurship in a resource scarce context: A focus on entrepreneurial. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 483-500t

# BAB 10

## ETIKA, HUKUM, DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL

Bab ini membahas konsep etika bisnis, hukum bisnis, dan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai landasan penting dalam menciptakan praktik bisnis yang berintegritas, berkelanjutan, dan bertanggung jawab. Pembahasan diawali dengan pemahaman mengenai prinsip-prinsip etika bisnis yang menjadi pedoman perilaku organisasi dalam menjalankan aktivitas usaha, baik terhadap konsumen, karyawan, maupun pemangku kepentingan lainnya. Selanjutnya, bab ini menguraikan berbagai aspek hukum yang berkaitan dengan aktivitas bisnis, khususnya dalam konteks perkembangan ekonomi digital, seperti perlindungan konsumen, hak cipta, transaksi elektronik, dan perlindungan data pribadi. Mahasiswa juga diperkenalkan pada pentingnya kepatuhan terhadap regulasi dalam menjaga kredibilitas dan keberlanjutan organisasi.

Selain itu, bab ini membahas konsep tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*) dan keberlanjutan (*sustainability*) sebagai bagian dari strategi bisnis modern. Dalam era digital dan globalisasi, perusahaan tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi juga memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan terhadap masyarakat. Oleh karena itu, melalui bab ini mahasiswa diharapkan mampu memahami pentingnya penerapan etika, kepatuhan hukum, dan tanggung jawab sosial dalam membangun bisnis yang profesional, adaptif, dan berkelanjutan.

### A. CAPAIAN PEMBELAJARAN

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. Menjelaskan konsep etika bisnis dalam konteks digital.
2. Menganalisis peran CSR dalam keberlanjutan bisnis.
3. Mengidentifikasi isu etika dalam penggunaan data dan teknologi.

### C. Tugas Analisis

Carilah satu contoh perusahaan atau *platform* digital yang pernah mengalami pelanggaran etika bisnis, masalah hukum, atau kritik terkait tanggung jawab sosial perusahaan. Kemudian analisis:

1. bentuk permasalahan yang terjadi,
2. dampaknya terhadap perusahaan dan masyarakat,
3. serta solusi atau langkah perbaikan yang dilakukan perusahaan.

Tuliskan hasil analisis dalam bentuk laporan singkat sebanyak 2–3 halaman.

### DAFTAR PUSTAKA

- Airawaty, D., Setiorini, K. R., Arifah, S., Priatna, S., & Sujarweni, V. W. (2025). *Bisnis dan Keberlanjutan: Strategi, Teknologi, Laporan*. Jakarta: Sonpedia Publishing Indonesia.
- Barkatullah, A. H. (2019). *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: Sebagai Pedoman dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce di Indonesia*. Bandung: Nusamedia.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of *organizational* stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48.
- Crane, A., & Matten, D. (2016). *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*. Oxford: Oxford University Press.
- Dewi, R. (2024). Perlindungan hak cipta dalam perdagangan digital. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(6).
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone Publishing.
- European Parliament. (2016). *General Data Protection Regulation (GDPR)*. Brussels: European Union.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Lismawati, I., & (penulis tidak lengkap). (2025). Etika bisnis dan tanggung jawab sosial (CSR). Journal Central Publisher.
- Mahira, F. D., Yofita, E., & Azizah, L. N. (2020). Perlindungan konsumen dan data pribadi dalam transaksi *e-commerce*. *Legislatif*, 3(2).
- Priliasari, E. (2023). Perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi *e-commerce* menurut peraturan perundang-undangan di Indonesia. *Jurnal RechtsVinding*, 12(2).

- Simanjuntak, P. H. (2024). Perlindungan hukum terhadap data pribadi pada era digital di Indonesia: Studi Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi dan General Data Protection Regulation. *Journal UPNVJ*.
- Solove, D. J. (2021). *Understanding Privacy*. Cambridge: Harvard University Press.
- Tene, O., & Polonetsky, J. (2013). Big data for all: Privacy and user control in the age of analytics. *Northwestern Journal of Technology and Intellectual Property*, 11(5).
- Velasquez, M. G. (2021). *Business Ethics: Concepts and Cases*. Boston: Pearson.
- World Commission on Environment and Development (WCED). (1987). *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU ITE.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.
- Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

# BAB 11

## TEKNOLOGI DAN TRANSFORMASI DIGITAL

Bab ini membahas peran fundamental teknologi informasi dalam mendorong transformasi dan inovasi di dunia bisnis modern. Kita akan mengeksplorasi teknologi kunci seperti *Big Data*, Kecerdasan Buatan (AI), *Blockchain*, dan Komputasi Awan yang menjadi pilar revolusi digital. Bab ini juga akan menganalisis dampak otomatisasi dan *platform* digital terhadap model bisnis, operasi, serta pengalaman pelanggan. Terakhir, kita akan menjajaki masa depan bisnis digital dengan membahas tren masa depan seperti Web 3.0, *Metaverse*, dan pentingnya integrasi prinsip bisnis berkelanjutan (*green business*) dalam strategi digital.

### A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. Menjelaskan peran strategis teknologi dalam menciptakan keunggulan kompetitif bisnis.
2. Memahami konsep dan aplikasi *Big Data*, AI, *Blockchain*, dan Komputasi Awan dalam berbagai fungsi bisnis.
3. Menganalisis dampak otomatisasi dan *platform* digital terhadap efisiensi operasional dan penciptaan nilai.
4. Mengidentifikasi tren masa depan dalam bisnis digital seperti Web 3.0, *Metaverse*, dan *Green Business*, serta implikasinya bagi para pelaku bisnis.

### B. PERAN TEKNOLOGI DALAM BISNIS

Dalam konteks bisnis kontemporer, teknologi telah mengalami pergeseran paradigma yang fundamental. Teknologi tidak lagi hanya berperan sebagai alat bantu operasional, seperti komputer untuk mengetik atau kalkulator untuk menghitung, melainkan telah menjadi *driver* strategis dan tulang punggung yang menggerakkan hampir seluruh aspek organisasi.

5. Jelaskan peran Web 3.0 dan *Metaverse* dalam membentuk masa depan bisnis digital serta dampaknya bagi pelaku usaha!

### **C. Soal Analisis**

Sebuah perusahaan ritel kecil mulai mengalami penurunan penjualan karena pelanggan beralih ke *platform* belanja *online*. Pesaingnya sudah menggunakan teknologi digital seperti aplikasi *mobile*, sistem rekomendasi berbasis AI, dan promosi melalui media sosial. Perusahaan tersebut masih menggunakan cara penjualan konvensional dan pencatatan manual.

#### **Analisislah:**

1. Apa masalah utama yang dihadapi perusahaan tersebut?
2. Teknologi digital apa saja yang seharusnya mulai diterapkan?
3. Berikan solusi sederhana agar perusahaan dapat kembali bersaing di era bisnis digital!

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Armstrong Gregory John Lee, B. (2021). *Introduction to Digital Business*. Silk Route Press.
- Kotler, P., Hermawan, K., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Susanto, G. (2017). *The Power of Digital Marketing*. PT Elex Media Komputindo.

## PROFIL PENULIS

### **Fitriya Andriyani, S.Pd., M.Akun., CAP., CPAS., CFA.**



Penulis adalah staf pengajar di Jurusan Bisnis Program Studi Bisnis Digital. Beliau menamatkan gelar Sarjana Pendidikan Akuntansi dan Magister Akuntansi di Universitas Negeri Malang. Selama menjadi staf pengajar beliau mengampu beberapa matakuliah pada Program Studi Bisnis Digital maupun Program Studi Akuntansi Sektor Publik, diantaranya Dasar-dasar

Akuntansi, Manajemen Operasi, Komunikasi Bisnis, Literasi Digital, Matematika Bisnis, Keselamatan dan Kesehatan Kerja, Statistika, Sistem Akuntansi, Pengantar Akuntansi Perusahaan Dagang, Pengantar Akuntansi Perusahaan Manufaktur, Aplikasi Metodologi Penelitian Kuantitatif, Akuntansi Keuangan Lanjut. Selain itu beliau juga aktif dalam penelitian di bidang Akuntansi. Hasil penelitiannya pernah dipresentasikan pada *International Conference of Islamic Economics and Business* Tahun 2022, Simposium Nasional Akuntansi Vokasi Tahun 2024-2025, Internasional *Conference KRA XI* Tahun 2024-2025, SIMPATIK 3 Tahun 2024. Beliau juga aktif sebagai Narasumber *In House Training* Pelatihan Literasi Digital Tahun 2024. Selain itu penulis juga telah membuat suatu rancangan *Excel For Accounting* berupa Aplikasi Pembagian Retribusi Pelayanan Kesehatan yang telah digunakan di Puskesmas Kedungsolo Kecamatan Porong Kabupaten Sidoarjo dan Puskesmas Sumbersari Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. Karya lain yang dihasilkan adalah semi aplikasi berbasis Microsoft Excel untuk persediaan barang yang digunakan di SMA 1 Balung. Kabupaten Jember. Penulis juga telah menghasilkan buku *Manajemen Strategi* di tahun 2023, buku *LITERASI DIGITAL UNTUK UMKM: Menguasai Excel untuk Laporan Keuangan* di tahun 2024, dan buku *Accounting For Non Accountant* di tahun 2025. Penulis dapat dihubungi melalui email: [fitriya.andriyani@polije.ac.id](mailto:fitriya.andriyani@polije.ac.id)

### **Prisilia Angel Tantri, S.E., M.M.**



Penulis merupakan lulusan S1 Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama Tahun 2016, S2 Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Widyatama 2020.

Saat ini, penulis bekerja sebagai Dosen di Politeknik Negeri Jember pada Program Studi Bisnis Digital Kampus Bondowoso dan sebagai Tutor *Online* Universitas Terbuka. Penulis juga aktif menulis artikel ilmiah di berbagai jurnal internasional dan nasional.

### **Rezha Isyraqi Qastalano, S.ST., M.MT.**



Penulis kelahiran di Purwodadi, Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah. Penulis telah menyelesaikan pendidikan formalnya di Diploma 4 Teknik Desain dan Manufaktur PPNS-ITS (2014) dan Magister S2 Manajemen Industri MMT-ITS Surabaya (2019).

Sebelumnya tahun 2015-2024, dia bekerja dan berkarir *professional* di salah satu galangan kapal terbesar di Jawa Timur yaitu PT. Dok Pantai Lamongan mulai sebagai menjadi staf junior *Quality and Assurance* dan *Continuous Improvement* (QA-CI) sampai menjadi *Warehouse Supervisor*. Selanjutnya, beralih profesi dan mulai mengajar tahun 2024 yang menjadi aktivitas sehari-hari yaitu Dosen Politeknik Negeri Jember Jurusan Bisnis, Program Studi Bisnis Digital. Dia mengampu mata kuliah Literasi Digital, Desain Grafis, *Workshop E-Commerce*, *Workshop* Desain Inovasi Produk, Desain Multimedia, *E-Commerce*, Manajemen Proyek Sistem Informasi, Manajemen Risiko Bisnis Digital, Kewirausahaan, Analisis Perilaku Konsumen, *Workshop* Bisnis *Start Up*, Dasar Komunikasi, dan *Interpersonal Skill*.

Rezha akan sangat senang sekali memiliki koneksi dapat menghubungi email [reza\\_isyraqi@polije.ac.id](mailto:reza_isyraqi@polije.ac.id), instagram [@rezhaiq](https://www.instagram.com/rezhaiq), dan Facebook Rezha Isyraqi Q.

### **Imam Abrori, S.E., M.M.**



Penulis lahir di Bondowoso, Jawa Timur pada tahun 1994. Penulis menyelesaikan pendidikan Sarjana ekonomi di Universitas Muhammadiyah Jember pada tahun 2016 dan melanjutkan studi Magister Manajemen di Universitas Jember hingga lulus pada tahun 2018. Selama masa perkuliahan, penulis aktif dalam berbagai organisasi kemahasiswaan baik intra maupun ekstra

kampus.

Saat ini penulis merupakan dosen tetap Program Studi Bisnis Digital, Politeknik Negeri Jember dengan konsentrasi keilmuan di bidang Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM). Mata kuliah yang pernah diampu antara lain MSDM dan Organisasi, Dasar-Dasar Manajemen, Kapita Selekta Pembangunan Pedesaan, *Community Development*, Pengantar Bisnis, Bisnis Internasional, Dasar Komunikasi, Komunikasi Bisnis, Kewirausahaan, dan Metode Penelitian.

Selain aktif dalam pengajaran, penulis juga terlibat dalam kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenristek DIKTI (PDP) serta mendapat Hibah PKM di tahun 2023 (DRTPM Dikti pada Skema PMP) dan Hibah PNBPN (Polije) tahun 2025. Ketertarikan penulis pada bidang manajemen dan bisnis turut diwujudkan melalui penulisan buku yaitu *Book Chapter* MSDM Perusahaan, Dasar-Dasar Manajemen dan sekarang Manajemen Pengantar Bisnis sebagai kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang bisnis dan manajemen. Penulis dapat dihubungi melalui Email Penulis: [Imam\\_Abrori@Polije.ac.id](mailto:Imam_Abrori@Polije.ac.id)

Buku Pengantar Manajemen disusun sebagai referensi akademik yang bertujuan memberikan pemahaman komprehensif mengenai konsep, teori, dan praktik manajemen dalam konteks organisasi bisnis modern. Buku ini dirancang untuk mendukung proses pembelajaran di perguruan tinggi, khususnya pada bidang manajemen dan bisnis, dengan pendekatan yang sistematis, teoritis, dan aplikatif.

Pembahasan dalam buku ini diawali dengan landasan konseptual mengenai manajemen dan bisnis, termasuk evolusi pemikiran manajemen serta peran strategis manajemen dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi. Selanjutnya, buku ini mengkaji lingkungan bisnis melalui pendekatan analitis seperti PESTEL dan SWOT, guna membekali pembaca dengan kemampuan dalam mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengambilan keputusan strategis.

Fokus utama buku ini terletak pada pembahasan fungsi-fungsi manajemen yang meliputi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), kepemimpinan (*leading*), dan pengendalian (*controlling*). Keempat fungsi tersebut dianalisis secara mendalam dengan mengintegrasikan perspektif manajemen klasik dan kontemporer, serta relevansinya dalam era transformasi digital. Buku ini juga menguraikan berbagai bidang fungsional manajemen, seperti manajemen sumber daya manusia, pemasaran, operasional dan rantai pasok, serta keuangan dan akuntansi bisnis, yang disajikan secara terstruktur dan berbasis literatur mutakhir.

Selain itu, buku ini mengangkat isu-isu strategis dalam bisnis modern, termasuk inovasi, kewirausahaan digital, transformasi teknologi (*big data*, *artificial intelligence*, dan *platform digital*), serta etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Pendekatan ini bertujuan untuk memperluas wawasan pembaca terhadap dinamika lingkungan bisnis yang kompleks, tidak pasti, dan berbasis teknologi.

Dengan pendekatan *Outcome-Based Education* (OBE), buku ini juga dirancang untuk mendukung pencapaian capaian pembelajaran mahasiswa melalui integrasi antara konsep teoritis, studi kasus, dan latihan analitis. Oleh karena itu, buku ini diharapkan tidak hanya berfungsi sebagai sumber referensi akademik, tetapi juga sebagai sarana pengembangan kemampuan berpikir kritis, analitis, dan *problem solving* dalam menghadapi tantangan bisnis di era digital.

